

Daniela Schweikhart, LRA Zollernalbkreis

Stets motiviert bei der Arbeit?!

Um diese Frage zukünftig mit ‚ja‘ beantworten zu können, trafen sich sechzig Meisterinnen und Ausbilderinnen zum Tag der Hauswirtschaft im Seniorenzentrum Herzog Christoph in Bad Urach. Die Ausbildungsberaterinnen der Landkreise Reutlingen, Tübingen und Zollernalb, Daniela Schweikhart und Inke Meyer hatten dazu einen professionellen Referenten eingeladen, Peter Edwin Brandt, Unternehmensberater für Personalentwicklung, angewandte Rhetorik und Kommunikation in Tübingen.

Referat von Peter Edwin Brandt

Über verbreitete Motivationsirrtümer wie „Motivation ist Manipulation“ oder „Motivation kommt durch Geld“, stellt Peter Brandt die Motivation als das Ergebnis eines Prozesses dar. Die eigentlichen Antriebsfaktoren für unsere Arbeit können in vier Bereiche gegliedert werden. Dies sind zum einen die innere Antriebsstärke, die eigene Kraft, Dinge in die Hand zu nehmen und zu gestalten, zum Zweiten die „Selbstwirksamkeit“, der Einfluss, den wir auf unsere Verhältnisse zu haben glauben. Zum Dritten die Zeitperspektive, die Blickrichtung, die jeder Mensch auf die Vergangenheit, die Gegenwart und die Zukunft hat, um sich Ziele zu setzen. Der vierte Bereich, die emotionale Intelligenz, die innere Gestimmtheit und das passende Bauchgefühl, Dinge in die Hand zu nehmen und zu gestalten.

Zwei Arten der Motivation

Peter Brandt unterscheidet 2 Arten der Motivation: die allgemeine Motivation, aus der heraus jeder Mensch sein Umfeld gestalten will, und die spezifische Motivation, das konkrete Ziel einer Aufgabe im Blick. Gute Bedingungen für eine spezifische Motivation seien beispielsweise ein guter Ausgleich zwischen Anspannung und Entspannung („work-life-balance“), ein fester Glaube an die eigene Kraft, eine Einheit zwischen dem Denken im Kopf und dem Bauchgefühl und eine in die Zukunft gerichtete Zeitperspektive, um auch fernere Ziele ins Auge zu fassen. Zur Ausübung all dieser Fähigkeiten

6 Tipps zur eigenen Motivation:

Tipps 1:

Umgeben Sie sich mit Menschen, bei denen das Geben und Nehmen in einem guten Verhältnis steht, die Sie motivieren.

Tipps 2:

Räumen Sie auf, denn wer äußerlich aufräumt, räumt damit auch sein Innenleben auf.

Tipps 3:

Sorgen Sie für Ihren Körper! Ausreichend Schlaf und eine gute Pflege des Äußeren steigern das Wohlbefinden.

Tipps 4:

Bauen Sie ihr Selbstvertrauen auf, jeder hat Verantwortung für sein Selbstbewusstsein. Durch Strategien wie überschaubare Ziele setzen, hartnäckig bleiben und nicht aufgeben, Bewusstmachen der Stärken und Fähigkeiten oder das Notieren von kleineren und größeren Erfolgen können das eigene Selbstvertrauen systematisch stärken.

Tipps 5:

Konzentrieren Sie sich auf Ihre Stärken, nicht auf die Schwächen. Vergleichen Sie sich nicht mit anderen Menschen, schon gar nicht mit den falschen...

Tipps 6:

Setzen Sie sich klare, positiv formulierte und erreichbare Ziele.

7 Tipps für Motivatoren:

Tipps 1:

Versuchen Sie niemals, jemanden zu motivieren, dem Sie keine Sympathie entgegen bringen.

Tipps 2:

Sehen Sie im Menschen niemals nur ein Mittel, sondern immer den Zweck Ihrer Bemühungen.

Tipps 3:

Respektieren Sie die Würde, Einmaligkeit und Individualität eines jeden Menschen.

Tipps 4:

Sorgen Sie dafür, dass Menschen angstfrei mit Ihnen kommunizieren können.

Tipps 5:

Loben, ermutigen und fördern Sie so viele Menschen, wie es nur geht.

Tipps 6:

Seien Sie in Ihren motivatorischen Bemühungen ehrlich und transparent.

Tipps 7:

Haben Sie immer das Beste für eine größtmögliche Anzahl von Menschen im Auge.

ist auch der Raum zur Entfaltung nötig. Erfolg ruht auf drei Säulen: dem Wollen, dem Können und dem Dürfen. Ist eine der drei Säulen kürzer als die andern, ist das Erfolgsgebäude einsturzgefährdet. „Du kannst in anderen nur entzünden was in dir brennt!“ zitierte Brandt den Philosophen Augustinus. Ein unmotivierter Ausbilder wird niemals einen Mitarbeiter oder Auszubildenden zur Arbeit anregen können.

