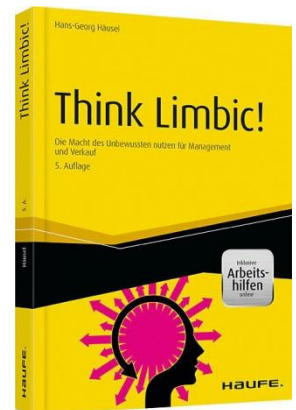




Think Limbic!¹

Dr. Hans-Georg Häusel ist Diplom-Psychologe und Experte in der Marketing- und Management-Hirnforschung. Der gefragte Keynote-Speaker ist Autor mehrerer erfolgreicher Bücher.

„Think Limbic!“ verspricht, die Macht des Unbewussten für Management und Verkauf nutzbar machen zu können. In 16 Kapiteln wird auf über 250 Seiten aufgezeigt, wie unser Hirn strukturiert ist und wie es funktioniert. Die neurowissenschaftlichen Erkenntnisse haben sich gerade in letzter Zeit massiv verbessert, und auch die Anforderungen der neuen Arbeitswelt haben sich gewandelt. Doch unser Hirn ist eigentlich seit mehr als 70'000 Jahren dasselbe! Nach altem Verständnis, wonach die Vernunft unser Verhalten steuert, war der Neocortex (Grosshirn) das eigentliche Machtzentrum. Das entwicklungs-geschichtlich ältere limbische System, das für das Unbewusste und die Emotionen steht, hat aber viel mehr Einfluss, als wir lange wahrhaben wollten, so Häusel. Letztlich unterliegt auch unsere Vernunft den limbischen Gesetzen - höchste Zeit also, sich näher damit zu befassen!



Das limbische System ist keine funktionale Einheit, sondern eine Umschreibung aller Hirnstrukturen, wo Emotionen verarbeitet werden. Unser ganzes Gehirn ist also emotional, wobei die rechte Hirnhälfte eher pessimistisch und die linke eher optimistisch ist. „Die für den Menschen zentralen Bewertungs-kategorien seines Denkens und Wahrnehmens heissen Balance, Dominanz und Stimulanz“, erklärt Häusel. Die Balance ist die Kraft der Beharrung und Erhaltung, versucht also Gefahren und Unsicherheiten zu vermeiden und strebt nach Stabilität und schont den Energiehaushalt. Als älteste Kraft kann sie auch heute noch Grund dafür sein, dass Veränderungsprozesse scheitern...

Die Dominanz ist die Kraft des Wachstums und der Zerstörung. Sie zielt auf Wachstum und Fortschritt, Verdrängung von Konkurrenten und Ausweitung der Macht, strebt nach Autonomie und Status. Die dritte Kraft ist die Stimulanz, sie steht für Innovation und Kreativität. Sie sucht nach neuen Reizen und Abwechslung, versucht sich zu differenzieren und will Langeweile vermeiden.

Natürlich ist diese Darstellung sehr schematisch, aber sie hilft für das Verständnis und der Autor erklärt auch, welche Kräfte von welchen Hormonen gesteuert werden und welchen Einfluss Geschlecht und Alter auf unser Emotionssystem haben. Die limbische Motivation ist ebenso aufschlussreich, denn sie zeigt, dass die Maslow-Pyramide falsch ist. Gemäss Häusel sind die wirklichen Motive unsere Emotionssysteme mit ihren verschiedenen Ebenen: Der Mensch strebe nämlich weniger nach Selbstverwirklichung, sondern nach Erfüllung seiner Emotionssysteme.

Häusel zeigt auch, dass Geld durchaus ein Motivationsfaktor ist, denn es dient als Mittel, unsere Dominanz-, Balance- und Stimulanz-Kraft zu erfüllen: Die Erfüllung von Status-Konsumwünschen oder der Cheque-Vergleich dient der Dominanz, ein gediegenes Essen und teurer Urlaub führt zur Stimulanz und das Sparen für die Altersvorsorge sichert die Balance! Geld ist also durch und durch limbisch, so der Autor.

Wer sich diese Gesetze zu eigen macht, kann also mit sogenannter „Limbic Customer Relation“ Menschen dauerhaft binden, weil wirksame Kundenbindung direkt beim limbischen System ansetzt. Wer sich erstmalig mit dieser Materie auseinandersetzt, braucht Durchhaltevermögen. Aber es lohnt sich und man ist geneigt zu sagen: Dieses Werk gehört gelesen - für Berater wie Führungskräfte ein Muss!

© Reto Spring
Finanzplaner mit eidg. Fachausweis
Präsident Finanzplaner Verband Schweiz, Zollikon

¹ Hans-Georg Häusel (2014) Think Limbic! Die Macht des Unbewussten nutzen für Management und Verkauf (5.Auflage), Haufe Lexware GmbH, Freiburg, ISBN 978-3-648-05883-1

