Das 5-Motive-Modell

Erfolg und Zufriedenheit hängen entscheidend von Ihren Fähigkeiten im Umgang mit Menschen ab! Grund genug, hieran zu arbeiten. Aus der Zusammenarbeit und Beobachtung tausender Menschen (Seminarteilnehmer, Coachees, Geschäftspartner usw.) ist ein einfaches Denkmodell entstanden, mit dessen Hilfe Sie menschliches Verhalten vermutlich besser werden verstehen (und beeinflussen) können als je zuvor. Das Modell besteht aus 5 Motiven, die menschliches Verhalten erklären. Für die ersten drei wird ein Mensch alles tun, um diese so kurzfristig wie möglich unerfüllt zu lassen. In den nächsten Ausgaben erhalten Sie jeweils ein Motiv dargestellt. Oft sind die scheinbaren Beweggründe nicht die wahren Beweggründe! Warum ist das so? Lesen Sie weiter...

Das erste Motiv: SICHERHEIT

Jeder Mensch braucht ein gewisses Mindestmass an Sicherheit - in körperlicher und emotionaler Hinsicht. Dies ist der Grund weshalb Menschen Zäune, Mauern und Grenzen bauen. Menschen werden zur Not an irrationalen, sachlich falschen oder destruktiven Verhaltensweisen festhalten, um das Gefühl von Sicherheit zu erlangen. Eine Person, die über das Umfeld oder die Leistung einer anderen Person schimpft ist vielleicht nicht wirklich unzufrieden, sondern einfach nur unsicher selbst gut dazustehen zu können. Eine Frau, die verzweifelt abnehmen möchte, aber dennoch übermäßig viel in sich hineinstopft, ist vielleicht nicht undiszipliniert sondern unterbewusst von Ihrem Bedürfnis nach Sicherheit vor Männern gesteuert, weil Sie vor vielen Jahren vergewaltigt wurde und Ihr Unterbewusstsein sie aus Streben nach Sicherheit durch (scheinbare) Unattraktivität schützen will. Wahrscheinlich bekommen Sie gerade eine Ahnung, weshalb viele Vorhaben und Änderungsversuche nicht besonders lange anhalten. Statt gegen sich selbst zu kämpfen, ist es viel sinnvoller, erfolgreicher und zufrieden stellender, das wirkliche Problem zu lösen.

Das zweite Motiv: BEDEUTSAMKEIT

Jeder Mensch braucht Aufmerksamkeit und das Gefühl, bedeutsam und wichtig zu sein. Es gibt positive und negative Wege, dies zu erreichen. Bei Kindern wird dies besonders deutlich. Erwachsene sind oft nicht anders – es ist nur meist nicht so offensichtlich. Wenn ein Hotelgast über sein Zimmer lospoltert, dann ist es vielleicht seine mangelnde gefühlte Bedeutsamkeit die hierzu führt. Eine Aussage wie „Herr/Frau xy, sie sind uns sehr wichtig, deshalb...“ kann oft wesentlich mehr bewirken als die Lösung des Sachproblems. Das Streben nach Bedeutsamkeit ist übrigens auch der Hauptgrund für Statussymbole. Gewalt ist eine der einfachsten Möglichkeiten, Bedeutsamkeit zu erlangen. Wenn Ihnen jemand eine Pistole an die Schläfe hält, dann ist er sofort sehr, sehr bedeutsam – und braucht dafür keinen Schulabschluss, keine besonderen Fähigkeiten und kein Feingespür im Umgang mit Menschen. Schenken Sie Menschen Bedeutsamkeit durch Anerkennung. Damit werden Sie mehr Menschen beeinflussen als Sie mit Argumenten jemals werden erreichen können. Benutzen Sie diese Erkenntnis aber auch einfach um Verhalten besser zu verstehen, statt zu urteilen.

Das dritte Motiv: NÄHE

Nähe ist ein Überbegriff für mehrere Elemente wie Liebe, Freundschaft, soziales Umfeld, Intimität und einfach der Austausch mit anderen Menschen. Wir Menschen brauchen eine ordentliche Portion hiervon. Zwei Beispiele, die dies sehr klar zum Ausdruck bringen: Gefangene ziehen in den meisten Fällen einen gewalttätigen Zellengenossen der Einzelhaft vor. Die Einzelhaft gilt als die höchste aller Strafen. Es gab mal ein grausames Experiment mit Säuglingen, die mit allem körperlich Notwendigen versorgt wurden, aber von jeglicher menschlichen Nähe abgeschnitten wurden. Das Experiment wurde nach wenigen Tagen nach mehreren Todesfällen abgebrochen. Furchtbar, aber wahr! Wenn man andererseits Menschen nach den schönsten Erlebnissen ihres Lebens fragt, bekommt man meistens Beschreibungen von Momenten besonderer Harmonie, Intimität oder Verbindung mit einer oder mehreren anderen Personen. Jeder findet einen Weg, Nähe zu bekommen. Es gibt auch hier konstruktive und destruktive Weisen, diese zu erreichen. Der Aufbau von Freundschaften und das Führen einer liebevollen Beziehung sind sicherlich konstruktive Wege. Machtausübung und der Versuch, andere Menschen finanziell, emotional oder organisatorisch von einem selbst abhängig zu machen führen auch zu einer gespürten Verbindung, sind aber selten langfristig erfüllend. Oft ist es (zumindest scheinbar) leichter, durch Jammern über Probleme die Nähe anderer Menschen zu bekommen als durch das Mitteilen einer gefundenen Lösung.

