

LIMBIK: MEHR ÜBERZEUGUNGSKRAFT

Identifizieren Sie Ihr limbisches Profil, und nutzen Sie es für eine authentische und erfolgreiche Kommunikation

Welche Möglichkeiten die limbische Kommunikation bietet, wird am Beispiel der Gesundheitssendung «Puls» des Schweizer Fernsehens deutlich. Auch als Arzt oder Therapeut können Sie das limbische System konkret nutzen. Akt in drei Szenen plus Vorspann und Nachsatz.

Christian Larsen

Ein kurzer Blick hinter die Fernsehkulissen, wir schreiben das Jahr 2008, das TV-Gesundheitsmagazin «Puls» wird neu lanciert. Die Kernaussage von Kreativdirektor Alex Hefter: «Puls zeigt, wie man gesund bleibt und wie man mit einer Krankheit besser leben kann.» Hauptzielgruppe sind die traditionell Bürgerlichen, Durchschnittsalter 57,8 Jahre, 57 Prozent Frauen und 43 Prozent Männer. Die entscheidende Frage lautet: Wie lässt sich diese Botschaft kongruent durch alle Institutionen des Schweizer Fernsehens hindurch umsetzen? Gute Frage! Von der Themenauswahl über Moderator, Gast und anwesenden Arzt zu Maske, Licht und Bühnenbild.

SRF-«Puls» goes Limbic

Wer ein langes Manual und komplexes Regelwerk erwartet, hat sich getäuscht. Ganz im Gegenteil: Die Umsetzung erfolgt verblüffend einfach. Die neue Gesundheitssendung «Puls» wird auf der limbischen Karte verortet – und fertig. Die Verortung erfolgt im Winkel zwischen «Balance» und «Disziplin», und jeder weiss, was er zu tun hat. Ganz schön praktisch. Das Gebiet wird genau abgesteckt, Attribute wie Sicherheit, Verlässlichkeit, Qualität, Tradition und Ordnung sind eingeschlossen.

Für Schlüsselqualifikationen aus der Ecke «Stimulanz» – wie etwa Neugier auf Neues, Kreativität, Abwechslung – hat es in der neuen Sendung

«Puls» keinen Platz. Auch die «Dominanz» mit ihren Königswürden, Macht und Prestige, Status und Einfluss haben hier nichts zu suchen. Kurzum: «Balance» und «Disziplin» sind angesagt! Bühne und Maske sind hell und frisch, die Farben sind grün, gelb und blau, der Moderator strahlt dezenten Optimismus aus, der Arzt erklärt die Zusammenhänge einfach und verständlich, Diagnostik und Behandlungen werden sorgfältig analysiert, kritische Fragen und experimentelle Themen werden gemieden – ein perfekter Mix von Tradition und Qualität mit einer dezenten Note des Persön-

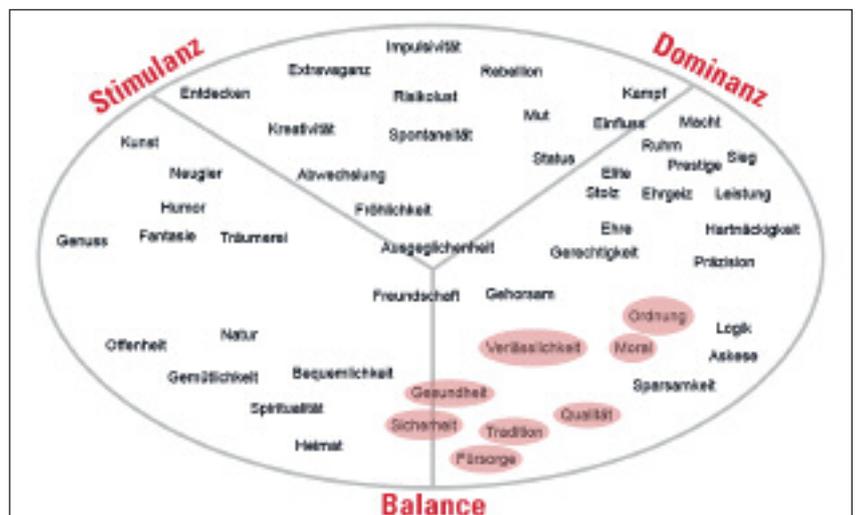


Abbildung: Limbic® Map (Dr. H.-G. Häusel), wie vom SRF verwendet (m.f.G.v. Alex Hefter)

