

Helmut-Whitey Kritzinger

Geld-Yoga

Das Geheimnis von Haben und Sein

Der entspannte Weg zur ersten Million

Phönix

Der Phönix-Verlag und der Autor behalten sich eine Nutzung des Werkes für Text und Data Mining im Sinne von § 44b UhrG vor.

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck, auch auszugsweise, sowie Verbreitung durch Film, Funk, Fernsehen und Internet, durch die fotomechanische Wiedergabe, Tonträger und Datenverarbeitungssysteme jeder Art, sowie der mikromechanischen Verfilmung nur mit schriftlicher Genehmigung durch den Verlag. Diverse Bezeichnungen in diesem Buch (Titel, Autorennamen u. A.) sind als Markennamen international geschützt wie z. B. Life-Scouting®, Coaching war gestern®, Kritzinger®, Makrogramm® u. a. m.)

Geldyoga 978-3-945702-35-2
Geldyoga 978-3-945702-33-8
Geldyoga 978-3-945702-34-5

Print
E-Book PDF
E-Book Epub

Inhalt

Einführung	13
Kapitel 1	
Geld, Identität und Kommunikation	27
Die sieben Hintergründe von Geldproblemen	31
Geld lebt von innovativen Ideen des Menschen	33
Selbstwert-Eigenwert-Selbstvertrauen-Urvertrauen	36
Ihre Eignungen und Fähigkeiten sind Ihr Vermögen!	40
Beziehung als Business	48
Kapitel 2	
Die Psychologie des Geldes	51
Schuld und Schulden durch mangelnden Selbstwert	56
Manifestationsfähigkeit und Vaterproblematik	60
Selbstwert und Kreativität	62
Vertrauen und Liebe	65
Das Geheimnis von Haben und Sein	67
Kapitel 3	
Die Sinn-Ökonomie und Finanzielle Freiheit	71
Was versteht man unter Sinn-Ökonomie?	73
Finanzielle Freiheit in der Sinn-Ökonomie	76
Die Sinn-Ökonomie und die Generationen Y und Z	86
Der Wert der Arbeit	94
Kapitel 4	
Geld und Sexualität	97
Körper-Kommunikation - Sinnlichkeit ist Trumpf	98
Mate Value - Der Wert eines Partners	102

Sexueller Mate Value	104
Die Essenz von Geld und Sexualität	108
Sexualität, Macht und finanzielle Freiheit	110
Kapitel 5	
Finanzielle Freiheit - Gewinne bis 300 Prozent	113
Viel gearbeitet - viel verdient - und jetzt?	115
Steuroptimierte Immobilienfinanzierung	123
Steuermodelle für Selbstständige - E-Zonen in der EU	132
Gründung und Nutzung einer europäischen Holding	135
Beispiel für eine steuroptimierte Struktur – 2%/5% Steuer	138
Kapitel 6	
Neuromarketing - Warum Emotionen besser verkaufen	149
Wie das Gehirn Storytelling versteht	150
Neuroökonomie und ihre Rolle im Marketing	156
Aktivierung des Belohnungssystems	160
Anwendung im Marketing	165
Kapitel 7	
Geld-Therapie - Die Heilung Finanzieller Probleme	173
Geld und Identität	177
Schulden und ihre psychologischen Auswirkungen	179
Praktische Schritte in der Geld-Therapie	183
Fallbeispiele zur Veranschaulichung	191
Kapitel 8	
Traumjob-Design - 120 sichere Zukunftsberufe	203
Das Limbische Strukturmodell	207
Eignungen (Begabungen)	217
Neigungen (Big-Five-Persönlichkeitsmerkmale)	233
Interessen und Wünsche (RIASEC-Modell)	247

Kapitel 9	
Vier Mal Glück - Leben in vollkommenem Reichtum	259
4 Versionen Ihrer Lebenskarriere	260
The Perfect Day	265
10 Schritte für meine beste Zukunft – Das Life-Blending-Modell	268
Register	273
Literatur- und Leseempfehlungen	276
Seminare- und Fortbildungen	277

Einführung

Geld bedeutet Kommunikation

Ist Geld gut oder schlecht? Ist der Mensch eine Maschine ohne Individualität? Ein roboterhaftes Wesen, das nur nach Geld und Besitz strebt? Die neuesten Forschungsergebnisse aus Gehirnforschung, Verhaltensökonomie, Psychologie und Neuromarketing zeigen ein ganz anderes Bild von einem nach Individualität strebenden Menschen. Fakt ist: Nutzt eine Person seine ihm innewohnenden Eignungen, Potenziale und Werte, zusammengefasst in einem so genannten *Persönlichkeitsportfolio*, ergeben sich daraus vielfältige Möglichkeiten, eines sinnvollen Lebens- und Arbeitsmodells, das sich nachhaltig sowie werthaltig auf jetzige und künftige Lebensherausforderungen anpassen lässt.

Menschen, die gut kommunizieren können, haben keine Geldprobleme! Finanzielle Resilienz ist in unseren bewegten Zeiten von daher ein wichtiger Begriff, um mit vielen Unwägbarkeiten in Umbruchszeiten wie diesen, sinnvoll umgehen zu können. Haben bedeutet, sich seines Potenzials bewusst zu sein und diese persönlichen Werte auch zu kommunizieren. Am einfachsten wird dieser Zusammenhang in der weltweit wirksamen «Sinn-Ökonomie» verständlich.

Wer bin ich? Ein Großteil dieses Ichs arbeitet ca. 40-45 Jahre, investiert die meiste Energie- und Lebenszeit in diverse

Tätigkeiten, deswegen ist es von entscheidender Bedeutung, welche Arbeit am besten zu Ihnen passt und nicht umgekehrt! Viel Geld können Sie am besten und sichersten durch ihren Traumjob verdienen, am Ende dieses Buchs finden Sie den Limbischen Strukturtest, um sinnvoll beginnen zu können.

