



## Großartig im November 2017



Ruprecht Zupan  
€ 221.024,--



Klaus Hilgart  
€ 157.482,--



Ewald Mitter  
€ 106.273,--



## Die „fünf Tore“ der Wahrnehmung

Bevor wir unser individuelles Modell der Wirklichkeit entwerfen können, müssen wir sie zuerst einmal wahrnehmen. Dies geschieht mit Hilfe unserer Sinnesorgane, unserer Augen, Ohren, der Nase und des Tastsinns. Jeder von uns hat dabei zumindest einen bevorzugten Wahrnehmungskanal. Der eine nimmt zum Beispiel eher optische Informationen auf, der andere eher akustische. Wie Informationen aufgenommen werden, werden sie auch in dem Weltmodell repräsentiert. Die Vorliebe für bestimmte Wahrnehmungskanäle ergibt also eine spezifische Ausprägung des Weltmodells.

### DIE FOLGENDEN WAHRNEHMUNGSKANÄLE STEHEN UNS ZUR VERFÜGUNG:

- Sehen bzw. visuelle Wahrnehmung
- Hören bzw. auditive Wahrnehmung
- Fühlen bzw. kinästhetische Wahrnehmung
- Riechen bzw. olfaktorische Wahrnehmung
- Schmecken bzw. gustative Wahrnehmung

Die Bevorzugung eines oder mehrerer Sinneskanäle führen wie gesagt zu einer spezifischen Ausprägung des Weltmodells. Einen Hinweis darauf, wie dieses Modell aussehen kann, gibt dabei die Sprache. Ein visueller Typ bevorzugt in der Regele andere Wörter und Begriffe als ein auditiver Typ. Im folgenden ein paar Ausdrücke, die für die einzelnen Wahrnehmungstypen beispielhaft sind:

### FÜR DEN VISUELLEN WAHRNEHMUNGSTYP STEHEN DIE FOLGENDEN WÖRTER:

- Das kann ich nicht einsehen.
- Das siehst du ganz richtig.
- Ich kann erkennen, worauf Sie hinauswollen.
- Davon können Sie sich jetzt ein Bild machen.
- Schauen Sie mal, ich kann Ihnen das erklären.
- Hoffentlich übersehe ich jetzt nichts.
- Ich zeige Ihnen das einmal.
- Mir scheint, Sie haben recht.
- Hier dürfen wir nicht den Überblick verlieren.



### DER AUDITIVE TYP VERWENDET GERNE BEGRIFFE WIE DIE FOLGENDEN:

- Das hört sich gut an.
- Das klingt gut.
- Ich habe von Ihrem Angebot bereits viel Gutes gehört.
- Diese beiden Punkte müssen wir noch abstimmen.
- Das kann ich gut verstehen.
- Dieser Vorschlag kann sich hören lassen.
- Es ist doch nicht gesagt, dass die Zahlen stimmen.
- Ich rufe Ihnen noch einmal in Erinnerung, ...



### DER KINÄSTHETISCHE TYP VERWENDET MIT VORLIEBE WÖRTER WIE DIE FOLGENDEN:

- Ich fühle mich mit dieser Lösung sehr wohl.
- Ich spüre bei Ihnen noch einen gewissen Widerstand.
- Bei meiner Altersvorsorge müssen wir mit Fingerspitzengefühl vorgehen.
- Hoffentlich bekommen Sie jetzt keine kalten Füße.
- Ich begreife sehr wohl, was Sie meinen.
- Wir behandeln unsere Kunden wie alte Bekannte.
- Dieses Konzept hat Hand und Fuß.



### DER OLFAKTORISCHE TYP SAGT VORZUGSWEISE:

- Ihr Vorschlag riecht nach sehr hohen Prämien.
- Ich habe die Nase voll von sinnlosen Abschlüssen.
- Ich hoffe, Sie haben eine Nase für die Entwicklung der Finanzmärkte.
- Ich glaube, ich rieche den Braten bereits.
- Für gute Geschäfte habe ich einen hervorragenden Riecher.

### DER GUSTATIVE TYP IST AN DEN FOLGENDEN WÖRTERN ZU ERKENNEN:

- Das war für mich eine bittere Erfahrung.
- Ihr Vorschlag schmeckt mir nicht.
- An Ihrem Angebot kann ich keinen Geschmack finden.
- Ich werde sauer, wenn mich jemand über den Tisch ziehen will.
- Mit Ihrem Angebot beweisen Sie sehr viel Geschmack.
- Das Ganze hat einen bitteren Nachgeschmack.
- Ein saftiger Rabatt müsste aber schon möglich sein.

An diesen und ähnlichen Wörtern können Sie erkennen, welche Wahrnehmungskanäle z. B. Ihre Kunden bevorzugen und wie Sie ihr Weltmodell entsprechend ausgestalten. Wenn wir uns mit dem Kundengespräch beschäftigen, werden wir sehen, wie nützlich es ist, sich mit Hilfe solcher Wörter dem Weltmodell des Kunden zu nähern, ihm zu signalisieren: Ich verstehe dich, ich denke und fühle wie du.

Die Wahrheit ist eine gedachte Linie,  
die den Irrtum in zwei Teile teilt.  
- Elbert Hubbard



**PROFIT mit FIT!**

Euer Gerd Steinmair

„Alle Kriege enden mit Verhandlungen. Warum also nicht gleich verhandeln?“

- Jawaharlal Nehru

Vor vielen Jahren starb ein wohlhabender Mann im Orient. Seinen drei Söhnen hinterließ er siebzehn Kamele. In seinem Testament verfügte er, wie sie aufgeteilt werden sollen: Der älteste Sohn soll die Hälfte, der Zweitälteste ein Drittel und der Jüngste ein Neuntel der Kamele erhalten. Die Söhne saßen am Lagerfeuer und beratschlagten sich, wie sie den Willen des Vaters umsetzen sollen. Als sie nicht mehr weiterwussten, riefen sie einen weisen, alten Mann um Hilfe. Der Weise kam schon bald auf seinem Kamel angeritten und sagte ihnen: „Ich gebe Euch mein Kamel“. Die drei Brüder schauten sich an und verstanden nicht. Der alte Mann fuhr fort: „Nun bekommt der Älteste von Euch neun, der Zweitälteste sechs und der Jüngste zwei Kamele“. Eines blieb übrig; und so ritt er auf seinem Kamel fort.

Der größte Feind der Wahrheit ist oft nicht die Lüge, die bewusst ausgeheckte Unredlichkeit, sondern eine Wirklichkeitsblindheit, zu der beharrlich überredet wird.

- John F. Kennedy

Wer die Wahrheit für die Summe zweier Halbwahrheiten hält, der hat sich verrechnet.

- Lothar Schmidt

## IMPRESSUM

### **FIT Finanz- u. Anlageberatung Gesellschaft m.b.H. & Co.KG**

Novaragasse 4/4  
4020 Linz  
UID-Nummer: ATU58656779  
Firmenbuchnummer: 22025s  
Firmenbuchgericht: Landesgericht Linz  
Behörde gem. ECG: Magistrat der Stadt Linz

### **FIT-REAL Realitätenvermittlungs-, Finanz- und Anlageberatung Ge- sellschaft m.b.H.**

Novaragasse 4/4  
4020 Linz  
UID-Nummer: ATU58421611  
Firmenbuchnummer: 84901f  
Firmenbuchgericht: Landesgericht Linz  
Behörde gem. ECG: Magistrat der Stadt Linz