LIMBISCHE KOMMUNIKATION

Die meisten von uns sind davon überzeugt, dass sie wichtige Entscheidungen «bewusst» treffen. Bevor eine Information das Bewusstsein erreicht, muss sie durch den Filter des limbischen Systems – all jener Hirnareale, die an der Bewertung von Informationen und der Verarbeitung von Emotionen entscheidenden Anteil haben. Alle Informationen, die an uns herangetragen werden, werden zunächst im Thalamus, einem Teil dieses Systems, gefiltert, und nur die als wirklich relevant bewerteten Wahrnehmungen erreichen letztlich das Bewusstsein. 99,9 Prozent aller Informationen werden unbewusst verarbeitet. Dieser Prozess läuft mit ungeheurer Geschwindigkeit ab und entzieht sich der bewussten Wahrnehmung. Mü

lichen. Hier ist die helvetische Welt noch in Ordnung. Zum Vergleich die Politsendung «Arena»: Hier wird die Trumpfkarte «Dominanz» ausgespielt, die Farbe ist rot, der Ton scharf, der Anzug sitzt perfekt. Fazit: Wenn die limbische Karte für ein so komplexes Gebilde wie das Schweizer Fernsehen funktioniert, ist sie für die Arzt- und Therapiepraxis nicht uninteressant.

Der erste Akt lautet: Erkenne dein limbisches Profil. Der zweite Akt: Erkenne das limbische Profil deines Gegenübers. Drittens: Es folgt die Kommunikation mit dem Patienten entlang den Leitplanken der limbischen Kommunikation. Der konkrete Nutzen: effektive Kommunikation! Die Botschaft kommt rüber. Und: Missverständnisse und Konflikte kommen erst gar nicht auf.

Erster Akt

Erkenne dich selbst

Chirurgen sind «rot», weil sie vom Typ her dominant sind und ihr Wesen eingreifend ist – nicht weil ihr Handwerk blutig ist. Selbstverständlich gibt es auch «dominante» Nichtchirurgen: Guido Zäch beispielsweise – ein Macher mit Durchsetzungsvermögen, welcher der Paraplegologie neue Impulse verliehen hat.

Grundversorger und Therapeuten sind «blau», weil sie vom Typ mehr «Balance»-orientiert sind, sie sind tolerant, verständnisvoll, pluralistisch und

nehmen sich Zeit für den Patienten. Ein bekanntes Beispiel zu nennen, ist hier ungleich schwieriger, da Balancetypen selten die hierzu erforderliche Bekanntheit anstreben.

«Grün» – die Gilde der komplementären Ärzte und Therapeuten –, permanent auf der Suche nach Neuem, auf Entdeckungsreise im ewigen Spannungsfeld zwischen spontaner Kreativität und Kunst. Ihr Lebenslauf spiegelt den limbischen Grundtenor «Stimulanz»: zuerst reguläre Ausbildung Medizin oder Therapie, dann vielleicht Homöopathie, Osteopathie oder Akupunktur, oder vielleicht gleich beides oder alle drei. Es folgt eine endlos lange Liste von Fortbildungen längs und quer durch eine Vielzahl von Ideen, Konzepten und praktischen Fähigkeiten.