Beim entspannten Umgang mit den Finanzen sind primär individuelle Fähigkeiten und Eigenschaften, sowie ein stabiles Grundwissen in Strategie- und Management von essentieller Bedeutung. Wenn Sie mehr über Ihren Persönlichkeitskern erfahren und wissen wer Sie sind, ist es sehr einfach, einen finanziellen Weg zu verfolgen, der zu Ihnen, Ihrem Leben, ihren Beziehungen und ihrer Zukunft, perfekt passen wird. Wenn Sie mehr als ein lauwarmes Leben in Passivität und Sorge erleben möchten, und ein fünfstelliges Monatseinkommen nach einer bestimmten Zeit ernten möchten, müssen Sie die im folgenden geschilderten Werte implementieren. Ich spreche aus eigener Erfahrung aus 30 Jahren Lehr- und Seminartätigkeit mit über 50.000 Teilnehmer* innen aus 12 Ländern und der Beratertätigkeit mit Konzernen und KMUs und dadurch generierten Millionenumsätzen. Sie haben es also hier *nicht* mit einem idealistischen Buchautor zu tun, der keine eigenen Millionen vorweisen kann.

Werte wie Haben und Sein sind keine Gegensätze mehr, sondern in ihrer gesunden Wechselwirkung zueinander die *notwendige* Grundlage für ein sinnerfülltes Leben. Die einseitige

Sichtweise auf das existenzielle Thema Geld, dass es entweder mit Gier, Neid und Macht (westliche Zivilisationsvorstellung) auf der einen und mit Moral, Askese, Verzicht und Leid auf der anderen Seite in Verbindung gebracht wird (traditionelle östliche Vorstellung aus dem Yoga), ist nicht mehr zeitgemäß. Haben und Sein als Grundlage der sich weltweit stark ausbreitenden Sinn-Ökonomie, zeigt das schon heute sehr gut. Die Sinn-Ökonomie zeigt viele neue Grautöne- und Schattierungen zwischen den Extrempositionen des üblichen Schwarz-Weiß-Denkens in Geldangelegenheiten. Eine gängige Schuld-moral, die noch vom lutherischen Ablasshandel abstammt, braucht niemand mehr, genau so wenig die pure Geldgier, die unseren Planeten auf Dauer fix und fertig macht. Eine einseitige Perspektive auf Geld, wie die Entwicklungsgeschichte des Geldes zeigt, hatte noch niemanden, weder Staaten noch Privatpersonen, wirklich weitergeholfen. Geld ist eine kollektive Projektionsfläche für das Sein- und Habensverständnis des Menschen. Auch hier hilft die Goldene Mitte zwischen den Extremen zum Verständnis, dass Geld, neben Liebe, Gesundheit und Beruf die wirklichen Fundamente im Leben darstellen.

Bevor ich Ihnen gerne erkläre, wie Sie erfolgreich und vor allem entspannt den Weg zur ersten Million gehen können, ist es fundamental wichtig, einige wenige Grundprinzipien zum Thema Geld zu verstehen. Ich wünsche Ihnen schon jetzt eine gute Reise.

Sein oder Nicht-Sein (das ist hier die Frage)?

Diesen existenziellen Grundbegriffen menschlichen Seins, den schon Shakespeares Statement „To be or not to be“ im Jahre 1601 bis heute publikumswirksam aufgriff, zeigt sich die einzigartige Brücke vom Individuum zur Gesellschaft: Sein oder Nicht-Sein? Die Soziologie dieser Verbindung ist gleichbedeutend mit der menschlichen Existenz von Freiheit oder Abhängigkeit, von Entwicklung, Stillstand oder Tod im Leben. Kommunikation ist in seinen vielfältigen Ausdrucksformen die einzige und primäre Handlungsform, die das Sein des Individuums mit der Gesellschaft sinnvoll und nachhaltig miteinander verbindet, sowie langfristig wachsen lässt. Indem Hamlets Protagonist Zweifel am Leben und gleichzeitig am Tod äußert, entsteht die europäische Seinsfrage par excellence.

Die über 350 Jahre später erschienenen Arbeiten von Erich Fromm sind schon lange obsolet geworden, welcher den meisten Menschen u. A. vorwirft, Konsum mit Liebe zu verwechseln. Fromm hatte ein ausgeprägt deterministisches Menschen- und Weltbild, ganz in der Tradition der Psychoanalyse.

Die psychologischen Mechanismen der Geldentstehung, wie man es vermehrt oder verliert, sind aus der Verhaltensökonomie und dem Neuromarketing schon lange bestens bekannt. Wer die sieben Hintergründe von Geldproblemen kennt, die an späterer Stelle im Buch vertieft behandelt werden, sowie sein eigenes Persönlichkeits- oder Wertepportfolio entwickelt, kann

mit großer Gelassenheit auf seine Finanzen schauen und benötigt vor allem eines nicht mehr: Verlustangst oder Gier! Denn Menschen, die ihren Begabungen folgen, können sich selbst und anderen den größeren Nutzen stiften. Das Verständnis dieser Hintergründe sind der Schlüssel dazu, sinnvoll und entspannt gutes Geld mit einer sinnvollen Tätigkeit zu verdienen. Nicht selten kann mit diesem handlungsorientierten Wissen ein großer persönlicher wie auch materieller Reichtum auf wirklich entspannte Weise generiert werden.

Es gilt also, die einseitige Sicht auf Geld durch eine *neue Vielfalt* von Geldperspektiven auszutauschen.

