

## Die 5R-Prinzipien der Neuro-Kommunikation

**Wie Sie durch die Hirnforschung Ihre Wirkung in Führung, Vertrieb und Marketing steigern.**



Für die Methodik der Neuro-Kommunikation können aus den Erkenntnissen der Hirnforschung fünf Prinzipien abgeleitet werden, die die wesentlichen Prozesse im Gehirn von Kunden und Mitarbeitern berücksichtigen.

In dem diese Prinzipien in der internen wie externen Kommunikation angewendet werden, werden Informationen besser wahrgenommen, lang andauernder gespeichert und in Entscheidungssituationen besser berücksichtigt.

So bieten die 5R-Prinzipien die Grundlage, um Fehlinterpretationen und teure Missverständnisse zu vermeiden und Führung wie Vertrieb wirkungsvoller und damit erfolgreicher zu machen.

## **RULE: Das 5R-Prinzip der Entscheidung**

**Alternativen, Konsequenzen und Bewertungen sind die Basis aller Entscheidungen**



Jede Entscheidung fällt im Kopf. Und die Forschungsergebnisse zeigen, dass dabei genau diese drei Faktoren die entscheidende Rolle spielen.

- Alternativen, die vor allem durch Logik, Kreativität und Intelligenz gebildet oder durch Informationen aufgenommen werden.
- Konsequenzen, die aus den Ableitungen der Alternativen erfolgen und auf Erfahrungen, Überlegungen oder externe Informationen basieren.
- Bewertungen, die die verschiedenen Alternativen in einem individuellen Kontext vergleichbar machen und zu jeder Zeit die Auswahl der im Moment besten Alternative ermöglichen.

Die Wissenschaft geht heute davon aus, dass im Gehirn ein permanenter Entscheidungsstrom stattfindet, in dem der Prozess der Suche nach Alternativen, Ableitung von Konsequenzen und die Bewertung weitestgehend auf einer unbewussten Ebene stattfindet.

Deshalb wissen wir bei vielen sogenannten Bauchentscheidungen auch nicht genau, warum diese getroffen wurden oder unser Gehirn legt sich im Nachhinein eine plausible Erklärung zurecht.

In dem Maße, in dem Sie in Ihrer Kommunikation sowohl Alternativen wie Konsequenzen und Bewertungen berücksichtigen, werden Sie effizienter, zielgerichteter und wirkungsvoller argumentieren und Ihre Gesprächspartner nachhaltig überzeugen.

## RATE: Das 5R-Prinzip der Bewertung

### Die wahre Rolle der Emotionen bei Entscheidungen



Bewertungen liefern einen wesentlichen Beitrag in unserem Leben. Und das weitgehend unbewusst. Denn auf der Basis der Bewertungen legt das Gehirn fest, welche Bedeutung die Reize und Informationen für das Individuum haben und verfährt entsprechend. Deshalb kommt den Bewertungen in dreifacher Hinsicht Bedeutung zu:

- Bei der Auswahl der Reize legen sie fest, ob der Reiz eine Bedeutung hat und überhaupt bewusst wahrgenommen wird.
- Bei der Speicherung legen sie fest, ob die entsprechende Information gemerkt wird und wenn ja, mit welcher Intensität.
- Bei der eigentlichen Entscheidung ordnen die Bewertungen den Alternativen und Konsequenzen die Bedeutung zu und machen damit eine Entscheidung überhaupt erst möglich.

Die Hirnforschung hat in den letzten Jahren Hinweise dafür gefunden, dass die Bewertungen in den emotionalen Zentren des Gehirns stattfinden. Wir gehen sogar einen Schritt weiter und betrachten diese Zentren als Bewertungszentren und definieren Emotionen als starke Bewertungen.

Die Forschungsergebnisse des renommierten Wissenschaftlers und Emotionsforschers Professor Jaak Panksepp von der University of Washington zeigen, dass es sieben Emotionszentren gibt.

Diese haben wir für die Anwendung in der Praxis in die fünf Bewertungskategorien des neuro codes überführt.

DOMINATION, SEEK, STABILITY, PLAY, COOPERATION

Obgleich jeder Mensch über alle Zentren verfügt, ist die Ausprägung der einzelnen Bereiche und die Zuordnung von Reizen individuell. Sie werden auf der Basis von ererbten Vorlieben und erlerntem Wissen gebildet.

Deshalb sollten Sie in Ihrer Kommunikation die relevanten Bewertungen der Zielgruppe in besonderem Maße berücksichtigen. Denn so stellen Sie sicher, dass Ihre Informationen wahrgenommen und gespeichert werden. Darüber hinaus werden die Informationen so in Entscheidungssituationen optimal berücksichtigt, was die Wirkung steigert und Ihren Kommunikationserfolg vergrößert.