Das vierte Motiv: ABWECHSLUNG

Stellen Sie sich vor, die ersten drei Motive (Sicherheit, Anerkennung, Nähe) seien voll erfüllt. Sie wissen also genau was wann wo wie und mit wem passiert – und es bringt Ihnen sogar viel Anerkennung und Nähe. Für den Anfang ist dies wunderbar. Was aber geschieht dann nach einer Weile? Seitensprung, meinte ein Seminarteilnehmer neulich! Die Frage war zwar eigentlich nicht auf den speziellen Kontext Sexualität bezogen, aber die Antwort verdeutlicht dennoch das dann entstehende Problem, nämlich Langeweile. Wir Menschen brauchen zumindest mittelfristig ein gewisses Maß an Abwechslung, Spannung und Überraschung. Deshalb mögen wir Geschenke so gerne. Es gibt ein Spannungs- und Überraschungselement – und wir wissen, dass es positiv wird (zumindest wenn es kein hässlicher Strickpulli mit Elch drauf ist). Mangelnde Abwechslung ist einer der Hauptgründe, weshalb Menschen einen sonst guten Job, eine sonst funktionierende Beziehung oder ein schönes Heim für einen abwechslungsreichen Urlaub zeitweise oder vollständig verlassen. Dieses Streben nach Abwechslung ist nicht grundsätzlich gut oder schlecht, sondern ein menschliches Grundmotiv, das in manchen Fällen konstruktiv und in manchen Fällen destruktiv ist. Ein ausgewogenes Verhältnis ist gefragt. Viele Menschen bewerten in ihren Entscheidungen beispielsweise das Motiv Sicherheit in nahezu jeder Situation höher das Motiv Abwechslung und wundern sich dann weshalb ihr Leben so verdammt langweilig ist.

Das fünfte Motiv: ENTWICKLUNG

Wir Menschen brauchen das Gefühl, uns weiter zu entwickeln, zu wachsen und dazu zu lernen. Es gibt in unserer Welt sehr wenige Dinge, die gleich gut bleiben. Stillstand ist in der Regel ein Rückschritt. Pflanzen wachsen. Wenn sie nicht wachsen, dann sind sie tot. Unternehmen, die nicht Ihre Produkte, Ihre Mitarbeiter, Ihren Service, Ihre Kundenbeziehungen verbessern, werden unweigerlich Marktanteile verlieren. Wenn mir jemand in einem Coachinggespräch sagt, er wolle möglichst alles beibehalten wie es ist, dann beinhaltet dies eine gewisse Freude über den Ist-Zustand, aber auch einen der sichersten Wege, dies nicht aufrecht erhalten zu können. Damit etwas so gut bleibt wie es ist, müssen Sie es verbessern. Wenn Sie 10.000€ unter das Kopfkissen legen, dann wird es nach ein paar Jahren deutlich weniger wert sein. Sie müssen es verbessern (sprich in diesem Fall: Anlegen), damit der Wert gleich hoch bleibt.

Im Laufe der Jahre habe ich mit Tausenden Menschen in Sachen Erfolg, Zufriedenheit, Zielerreichung, Effektivität usw. zu tun gehabt. Ich müsste ein Idiot sein, um nach diesen Erfahrungen nicht gewisse Muster zu erkennen. Die meiner Beobachtung nach häufigste Gemeinsamkeit von Menschen, die erfolgreich und zufrieden zugleich sind: Die gelebte Suche nach permanenter Weiterentwicklung in allen Lebensbereichen. Das einseitige Verfolgen von Zielen in nur einem oder zwei der wichtigsten vier, fünf, sechs Lebensbereichen ist zumindest mittelfristig der Pfad zum Unglücklichsein. Bedeutet dies, dass man sich nie über das Erreichte freuen soll? Keinesfalls! Seien Sie dankbar in Bezug auf Ihre Vergangenheit sowie das Augenblickliche und seien Sie gleichzeitig nie gesättigt in Bezug auf Ihre Entwicklung

Weitere Tipps und Informationen zu Produkten finden Sie unter www.peoplebuilding.de

Hinweis für Journalisten: Wenn Sie Interesse an einem „maßgeschneiderten“ Artikel oder an einem spannenden Interview mit Zach Davis haben, dann senden Sie eine Email an Sabrina Jurchen sj@peoplebuilding.de

Hinweis für Webmaster: Sie können diesen Artikel als Content auf Ihre Website einstellen, sofern Sie den Hinweis "Dieser Artikel wurde geschrieben von Trainer, Speaker und Bestseller-Autor Zach Davis", sowie einen Link auf www.peoplebuilding.de einfügen. Dieser Artikel hat eine Länge von 7814 Zeichen.