Yoga - ein Weg mit vielen Möglichkeiten

Yoga und dessen Wortwurzelstamm „yui“ bedeutet „Verbinden“, „Einswerden“ und hat über die Jahrtausende hinweg unzählige Methoden entwickelt, den Emotionalen und Geistigen Energiefluss des Menschen zielgerichtet und professionell einzusetzen. Dabei ist es nicht notwendig, an Gott oder ähnliche Illusionen zu glauben, da die ersten Yoga-praktizierenden, die sog. „Yogis und Yoginis“, diese Methoden lange vor dem Entstehen jeglicher Religionen praktizierten; die Rede ist von ca. 4500 Jahren vor der europäischen Zeitrechnung.

Yoga bedeutet, die Kontrolle und Disziplin des eigenen Energieflusses von Gefühlen, Gedanken und sämtlichen, sinnlichen Wahrnehmungen zielgerichtet auf ein bestimmtes Ziel zu

richten, um mit diesem in eine vollkommene Einheit zu gelangen, der Verschmelzung von Subjekt und Objekt.

In der traditionellen Vorstellung des Yoga geht es um Erleuchtung, also der Einswerdung mit dem zentralen Kern des Universums. In Yogischer Sprache meint dies die Vereinigung von «Atman» und «Brahman». Diese sehr obsolete Vorstellung geht davon aus, dass bei der Geburt eines Menschen eine «Seele», (was auch immer das sein soll) in den neugeborenen Körper inkarniert. Das höchste Ziel nach traditioneller hinduistischer und buddhistischer Vorstellung ist die «Wiedervereinigung» mit diesem kosmischen Ursprung allen Seins, also dem Brahman.

Vor Jahrmillionen mag das zwar für einige Individuen attraktiv gewesen sein - in der heutigen Zeit wirkt es tatsächlich aus der Zeit gefallen, einsam den Weg des «Sadhana» - der traditionelle indische Geistespfad mit allerlei moralischen Yoga-Praktiken - zu gehen. Dieses fix vorgeschriebene, mönchische Leben oder auch der Weg des «Sannyas» (Entsagung) führt unbedingt in Isolation, Einsamkeit und Depression.

Yoga ist zudem viel mehr, als das Praktizieren von Körper- und Atemübungen und dem damit verbundenen Instagram-Lifestyle, wo Yoga undifferenziert genau so wie Zahnpasta oder Dosenravioli beworben wird. Soziale Medien wie Tik-Tok bieten als Gipfel größtmöglicher Oberflächlichkeit, Yoga als Instant-Erleuchtungsmethode an!

Es ist gut und richtig, Vollkommenheit anzustreben - es

existieren auch brauchbare Mittel und Wege (z. B. die Yoga-Sutras des Patanjali), jedoch bestimmen weder Religionen, Spirituelle Sekten oder Gurus, was für ein Leben nach der Erleuchtung oder dem vollständigen Erwachen geführt werden soll. Es ist und bleibt jedem Menschen selbst überlassen, wie, wann und wo das vollkommene Leben «danach» geführt wird! Oder glauben Sie wirklich an all den faschistischen Karma-Kram, an Himmel und Hölle, an eine Erbsünde (christliches Dogma)?

Das größte Problem aller Spirituellen und Religiösen Gruppierungen ist doch, dass alle - ohne Ausnahme - an ein gutes oder optimales Leben erst *nach* dem Tod glauben! Wir sind schließlich alle dazu geboren, um in *dieser* Welt zu leben - und zwar erfüllt, gesund und finanziell unabhängig zu sein! Es gibt kein Leben nach dem Tod, finden Sie sich damit ab. Askese, Fasten, Demut, Leiden..... ein Leben geduckt in Entsagung mit der Bettelschale in der Hand führen? Wollen Sie wirklich die Millionste *Kopie* eines Jesus oder Buddha sein? Jeweils eine dieser Gestalten reichte schon vollkommen aus.

Geld - Tauschmittel auf Vertrauensbasis

Die Grundlage, um über «Geld» die richtigen Gedanken zu finden, ist die Tatsache, dass es sich um ein imaginäres Tauschmittel auf Vertrauensbasis handelt. Vertrauen ist jedoch nur die kleine Schwester der Kommunikation, die den Austausch persönlicher und materieller Wertehaltungen im zwischenmenschlichen

Bereich überhaupt erst ermöglicht. Geld besitzt lediglich eine Symbolkraft im Sinne von Wert und Gegenwert, es ist abhängig von der Gesellschaft und den Menschen, die mit diesem Symbol des Tauschhandels von Waren- und Dienstleistungen, umgehen. Geld als offiziell anerkanntes Kompensationsmittel ist lediglich Spiegelbild eines global funktionierenden Wirtschaftssystems, dass durch den Austausch von Waren- und Dienstleistungen in Gang gehalten wird. Somit besitzt es als universelles Tauschmittel den Charakter von Kommunikation und Transformation.

Geld ist ein Wertaufbewahrungsmittel

Vereinfacht, aber professionell ausgedrückt ist Geld ein Wertaufbewahrungsmittel. Je nach persönlicher Umgangsweise vervielfacht es seinen Gegenwert in Haben- oder Sollform. Geld besitzt also wiederum eine *eigenständige* Wachstumsdynamik (Zinseszins).

Ein Wert, der zum richtigen Zeitpunkt beim entsprechenden Zielobjekt besonders gut herausgestellt und kommuniziert wird, wird als viel höher bemessen, als wenn exakt der gleiche Wert (Ware- oder Dienstleistung) zwar angeboten wird, aber den richtigen Rahmen verfehlt, obwohl es sich um die gleiche Qualität des gleichen Produktes handelt. Dies nennt sich Zielgruppenkommunikation oder Product-Placement.