Anhand anschaulicher Beispiele erläuterte Peter Brandt Auswirkungen in verschiedenen Situationen. Beispielsweise verarbeitet der Mensch die ankommenden Informationen in 2 Hirnhälften, in der linken analytischen und in der rechten, die in Bildern arbeitet. „Bilder lassen sich nicht verneinen“, so der versierte Rhetoriker, „wenn Sie Ihrer Auszubildenden sagen ‚Lassen Sie das Glas nicht fallen!‘ entsteht in der rechten Hirnhälfte das Bild vom fallenden Glas, in der linken Hirnhälfte wird das Wort ‚nicht‘ registriert.“ Des-

halb falle dann das Glas häufig erst recht herunter. Arbeitsaufträge sind daher möglichst positiv zu formulieren: „Halte das Glas gut fest!“

Themenkomplex Konfliktgespräche

Durch eine Anregung aus dem Zuhörerkreis unternahm der kompetente Tübinger einen Exkurs in den Themenkomplex Konfliktgespräche und gab den Ausbilderinnen mit, in Konflikten und schwierigen Gesprächen niemals Dinge zu verallgemeinern, möglichst stets auf der Sachebene zu bleiben, Ich-Botschaften statt Du-Botschaften zu senden und immer ganz bei sich selbst zu bleiben.

Zu denken gab den hauswirtschaftlichen Führungskräften auch dieser Hinweis: „Wer alle Mitarbeiter gleich behandelt, ist nicht gerecht, er betreibt Gleichmacherei“. Dabei ging es um die Wahrnehmung und die Außenwirkung einer

Person. Durch die Körperhaltung wird der Seelenzustand ausgedrückt. Wer auf dem „Zahnfleisch läuft“, geht meist mit einer gebückten Haltung durch den Tag. Doch manchmal folgt der Gemütszustand aus der Körperhaltung und nicht umgekehrt. Durch eine aufrechte Haltung kann sich auch die Stimmung verbessern und sich der Körperhaltung anpassen.

Durch die Körperhaltung, durch Mimik und Gestik sendet jeder Botschaften an die Mitmenschen, die nicht mit Gesagtem übereinstimmen müssen. Differenzen und Unstimmigkeiten werden dabei von der Umgebung mit feinen Antennen wahrgenommen. Peter Brandt spielte in kleinen schauspielerischen Einlagen vieles Gesagte sehr anschaulich vor, so blieb das Gehörte bei den Zuhörerinnen nachhaltig in Erinnerung und gab Anlass zu großer Begeisterung über diesen gelungenen Tag der Hauswirtschaft.

Kurz mitgeteilt

Neuromarketing: Mit Gefühl ins Hirn der Zielgruppe - Was Hirnforschung mit Ernährungsinformation zu tun hat

(aid) - "Es gibt keine Entscheidungen ohne Emotionen", sagte der Psychologe und Bestsellerautor Dr. Hans-Georg Häusel auf dem Neuromarketingkongress in München. "Nur Emotionen geben der Welt Wert und Bedeutung."

Der neue Weg zum Glück heißt daher "Emotional Boosting", die Disziplin "Neuromarketing" - Marketing mit Unterstützung der Hirnforschung. Denn unterm Strich geht es der Industrie nicht viel besser als der Ernährungsaufklärung: Neun von zehn Produkteinführungen floppen. Häusel hat sieben Zielgruppen ausgemacht,

genannt "Braintypes", vom Abenteurer bis zum Traditionalisten. "Menschen suchen unbewusst immer die Marke, die ihnen ähnlich ist", so Häusel. Aufgabe des Neuromarketing ist es nun, die Produkte mit positiven Emotionen, passend zum "Braintyp" aufzuladen.

Auch Belohnungs- und Bestrafungssysteme spielen eine wichtige Rolle. Zum Beispiel bei Rabattekäufen. Prof. Christian Elger vom Universitätsklinikum Bonn, hat in Untersuchungen festgestellt, dass Rabattzeichen das Belohnungssystem maximal aktivieren. Das wiederum führt zu einer Verringerung des Kontrollsystems, der Kunde kauft blind. Auch kleine und mittlere Unternehmen oder Non-Profit-Organisationen könnten die Erkenntnisse des Neuromarketing

nutzen, davon sind die Experten überzeugt. Letztendlich geht es um den konsequenten Kundenblick. "Mein Rat an den nationalen Aktionsplan IN FORM wäre", sagt Häusel, "dass man stärker auf die neurobiologischen Zielgruppen eingeht. "In Form" ist für einen jungen Mann (Abenteurer) etwas ganz anderes als für eine ältere Frau (Traditionalistin).

Das erfordert unterschiedliche Argumentationsstrategien, Events oder auch Vorbilder." Elger meint, dass viele Aufklärungskampagnen zu rational angelegt sind. "Eine rationale Information dringt nicht in die Gedächtnissysteme, erst das Emotionale schließt die Gedächtnissysteme auf."

aid PresseInfo 19/09