Zweiter Akt

Erkenne dein Gegenüber

Die Forschung spricht Klartext: Der Mensch kann auf Dauer nicht wider seine limbische Natur leben. Der dominante Typ verhält sich dominant bei der Arbeit, zu Hause, im Restaurant oder beim Power Shopping kurz vor Weihnachten. Er kann sein Temperament zügeln und modifizieren – aber nicht ändern. Das limbische Hexagon – die drei Haupt- und Zwischentypen – vermittelt einen guten Überblick über die verschiedenen Typen, ihr Selbstverständnis und den sich daraus ableitenden Tenor der Kommunikation.

Dritter Akt

Limbische Leitplanken für die Kommunikation mit dem Patienten

Sie eröffnen einem Patienten eine folgenschwere Diagnose, welche beispielsweise eine komplexe Operation oder eine langwierige konservative Therapie erforderlich macht. Nehmen wir an, Sie selbst sind vom Typ her «Balance»-orientiert, Ihre Stärken sind Einfühlungsvermögen und Verständnis. Sie beginnen die Eröffnung der Diagnose mit einem empathischen Blick, einer bedeutungsschwangeren Pause, und dann legen Sie mit bedächtiger Stimme los ... Damit treiben Sie einen Dominanztyp zum Wahnsinn, bevor Sie den ersten Satz über die Lippen gebracht haben. Oder umgekehrt, Sie sind ein High-End-Performer vom Dominanztyp, Ihnen steht ein klärendes Gespräch mit einem Patienten vom Balancetyp bevor. Ihre Zeit ist knapp bemessen, Sie fallen mit der Tür ins

Limbischer Typ	Schlüsselkriterium	Patientenprofil	Kommunikationsschlüssel
«Balance»	Sicherheit	ängstlich	Empathie
«Disziplin»	Kontrolle	diszipliniert	Beweisführung
«Dominanz»	Prestige	dominant	Klartext
«Abenteurer»	Pioniergeist	proaktiv	Herausforderung
«Stimulanz»	Abwechslung	suchend	Optionen
«Toleranz»	Offenheit	duldsam	Easy going

Zimmer, Ihre Stimme ist bestimmt, Sie sprechen Klartext, Sie fragen, ob es noch Fragen gäbe? Der Patient wird sich von Ihnen nie verstanden fühlen – egal, wie viel Zeit Sie sich nehmen und wie viel Mühe Sie sich geben.

Die Kunst der ärztlichen oder therapeutischen Kommunikation aus limbischer Sicht besteht darin, über den eigenen Schatten zu springen und die Sprache des Gegenübers zu sprechen.

«**Balance-Typ**»: Entwickeln Sie Empathie, bauen Sie ein betont vertrauensvolles Verhältnis auf. Diese Patienten brauchen Support und Sicherheit, Bewährtes steht im Vordergrund der therapeutischen Optionen. Schnellabfertigung, Experimente und zu viele Optionen sind Gift.

«**Disziplin-Typ**»: Hier sind ausführliche Erklärungen angebracht und werden geschätzt, der Patient will und braucht Kontrolle über das weitere Geschehen. Überzeugen Sie ihn mittels lückenloser Beweisführung, warum diese Therapie die richtige ist. Verzichten Sie auf alles Experimentelle.

«**Dominanz-Typ**»: Sprechen Sie unverblümt Klartext, fassen Sie sich kurz und seien Sie (ausnahmsweise) prägnant. Überweisen Sie diese Patienten im Zweifelsfall zum «besten», sprich bekanntesten Spezialisten. Ersparen Sie sich und dem Patienten lange Erklärungen und Gefühlsduseleien.

«**Abenteurer-Typ**»: Verpacken Sie das gesundheitliche Problem als Aufgabe, als Herausforderung, die es zu bewältigen gilt. Ein optimistischer Mix von Klartext und Optionen – und der Abenteurer-Typ wird die Herausforderung bei den Hörnern packen. Sicherheit, Nichtstun und Beweise sind von untergeordneter Bedeutung.