Seit Richard Nixons Wirtschaftsreform im Jahre 1971, besitzen weltweit alle Geldwährungen keinen realen, sicht- oder

messbaren, gleichwertigen Gegenwert (z. B. als Goldreserve) mehr. Diese Tatsache, dass Geld nicht mehr «sicht- oder greifbar» sein muss, ist fast allen Menschen klar, wenn sie Kreditkartengeld zur Bezahlung nutzen oder Waren oder Dienstleistungen auf «Rechnung» zur Verfügung gestellt bekommen. Der übergeordnete Begriff jeglichen Austauschs von Waren- und Dienstleistungen, ist von daher die Kommunikation.

Innerer und äußerer Reichtum

Geld ist weltweit eine sehr beliebte Projektionsfläche, um persönlichen Erfolg, aber auch um eigenes Versagen rechtfertigen zu wollen. Geld als Tauschwert muss als Kommunikationsmittel verstanden werden - denn Menschen, die gut kommunizieren können, haben grundsätzlich *keine* Geldprobleme!

Geld ist also viel mehr als ein betriebswirtschaftliches Mittel zum Zweck, sondern *auch* ein Ausdruck unserer persönlichen und sozialen Werthaltungen. Die Potenziale, Möglichkeiten und Lebensoptionen eines Menschen werden auch als *innerer* Reichtum bezeichnet - im Kontrast zum sichtbaren, materiellen Reichtum. Wenn sich Menschen professionell mit ihren inneren «Reichtümern» Werten, Eignungen und Potenzialen auseinandersetzen, entsteht so ein «Persönlichkeits- oder Werteportfolio». Dieses ermitteln Sie im späteren Kapitel «Traumjob-Design». Einfache Formulare zum spielerischen Ausfüllen, begleitet durch professionelle Auswertungen führen

Sie dort sicher zu Ihrem Persönlichkeitsportfolio, der Grundlage jeglichen Erfolges.

Das Persönlichkeitsportfolio eigener Werte macht uns wertvoll - Kompass und Orientierungshilfe

Dieses Persönlichkeitsportfolio beschreibt den inneren Reichtum an Talenten, Potenzialen, Werten und Eigenschaften (nicht jedoch ihrer Interessen, Wünsche oder Ziele, die lediglich zu über 95% Prägungen von Elternhaus, Umfeld und Gesellschaft sind!). Die persönlichen Eignungen (nicht Neigungen!) zeigen deutlich, was Sie von anderen Menschen unterscheidet bzw. im letzteren Fall, *überhaupt nicht* unterscheidet. Dieses individuelle, persönliche Werteportfolio können Sie selbstverständlich bei Bedarf zu äußerem Reichtum, also Geld, verwandeln. Voraussetzung hierfür ist die Koordination möglichst vieler oder aller Persönlichkeitseigenschaften zu einem harmonischen Gesamtbild - dem so genannten Persönlichkeitsportfolio. Es geht beim Persönlichkeitsportfolio als Kompass und Orientierungshilfe darum, von der *Fremdsteuerung* zur *Selbststeuerung* umzuschalten.

Äußere Werte sind fragiler als die persönlichen Werte, deshalb ist die Klarheit hierfür von entscheidender Bedeutung, welche Werte ich vertrete, wer ich bin und wo ich im Leben hin will. Zwei Menschen können über die exakt gleichen oder sehr ähnlichen Potenziale verfügen und - rein äußerlich betrachtet - entweder in einer bunt angemalten Plattenbausiedlung, dem

Reihenmittelhaus mit kleinem Vorgarten, oder in einer einzigartig designten Großraumvilla in Hanglage, leben. Dieses plakative Beispiel findet sich auch oder geradezu in völlig verarmten Ländern der dritten Welt, sowie in den westlichen Industriestaaten, parallel wieder. Es ist jedoch überhaupt *nicht* ausgemacht, welche Bewohner dann in welcher Behausung glücklicher sind oder sein können!

Darüber hinaus kann Geld als Maßstab für den Wert von Waren und Dienstleistungen dienen, da der Preis einer Ware oder Dienstleistung oft durch Angebot und Nachfrage sowie durch die verfügbare Geldmenge beeinflusst wird. Geld kann auch als Instrument zur Vermögensbildung und zum Erreichen von finanziellen Zielen dienen. Geld hat jedoch auch seine Nachteile. Es kann zu Gier und sozialen Unterschieden führen, wenn Menschen versuchen, immer mehr Geld zu verdienen und dadurch andere übervorteilen.

Außerdem kann Geld dazu führen, dass Menschen den Wert von Dingen aufgrund ihres Preises und *nicht* aufgrund ihres tatsächlichen Nutzens bewerten.

Aristoteles - Die Nikomachische Ethik der Ökonomie

Insgesamt ist die Bedeutung von Geld sehr umfassend und hängt von individuellen und gesellschaftlichen Faktoren ab, so wie es schon Aristoteles in seiner «Oikonomia» beschrieben hatte. In der Nikomachischen Ethik beschreibt er die Grundlagen einer

Gemeinschaft, indem er jedem Menschen das Recht und die Pflicht zuordnet, sich gemäß seinen Eignungen und Fähigkeiten zu entwickeln.

Geld kann in vielen Fällen dazu beitragen, das Selbstwertgefühl einer Person zu steigern, da es ihr die Möglichkeit gibt, ihre Bedürfnisse zu erfüllen und ihre Ziele zu erreichen. Wenn jemand genug Geld hat, um sich beispielsweise ein angenehmes Zuhause, Bildung, Gesundheitsversorgung und Freizeitaktivitäten leisten zu können, kann das zu einem Gefühl der Sicherheit und des Wohlbefindens beitragen. Man darf nie vergessen, das Geld, in welcher Relation auch immer, lediglich ein symbolischer Gegenwert zu «etwas» darstellt und «an sich», isoliert ohne Tauschwert betrachtet, *keinen eigenen Wert* besitzt! Jedoch ist Geld allein nicht die Quelle des Selbstwertgefühls. Die Wertschätzung von Familie, Freunden und Kollegen sowie persönliche Erfolge und Errungenschaften können ebenso dazu beitragen. Eine gesunde Selbstachtung und Selbstliebe kommen aus vielen Aspekten des Lebens und erfordern eine Vielfalt von Faktoren wie Selbstreflexion, Selbstfürsorge, Selbstvertrauen und Selbstakzeptanz. Eine ausgewogene und befriedigende Lebensweise erfordert eine Vielfalt von Aspekten wie soziale Beziehungen, Gesundheit, Bildung, persönliche Erfüllung und emotionales Wohlbefinden.

