

Neuro-Kommunikation, Marketing und Politik. Warum wir Lügen brauchen und Täuschungen bestrafen.

Scheinbar misst der Mensch mit zweierlei Maßstäben. In der Werbung erlaubt, in der Politik durch Abwahl bestraft. Was wir bei Red Bull, Bacardi oder Ariel schätzen, geißeln wir in anderen Situationen hemmungslos und strafen Politiker durch Abwahl.

Übertreibung, Täuschung, Lüge? Die Neuro-Kommunikation erklärt, welche Überlebensstrategie dafür verantwortlich ist und welche Konsequenzen wir für unsere eigene Kommunikation ziehen können.

Wollen wir tatsächlich belogen werden? Man könnte dieser Meinung sein, schaut man sich einmal die verschiedenen Aussagen in Marketing und Kommunikation an. Egal ob dem Konsumenten Flügel wachsen, er sich durch ein alkoholhaltiges Getränk auf eine Karibikinsel beamt oder weißer als weiß wäscht. Jedem ist klar: Werbung hat mit Realität in solchen Fällen nichts zu tun.

Umgekehrt reagieren wir sehr empfindlich, wenn uns jemand nicht die Wahrheit sagt. Heute hüh, morgen hott. Ganz offensichtlich nicht unser Ding. Die Niederlage der CDU in Baden-Württemberg bei der jüngsten Landtagswahl ist da nur augenfälligstes Beispiel. Ganz ähnlich der Niedergang der FDP. Wahlversprechen, die nicht gehalten werden. Und bei der Japan-Katastrophe ein Krisenmanagement, das für viele leicht durchschaubar schien. Haben wir eine Täuschung enttarnt, kennen Menschen nur wenig Erbarmen.

Die Neuro-Kommunikation zeigt jedoch, dass es sich dabei um zwei grundsätzlich verschiedene Systematiken handelt, die nur scheinbar im Widerspruch stehen. Vielmehr sind beides unverzichtbare Automatismen, will sich der Mensch im Kampf ums Überleben behaupten.

Gerade für das Lebewesen Menschen war es unverzichtbar im täglichen Kampf ums Überleben schnelle Entscheidungen zu treffen. Ob Freund oder Feind, Flucht oder Kampf, bedrohliche Situationen müssen schnell erkannt werden. Denn der Mensch verfügte nie über ein Schutzschild oder starke Waffen. Schnelligkeit und Flexibilität halfen ihm. Doch dazu war es wichtig, Informationen sofort zu erkennen und diese im Kopf den Handlungsalternativen zuzuordnen. Deshalb aktiviert unser Gehirn entsprechend unserem Vorwissen ganz automatisch

Neuronen. Noch bevor der vermutete Reiz überhaupt eingetroffen ist. Das bereits aktivierte Neuron kann dann nämlich viel schneller reagieren. Ein echter Überlebensvorteil, wenn es darum geht die richtige Entscheidung zu treffen. Doch dieses Prinzip hat zur Folge, dass eine ganze Menge Energie investiert wurde. Energie, die bei einer falschen Annahme verschenkt war.

Deshalb nimmt es das Gehirn bei der Reizzuordnung nicht so genau: Entspricht die tatsächliche Situation im Wesentlichen den Erwartungen, werden keine anderen Neuronen aktiviert – Energiesparmodus quasi. Eine möglichst widerspruchsfreie Reizverarbeitung ist uns also sehr recht, denn sie erleichtert uns das Abspeichern, Erinnern und Entscheiden ganz enorm. Dieses Phänomen bezeichnet man in der Neuro-Kommunikation als 5R-RESORT Prinzip. Verändern und verfälschen ist also ein in unserem Gehirn angelegter Prozess, dem wir uns nicht entziehen können. Übertreibungen sind damit ein nützliches Stilmittel. So können wir in unserem Kopf Fakten, Vorteile und Nutzen klar und abgrenzbar speichern. Das spart Energie, das fühlt sich für uns gut an. Eine möglichst widerspruchsfreie Welt – das ist im Interesse unseres Gehirns. Und die Werbung macht sich das zu nutze.

Wenn Sie daraus jedoch die Konsequenzen ziehen, dass derjenige Erfolg hat, der alles in rosarot malt, Probleme am liebsten verschweigt oder gar beschönigt – da haben Sie sich getäuscht. Denn es gibt ein weiteres Prinzip im menschlichen Gehirn, das hier einschreitet. Ein Prinzip, dem jüngst die CDU im Landtagswahlkampf 2011 in Baden-Württemberg zum Opfer gefallen ist.