«**Stimulanz-Typ**»: Am besten, Sie bieten gleich von Anfang an verschiedene Optionen an. Dies gilt in Bezug auf die Ursachen des Problems – Genetik, Alter, Stoffwechsel, Psyche – und in Bezug auf die therapeutischen Optionen Schulmedizin, komplementäre Therapien, experimentelle Studien. Tradition, Disziplin und Prestige sind eher negativ besetzt.

«**Toleranz-Typ**»: Diese Patienten sind offen und können locker nehmen, was andere fertigmacht. Bleiben Sie «cool and easy. Hey – no big deal!» Eine persönliche Note und eine vertrauensvolle Atmosphäre helfen diesen Patienten, sich auf die neue Situation einzustellen. Disziplin, Prestige und Experimente erleiden bei so viel Gemütlichkeit Schiffbruch.

Nachspann

Limbisches Marketing der eigenen Praxis

Was für die Kommunikation eins zu eins gilt, ist auch für die Kommunikation nach aussen wichtig und richtig. Erster Schritt: Das eigene limbische Profil erkennen und sich ein entsprechendes Umfeld suchen. Zweiter Schritt: die genaue Umfeldanalyse. Die Prestigepraxis am Paradeplatz in Zürich (Dominanz) läuft unter einem anderen Vorzeichen als die Landarztpraxis in der tiefsten Innerschweiz (Balance). Der Tessiner ist ordnungsliebender (Disziplin) als der typische Suisse romand (Toleranz).

Die limbische Kommunikation muss stimmen! Die Welt des Inhabers und die Welt seiner Patienten treffen aufeinander und sollen sich finden. Der traditionell-konservative Landarzt (Balance) wird seine Praxis anders gestalten als die bunt gemischte Praxisgemeinschaft mit Arzt plus Ernährungsberatung, Akupunktur oder Physiotherapie im Angebot. So gesehen, wird jedes Detail wichtig: Die Praxisassistentin, Möbel und Interieur, Website, Visitenkarte. Am besten, Sie machen es wie das Schweizer Fernsehen: Sie verorten sich auf der limbischen Karte und sorgen dafür, dass alle involvierten «Player» diesem Profil ohne Kompromisse nachleben.

Kontakt:
Martin Amann
Institut für limbische Kommunikation
Seestrasse 53, 8703 Erlenbach
mamann@iflk.ch



MARTIN AMANN – Pionier des limbischen Marketings – hat unter anderem die Schweizer Bevölkerung nach limbischen Kriterien kartografiert. Nur so viel sei verraten: Bei den Frauen überwiegen über alle Altersgruppen hinweg die Bewahrer, bei den Männern dominieren je nach Alter Bewahrer oder Performer, vor den Abenteurern.

WELCHER TYP SIND SIE?

Das menschliche Verhalten ist gemäss limbischer Kommunikation abhängig von den drei Wesensprägungen Stimulanz, Balance und Dominanz:

- Der **Dominanz-Typ** ist aktiv und dynamisch, will sich durchsetzen, strebt nach Macht und Autonomie und demonstriert gern Status.
- Überwiegt die **Balance** im persönlichen Profil, stehen Sicherheit, Konstanz und Stabilität im Vordergrund, Störungen und Überraschungen werden nicht goutiert, die entsprechende Person ist eher zurückhaltend und optimiert ihren Energieeinsatz.
- Menschen hingegen, bei denen die **Stimulanz** am stärksten gewichtet ist, sind neugierig, gehen gerne Risiken ein, brauchen beständig neue Reize und Abwechslung; sie hassen die Langeweile.

Je nach individueller Ausprägung können die Menschen in Abenteurer, Performer, Disziplinierte, Bewahrer, Tolerante und Hedonisten unterteilt werden, und das Wissen darum kann in vielen Situationen nützlich sein. Wenn Sie wissen wollen, zu welchem Typ Sie gehören, können Sie sich unter <http://i-l-k.ch/web/> einem kostenlosen 5-Minuten-Test unterziehen. **Mü**