Zusammengefasst ist Geld daher folgendes:

Tauschmittel: Geld ermöglicht den Handel, indem es als Mittel für den Austausch von Waren und Dienstleistungen dient. Anstatt direkt Waren gegen andere Waren zu tauschen (Tauschhandel), wird Geld als Vermittler verwendet, um den Handel effizienter zu gestalten.

Wertspeicher: Geld dient als Speicher von Wert, da es den Wert im Laufe der Zeit bewahrt. Im Gegensatz zu verderblichen Gütern kann Geld als langfristige Wertanlage genutzt werden.

Recheneinheit: Geld fungiert als Maßeinheit, mit der der Wert von Waren und Dienstleistungen bewertet werden kann. Es erleichtert den Vergleich von Preisen und Werten.

Kommunikation: Geld ist völlig von seinen Gegenwerten abhängig und somit ohne diese nicht existent (siehe Inflation). Wenn Sie gut kommunizieren können, können Sie strategisch einen Börsenkurs enorm steigern oder auch gezielt in den Abgrund eines Penny-Stocks führen (siehe Kodak).

Vertrauen: Die Bedeutung von Geld beruht auf dem Vertrauen, das die Menschen in seine Funktionen und seinen Wert haben. Es spielt eine entscheidende Rolle in Wirtschaftssystemen und beeinflusst viele Aspekte des gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und individuellen Lebens.

Geld, Identität und Kommunikation



**Die Vorwärtsbeuge -
Prasarita-Pattoansana**

Geld, Identität und Kommunikation

Das Thema Geld ist daher eine direkte Konfrontation mit unserer Identität. Geld ist ein symbolisches Tauschmittel, das eine ausgeprägte Eigendynamik besitzt und sich nach den bestehenden Zinsgesetzen im weltweiten Wirtschaftskreislauf mit positivem oder negativem Vorzeichen, eigenständig immer weiter vermehrt. Geld bedeutet vereinfacht ausgedrückt, ein allgemein festgelegter Tauschwert, der den früheren, reinen Tauschhandel der Naturalwirtschaft, ersetzte. Die heutigen Geldformen entstanden aus Primitivgeld, z. B. Muscheln, Reis oder Gerste, die im Geschäftsleben als Tauschmittel verwendet wurden.

Ziel dieses Buches und insbesondere der Geldyoga-Seminare® dazu ist es, mit den eindeutig klischeehaften Vorurteilen gegenüber der kollektiven Projektionsfläche Geld aufzuräumen. Werfen wir ein neues Licht auf ein Energiesymbol, das nicht nur die materielle Welt bewegt. Armut ist eine Einschränkung, die in der Natur der Evolution nicht vorgesehen ist, da Wachstum *für* ein Soziales Miteinander der Antreiber der Evolution ist. Bei der Betrachtung der Natur sehen wir einzig Überfluss, meist sogar Verschwendung.

Geldprobleme sind konditionierte Anstrengungen des Verstandes, stellen ein Vater- und Kommunikationsproblem dar und zeigen unsere persönliche Einstellung zum Thema Selbstwert. Finanzieller Reichtum ist nicht unsozial, im Gegenteil, damit können sinnvolle Projekte der eigenen

Entwicklung und die anderer besser gefördert werden. Geld ist auch ein Ausdruck, wie wir mit unserer Umwelt kommunizieren können. Hören Sie auf, Geld nur einseitig moralisch oder nur materiell zu bewerten! Geld ist also primär eine Projektionsfläche des sozialen Miteinanders!

Um das besser zu verstehen, denken Sie an die Inflation zum Kriegsende 1945, bei der 1 Liter Milch ca. 2 Millionen Reichsmark kostete. Das Thema Geld wird meist noch als eine Angelegenheit materieller Natur angesehen. Weniger bekannt ist die extrem temporäre bzw. flexiblere Position seines tatsächlichen Gegenwertes als Wertaufbewahrungsmittel. Betrachten Sie bitte dazu das Verhalten und die Bewegungen von unterschiedlichen Währungen und Aktienkursen untereinander an nur einem Tag oder nur innerhalb einer Stunde einer beliebigen Wertpapierbörse.

Die Fähigkeit, Wünsche, Visionen und persönliche Träume umsetzen zu können, ist eine wichtige Fähigkeit des Menschen hinsichtlich seiner Selbstwirksamkeit. Geld ist in der Konsumwelt ein notwendiges Hilfsmittel der Manifestation - mehr nicht. Trotzdem sollte es eine Freude sein, damit gelassen und entspannt umgehen zu können. Geld ist Wertmaßstab sowie eine Recheneinheit. Der Wert einer Geldeinheit wird als Kaufkraft bezeichnet. Aus der Psychologischen Forschung, der Schuldnerberatung sowie mannigfachen Sozialstatistiken ergibt sich folgendes Muster bei Problemen mit dem Thema Geld:

Die sieben Hintergründe von Geldproblemen:

- Geldprobleme sind Kommunikationsprobleme.
- Geldprobleme sind veraltete, rudimentäre Vater- und Autoritätsprobleme.
- Geldprobleme entstehen durch ein mangelndes Selbstwertgefühl.
- Geldprobleme entstehen durch das passive Unverständnis des sozialen und kommunikativen Prinzips von Geben und Nehmen.
- Geldsorgen tragen in sich das Potenzial nicht gelebter Persönlichkeitspotenziale.
- Geldsorgen entstehen durch unbewusste Schuldgefühle, die in einer Leistungsgesellschaft ökonomische Schuldsituationen nach sich ziehen können.
- Geldprobleme sind ein Hinweis auf das „Mutter-Theresa-Syndrom“ samariterhafter Fremdbestimmung.