## ROTATE: Das 5R-Prinzip des Perspektivwechsels

### Die Evolution erlaubt keine Kompromisse



Die Erforschung der Evolution zeigt immer wieder: Zu allen Zeiten überlebten nur die, die sich am besten an die jeweilige Situation anpassten und die richtigen Entscheidungen trafen.

Es spricht deshalb alles dafür, dass die Natur keinen Zufallsgenerator in die Entscheidungsfindung des menschlichen Gehirns eingebaut hat. Im Sinne des Überlebens entscheidet das Gehirn sich immer für die Beste der zur Verfügung stehenden Alternativen auf der Basis der erfahrenen Bewertungen.

Daraus ergibt sich, dass Sie in der Kommunikation nicht auf Einsicht oder Vernunft bauen sollten. In dem Maße, indem Sie einen Perspektivwechsel vornehmen und anstelle Ihrer Situation die des Kommunikationspartners in den Mittelpunkt der Überlegungen stellen, werden Sie Ihre Wirkung und Ihren Erfolg steigern.

Denn nur vor dem Hintergrund der individuellen Erfahrungen, der Bewertungen sowie möglicher Alternativen und Konsequenzen werden Ihre Informationen Gewicht erlangen. Je besser Sie diese auswählen, umso größer die Bedeutung für die Entscheidung und je wirkungsvoller Ihre Kommunikation.

## RESORT: Das 5R-Prinzip des Schubladendenkens

**Vorurteile bestimmen unser Leben - immer.**



Denn Vorurteile haben sich in der Evolution als ein wichtiger Überlebensmechanismus erwiesen und werden deshalb permanent vom Gehirn angewandt - unbewusst!

Denn nur so kann in dem permanenten Auswahlprozess unter den Millionen von Reizen schnell und sicher entschieden werden. Indem unser Gehirn die Nervenzellen in Erregung versetzt, die vermutlich angesprochen werden, macht es den Erkennungs-, Auswahl- und Reaktionsprozess deutlich schneller. Aber es macht eben auch Fehler.

Hinzu kommt, dass das Gehirn möglichst energieeffizient arbeiten möchte. Denn Energie war im Verlauf der Evolution knapp und die Nahrungssuche mit hohen Risiken verbunden. Deshalb passt das Gehirn einkommende Reize an seine Erwartungen an, da es so Energie spart. In einer trägen Umwelt kein Problem, heute mit fatalen Folgen insbesondere auch in Veränderungsprozessen.

Deshalb ist es entscheidend für den Erfolg des Kommunikationsprozesses, die Erwartungen und Schubladen des Gegenüber zu kennen und bei der Wortwahl und Argumentation genau zu berücksichtigen.

Auf der anderen Seite führen die eigenen Schubladen zu einer verzerrenden Wahrnehmung. Schützen Sie sich vor eigenen Fehlinterpretationen, weil Sie durch Ihre eigenen Erwartungen die falschen Schlüsse ziehen. Mit den richtigen Unterstützern an Ihrer Seite haben Sie die Gewähr, diese Gefahren zu erkennen und zu meistern.

## **REFLECT: Das 5R-Prinzip des Spiegels**

### **Turbokommunikation durch Spiegelneuronen.**



Von den Bewertungen anderer können wir viel erfahren und lernen! Denn durch die Bewertungen ist es uns möglich, schnell und präzise einzuschätzen, wer Freund und wer Feind ist und von welchen Erfahrungen des anderen wir profitieren oder was wir meiden sollten.

Denn die heutige Form der Sprache hat sich erst vor rund 100.000 Jahren entwickelt. Doch auch davor war der Mensch zum Überleben auf das soziale Zusammenleben und den Austausch von Botschaften besonders angewiesen.

Deshalb hat der Mensch ein kraftvolles Instrument entwickelt, um Bewertungen weiterzugeben und von Erfahrungen anderer schnell und erfolgreich zu profitieren:

Spiegelneuronen lösen an Hand von Mimik, Gestik, Haltung und Sprache des Gegenübers dessen Emotionen und Bewertungen direkt bei uns aus und lassen uns so an der Schilderung von Erlebnissen unmittelbar teilhaben.

Deshalb müssen wir Spiegelneuronen in doppelter Hinsicht nutzen: Zum einen, geben sie uns die Möglichkeit, die Bewertungsmuster unseres Gegenübers zu erkennen. Damit liefern sie wertvolle Hinweise auf den neuro code und bilden so die Basis unserer zukünftigen Kommunikation.

Zum anderen ermöglichen die Spiegelneuronen über den eigenen Ausdruck unserem Gegenüber unsere Überzeugung glaubwürdig und verlässlich zu transportieren. So werden wir glaubwürdiger und steigern unsere Ausstrahlung und Anziehung.