Menschen suchen nach Orientierung, denn sie wollen, ja müssen von anderen profitieren. Und es ist diese Strategie sich die Erfahrungen anderer zu Nutze zu machen, die den Mensch wie kein anderes Lebewesen zum Erfolg in der Evolution geführt hat. Nicht erst seit der Einführung von Schule oder Ausbildung. Deshalb haben sich im Laufe unserer stammesgeschichtlichen Entwicklung im Gehirn spezielle Bewertungsdetektoren entwickelt. Besondere Neuronen, die sogenannten Spiegelneuronen, mit denen die Bewertungen anderer für uns direkt verfügbar sind. Das 5R-Reflect Prinzip der Neuro-Kommunikation fasst diese Erkenntnis zusammen. Ob eine Frucht schmeckt und nahrhaft ist, eine an sich unbekannte Situation Gefahr oder Schutz verspricht, am Gesicht und der Haltung des Gegenübers kann der Mensch das ablesen. So macht er sich die gesammelten Erfahrungen des anderen verfügbar. So baut er darauf, dass dieser ihm in einer an sich feindlichen Umwelt Orientierung gibt. Deshalb werden seit jeher Menschen mit klaren Bekenntnissen bevorzugt. Menschen, bei denen jeder weiß, woran er ist. Auf die eben Verlass ist. Denn eine klare Richtung war immer auch ein klarer Überlebensvorteil. Unter

widrigen Umständen hat eben nur der eine Chance, der Richtung hält. Wer ständig den Kurs wechselt, läuft am Ende im Kreis und steckt fest.

So ist der Mensch besonders sensibel, wenn Versprechen um des eigenen Vorteils willen nicht gehalten werden. Wenn eine innere Überzeugung geopfert wird, um einem Trend zu folgen. Damit disqualifiziert sich derjenige quasi automatisch als Führer und wird abgewählt. Kein bewusster und überlegter Vorgang, sondern vielmehr in der Evolution bewährter Überlebensmechanismus.

Doch welche Lehren können Sie aus dem Wunsch nach einer widerspruchsfreien Welt bei gleichzeitigem Anspruch an Ehrlichkeit, Verlässlichkeit und Orientierung für sich ziehen? Es lohnt sich für Sie aus den Erkenntnissen die Konsequenzen abzuleiten:

Es lohnt sich deshalb für Sie als Führungskraft daraus die Konsequenzen zu ziehen:

- Kommunizieren Sie klar und eindeutig. Je schärfer und klarer das Bild ist, das Sie bei Ihrem Gegenüber erzeugen, umso leichter machen Sie es seinem Gehirn. Dadurch werden Ihre Informationen stärker gespeichert und bei Entscheidungen besser berücksichtigt.
- Übertreibungen sind dort sinnvoll, wo Sie Ihr Bild unterstützen. Denn die Werbung macht uns vor, wie eine eindeutige Kommunikation das Denken erleichtert und Energie spart. Beachten Sie aber mögliche Dominanzbewertungen Ihres Gegenübers, wenn Sie zu diesem in einem persönlichen Wettbewerb stehen. Dann wird Übertreibung gerne als Aufschneiderei abgetan und schadet Ihrer Reputation.
- Bleiben Sie bei Ihrer Richtung, denn Richtungswechsel haben Glaubwürdigkeits- und häufig Führungsverlust zur Folge. Stehen Sie in Krisen zu Ihren Überzeugungen, dazu gibt es keine Alternative. Unser biologisches Erbe lässt Verständnis und Entschuldigungen nur sehr bedingt zu.
- Machen Sie sich selbst immer wieder Ihren Kern bewusst. Dem, wofür Sie wirklich stehen, das was Sie ausmacht. Je schärfer Ihr Profil, umso besser. Denn Sie müssen dafür gerade stehen. Vor allem in Krisenzeiten.

Dr. Nikolaus Körner Warum wir Lügen brauchen und Täuschungen bestrafen.

Der, der meint er müsse auf jeder Hochzeit mittanzen, wird langfristig wenig erfolgreich sein. Deshalb entwickeln Sie Ihre Werte sorgsam.

Wollen Sie mehr wissen? Wie Neuro-Kommunikation das Verhalten von Menschen erklärt und welche Rückschlüsse Führungskräfte aus den Erkenntnissen der Hirnforschung und Evolutionsbiologie ziehen können? Mit den 5R-Prinzipien existieren einfach zu durchschauende und direkt anwendbare Methoden, um Ausstrahlung und Charisma gezielt zu entwickeln. Sie können so andere besser verstehen und durch die richtige Kommunikation selbst mehr Wirkung erzielen. So machen Sie sich fit für kommende Herausforderungen.