Geld und Sexualität



Kranichstellung -
Kakasana

Körper-Kommunikation - Sinnlichkeit ist Trumpf

In diesem Kapitel beschreibe ich Ihnen handfeste und praktische Anwendungen für den Alltag unserer Gesellschaft in Bezug auf Sexualität und Geld. Das dahinterstehende Energie- und Wirkungsprinzip bei beiden Werten sehr ähnlich und steht daher in ständiger Wechselbeziehung zueinander.

Wir hatten bereits im ersten Kapitel den Zusammenhang des Prinzips von Geben und Nehmen als evolutionäres Prinzip menschlichen Lebens- und Lernens kennen gelernt. Diese Form der fundamentalen Kommunikation und des Austauschs im zwischenmenschlichen Bereich kann von einfachen Formen der Kooperation, über Bindung und sozialer Nähe, zu festen Beziehungsverhältnissen führen. Je intensiver die Zusammenhänge persönlicher Nähe in diesem Bereich werden, umso stärker wächst auch das Vertrauen im Hintergrund jeder Beziehungsform als stillschweigend vereinbarte Kommunikationsform. Dieses eher unbewusste Zulassen von Nähe und Vertrauen in bestimmten Lebensbereichen kann je nach Bewusstseinsentwicklung einzelner, beteiligter Personen zu Einseitigkeiten führen; es sei an dieser Stelle dahingestellt, ob subjektive Intensionen aus Gründen persönlicher Defizite, verdeckten Machtansprüchen, Überlebenskampf oder einfach auf Nachlässigkeit beruhen mögen. Die Symmetrien der Interessenlagen können jedoch im Fall ausschließlich über bewusste Kommunikation gelöst wer-

den. Jegliche Formen dieser Austauschverhältnisse sind zuerst sozial und nicht ökonomisch bedingt! Vertrauensverhältnisse wachsen selbstständig und sind somit zum Großteil emotional gesteuert und primär in ihrer Entstehung nicht von Macht beeinflussbar. Erst wenn ein gewachsenes Vertrauen existiert, kann Macht diese Verhältnisse zementieren und damit ausnützen.

Neurobiologisch gesehen, entstehen primär im Limbischen System des Gehirns Verdrahtungen und damit im Unbewussten. Das Limbische System ist der älteste Teil unseres Gehirns und ca. 2,2 Millionen Jahre alt. Viele sinnliche Eindrücke einer zweiten Person, Gruppe, Gesellschaft oder Nationalität prägen somit einen Gehirnbereich oberhalb der Wirbelsäulenspitze. Ähnlich einer Torwächterfunktion vermittelt die so genannte Amygdala als Kern des Limbischen Systems ausschließlich über emotionale Reflexe später an die Großhirnrinde, hier genau dem Neokortex oder Vorderlappen im Stirnbereich, das Signal von Ja oder Nein bzw. Jein, wenn kein komplettes Vertrauen zu einer Person oder Sache besteht. Das Denken bzw. das Bewusstsein würde in einem solchen Fall den Impuls wieder an das Limbische System zurückgeben. Dieser Vorgang geschieht automatisiert aufgrund Jahrtausend alter Muster im Limbischen System und entzieht sich vollkommen der Kontrolle bewussten Denkens in Millisekundenbereich. Diese Gehirnreaktion kann im Guten auch lebensrettend sein.

Körper-Kommunikation - Von der Sinnlichkeit zum Sex

Sexualität ist ein essenzieller Bestandteil menschlicher Beziehungen. Je stärker die gemeinsamen, sinnlichen Eindrücke zweier oder mehrerer Personen übereinstimmen, umso eher entsteht ein intrinsisches menschliches Bedürfnis, das über die emotionalen, psychologischen und sozialen Komponenten hinausgeht. Es kann in diesem Zusammenhang, außer den eigenen, biologischen Bedürfnissen, auch das Verlangen entstehen, die eigenen, biologischen und emotionalen Bedürfnisse mit einem anderen Menschen zu teilen. Diese Form der Kommunikation im ursprünglichen Sinn (lat. *Communatio*-,*Mitteilung*‘, verbal, nonverbal, paraverbal) ist die Kommunikation des menschlichen Körpers, der eine Synthese oder Einheit mit einem zweiten Körper (aus Fleisch und Blut) eingeht. Im übrigen hat Kommunikation per Definition immer das Ziel einer Synthese zweier Partner, Meinungen, Dinge oder Standpunkte, zu einem Ganzen zu vereinen

Wieder spielt zu Beginn der Sinnlichen Körperkommunikation automatisiert (im Sinne der Konditionierung unseres limbischen Systems) *Sinnlichkeit* und Ästhetik eine große Rolle (Augenkontakt, Berührung, Atmosphäre u.v.m.) um körperliche Nähe wahrzunehmen und zuzulassen. Je nach Relation und Ausschüttungsgrad der Hormone Oxytozin (Bindungshormon), Testosteron oder Serotonin, bestimmen nun die Automatismen

der entsprechenden Gehirnregion die Körpertätigkeit der jeweils Beteiligten in deren Körperlust. Das Lustzentrum «Nucleus accumbens» ist eine kleine Ansammlung von Nervenzellen im Limbischen System; dieses steuert nun den Großteil aller sexuellen Aktivitäten. Geld übrigens aktiviert genauso wie ein gutes Essen oder Sex das Belohnungszentrum im Gehirn - ob wir wollen oder nicht.

