

Unser Emotionshirn kauft für uns ein

In Bezug auf das Kaufen können wir verkürzt sagen: Unser Emotionshirn kauft für uns ein. Zahlreiche Versuche und Studien belegen das. So wurde zum Beispiel aus einer Bäckerei der Duft des frischen Brots mit Spezialventilatoren direkt auf den Gehsteig geblasen. Umsatzzuwachs 25%.

Noch ein Beispiel? North, Hargreaves und Mc Kendrick verblüfften die Fachwelt mit ihrer populären Wein-Studie, in der Kaufentscheidungen für ganz bestimmte Weine durch Einspielen von Musik leicht über der Wahrnehmungsschwelle beeinflusst wurden. In einem

Supermarkt stellte man den Kunden vier deutsche und vier französische Weine zur Auswahl. An einem Tag wurden französische Chansons knapp über der Hörschwelle gespielt - signifikant mehr Umsatz an französischen Weinen. Am nächsten Tag das gleiche Spiel aber jetzt mit deutschen Volksliedern. Plötzlich schleppten die Kunden mehr deutschen Wein nach Hause. Bei Interviews wusste dann keiner warum.

Sie können auch gerne einen Selbstversuch machen. Gehen Sie einmal satt und ein ander-mal hungrig im Supermarkt einkaufen. Danach vergleichen Sie



„Emotionalisieren sie ihre Werbung und drücken Sie die Kaufknöpfe im Gehirn!“



Norbert Beck gab den Hörern bei der Auftaktveranstaltung zur Service-WM im Borkener Vennehof eindrucksvolle Beispiele für service-orientiertes Handeln. Fotos: kre

die Kassenzettel. Dort werden Sie lesen, dass Ihr Emotionshirn Sie bei Hunger zu Hamsterkäufen getrieben hat.

Selbst ein Broker, der Millionenbeträge bewegt, lässt nicht den Verstand sondern die Emotion walten. Auf den elektronischen Handelsplattformen hat er oft nur den Bruchteil einer Sekunde Zeit, um Entscheidungen zu treffen. Ein Klick und ein paar Millionen sausen über den Erdball von einem Konto auf ein anderes. In dieser Geschwindigkeit kann nur das Emotionshirn entscheiden. Allerdings wird kein Broker zu seinem Chef sagen, wenn er gerade ein paar

Millionen Gewinn erzielt hat: „Ich hatte da so ein Gefühl in der linken Ecke meines Emotionshirns.“ Nein, es war dann natürlich ein nach allen Regeln der strategischen Kunst durchdachter Schachzug. Dasselbe gilt, wenn er Millionen ver-zockt. Dann ist er nicht nur irgend so einem Gefühl gefolgt. Daran war das Versagen lang-fristig entwickelter Analysen auf gesicherter Datenbasis schuld. Irgend so ein Rechenfehler eben. Die Bankenkrise war eine Emotionshirnkrise, keine Denkhirnkrise!

Faszinierend ist dabei die Geschwindigkeit, mit der das

Emotionshirn reagiert und uns steuert. Es verfügt über die Power-Kapazität von 11.000.000 Bit pro Sekunde. Das Denkhirn kommt da nicht ganz mit. Es kann gerade mal 50 Bit pro Sekunde verarbeiten. Bevor das Denkhirn auch nur „Piep“ sagen kann, hat das Emotionshirn den Job schon erledigt. Das ist oft auch gut so. Unser Denkhirn arbeitet mit 50 Bit pro Sekunde, unser Emotionshirn mit 11.000.000 Bit.

▷ Beide Texte stammen aus: Johann Beck und Norbert Beck; „Hirnlos verkaufen war gestern“, Gabler Verlag Wiesbaden 2011