In den beschriebenen Anfangsstadien der Vertrauensbildung und Sinnlichen Wahrnehmung können wir leicht so die ersten Jahre einer Mutter-Kind-Bindung interpretieren, später auch die Eltern-Kind-Bindung auf Sozialer, Psychologischer und Humaner Ebene. Diese natürliche Form der Intimität gehört zur Identität des Menschen und wird deshalb als Grundbedürfnis geschätzt und anerkannt.

Aus diesen Basics heraus entstehen Beziehungen und Partnerschaften - Sexualität spielt dabei, außer bei Freud und den meisten Psychoanalytiker*innen, keine oder nur eine sehr untergeordnete Rolle. Die «Triebtheorie» und der sogenannte «Todestrieb» sind subjektive Erfindungen und Fantasien von Sigmund Freud, die bis heute weder wissenschaftlich anerkannt noch bewiesen sind und eher in einem Psychologiemuseum ihren Platz finden sollten. Wer die Geschichte der Psychoanalyse genauer studiert wird feststellen, dass ihr Ursprung im Mesmerismus liegt; danach wurden von Freud selbst keinerlei wissenschaftliche Tests irgendeiner Art zwecks Kontrolle der Methode

Finanzielle Freiheit -

Gewinne bis 300 Prozent



Die Flankendehnung -
Utthita Parshvakonasana

Fakt ist: Die meisten Steuern (bis zu 52%) zahlen Arbeitnehmer, nicht jedoch Unternehmer ohne Auslandsbezug. Lassen Sie diese Tatsache in Ruhe auf sich wirken und schauen Sie einmal ihre Einkommens/Lohnsteuererklärungen der letzten 10 Jahre an - was wurde in Wirklichkeit damit gemacht? Wissen Sie es? Wer rechnet es Ihnen persönlich aus? Wer gibt konkret Auskunft? Niemand.

Aus den verschiedensten gesellschaftlichen Kreisen kommen immer berechtigte Rufe nach Finanzielle Bildung in der Schule. Finanzielle Frühbildung, also zu wissen, worum es bei den Basics der Ökonomie und einem bewussten Geldverhalten geht ist zwingend!

Die einzig realen, legalen und sicheren Möglichkeiten eines sinnvollen Vermögens- und Reichtumaufbaus sind:

- a) Den Traumberuf verwirklicht leben (Persönlichkeitsportfolio)
- b) Immobilien
- c) Anwendung von Geldpsychologie und Kommunikationsfluss

Zum Traumberuf, der alle wichtigen und persönlichen Stärken fokussiert, lesen Sie das nachstehende Kapitel in diesem Buch.

Risikominimierung

Bitte lassen Sie die vorerst die Finger weg von Investitionen in Kryptowährungen, EFT-Fonds, die nicht mindestens 5 Jahre am

Markt eine überdurchschnittliche Performance generierten sowie Anlageprodukten, die ausschließlich ihre Bank anbietet. Kaufen Sie Einzelaktien nur aus Branchen die Sie kennen und auch verstehen! *Finanzielle Bildung* ist in Europa noch eine Wüste und wird vorwiegend von Glücksrittern, staatlicher (Un-)Reglementierung und Finanzcowboys unterschiedlichster Couleur bestimmt.

Immobilienbesitz

Rechnen Sie bitte zuerst aus, wie viel Miete Sie in den letzten 5, 10 und/oder 20 Jahren bezahlt haben, rein netto. Überlegen Sie, wie viel Prozent die monatliche Durchschnittssumme der Miete ihres Monatslohns bzw. Einkommens ausmacht!

Eine Übersicht über die Wertsteigerungen von Immobilien in Deutschland, der Schweiz und Österreich in den letzten 10 und 20 Jahren.

Die Immobilienmärkte in diesen Ländern haben in den letzten Jahrzehnten verschiedene Trends erlebt, die auf unterschiedliche wirtschaftliche, demografische und politische Entwicklungen zurückzuführen sind.

1. Deutschland

Letzte 10 Jahre (2013-2023): 100 Prozent

In Deutschland haben Immobilien in den letzten 10 Jahren eine erhebliche Wertsteigerung erfahren, insbesondere in urbanen Gebieten. Ein Beispiel hierfür ist München, wo die Immobilienpreise stark gestiegen sind. Der Quadratmeterpreis für Wohnimmobilien in München ist von etwa 4.500 EUR im Jahr 2013 auf etwa 9.000 EUR im Jahr 2023 gestiegen, was einer Wertsteigerung von etwa 100% entspricht.

Letzte 20 Jahre (2003-2023): 300 Prozent

Betrachtet man die letzten 20 Jahre, so zeigt sich in Deutschland eine noch beeindruckendere Entwicklung. In Berlin beispielsweise stiegen die Preise für Wohnungen von etwa 1.500 EUR pro Quadratmeter im Jahr 2003 auf etwa 6.000 EUR pro Quadratmeter im Jahr 2023, was eine Wertsteigerung von etwa 300% bedeutet.

2. Schweiz

Letzte 10 Jahre (2013-2023): 36 Prozent

In der Schweiz sind die Immobilienpreise ebenfalls gestiegen, jedoch mit regionalen Unterschieden. In Zürich beispielsweise ist der Preis pro Quadratmeter für Wohnimmobilien von etwa 11.000 CHF im Jahr 2013 auf etwa 15.000 CHF im Jahr 2023 gestiegen, was einer Steigerung von etwa 36% entspricht.

Letzte 20 Jahre (2003-2023): 73 Prozent

Langfristig betrachtet, haben sich die Immobilienpreise in der Schweiz stark entwickelt. In Genf beispielsweise stieg der Quadratmeterpreis von etwa 7.500 CHF im Jahr 2003 auf etwa 13.000 CHF im Jahr 2023. Das entspricht einer Wertsteigerung von etwa 73%.

3. Österreich

Letzte 10 Jahre (2013-2023): 71 Prozent

Auch in Österreich gab es in den letzten 10 Jahren eine deutliche Wertsteigerung von Immobilien, insbesondere in Wien. Dort stieg der Quadratmeterpreis für Eigentumswohnungen von etwa 3.500 EUR im Jahr 2013 auf etwa 6.000 EUR im Jahr 2023, was einer Wertsteigerung von etwa 71% entspricht.

Letzte 20 Jahre (2003-2023): 200 Prozent

Betrachtet man den Zeitraum von 20 Jahren, so zeigt sich in Wien ebenfalls eine signifikante Steigerung. Der Quadratmeterpreis stieg von etwa 2.000 EUR im Jahr 2003 auf 6.000 EUR im Jahr 2023, was einer Wertsteigerung von etwa 200% entspricht.

Zusammenfassung

Zusammengefasst zeigt sich, dass alle drei Länder in den letzten 10 und 20 Jahren eine erhebliche Wertsteigerung von

Immobilien erfahren haben, wobei städtische Gebiete wie München, Berlin, Zürich, Genf und Wien die größten Zuwächse verzeichneten. Die Wertsteigerungen sind auf verschiedene Faktoren zurückzuführen, darunter wirtschaftliches Wachstum, demografische Entwicklungen, niedrige Zinsen und eine hohe Nachfrage nach Wohnraum in urbanen Zentren. Die Grafiken zeigen die Immobilienpreisentwicklung in Deutschland, der Schweiz und Österreich in den letzten 10 und 20 Jahren:

1. Deutschland:

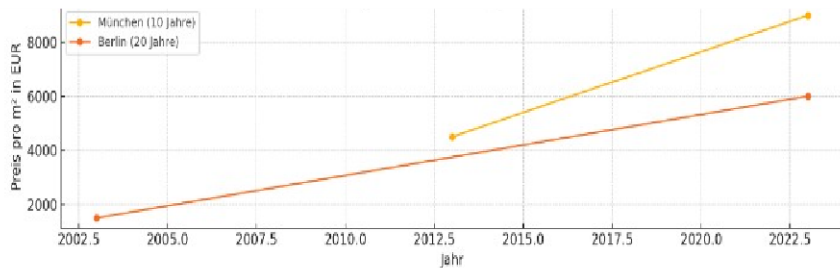
- In München ist der Quadratmeterpreis in den letzten 10 Jahren von etwa 4.500 EUR auf 9.000 EUR gestiegen.
- In Berlin ist der Preis über 20 Jahre von etwa 1.500 EUR auf 6.000 EUR gestiegen.

2. Schweiz:

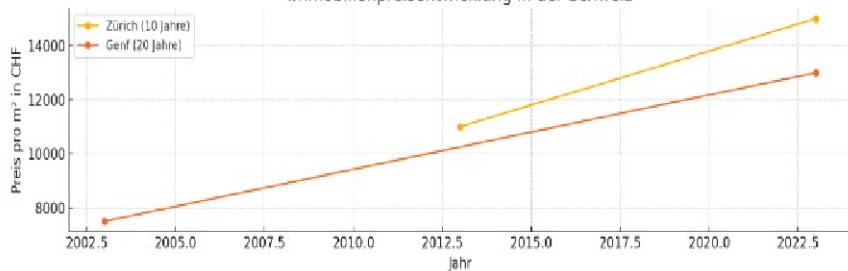
- In Zürich ist der Quadratmeterpreis in den letzten 10 Jahren von etwa 11.000 CHF auf 15.000 CHF gestiegen.
- In Genf ist der Preis über 20 Jahre von etwa 7.500 CHF auf 13.000 CHF gestiegen.

3. Österreich:

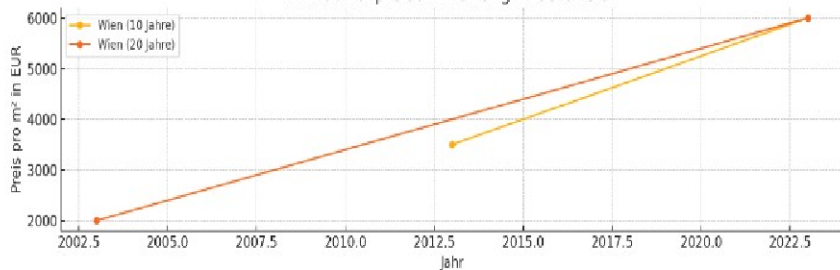
- In Wien ist der Quadratmeterpreis in den letzten 10 Jahren von etwa 3.500 EUR auf 6.000 EUR gestiegen.
- Über einen Zeitraum von 20 Jahren stieg der Preis in Wien von



Immobilienpreisentwicklung in der Schweiz



Immobilienpreisentwicklung in Österreich



Die Grafiken zeigen die Immobilienpreisentwicklung in Deutschland, der Schweiz und Österreich in den letzten 10 und 20 Jahren.

Neuromarketing

**Warum Emotionen besser
und langfristig verkaufen
und die Logik von Argumenten
regelmäßig versagt**



Die Neuroökonomie ist ein interdisziplinäres Forschungsgebiet, das Erkenntnisse aus der Neurowissenschaft, Psychologie und Wirtschaftswissenschaft kombiniert, um besser zu verstehen, *wie* Menschen ökonomische Entscheidungen treffen. Durch die Erforschung der neuronalen Grundlagen des Entscheidungsverhaltens können wir tiefere Einblicke in die Motivationen, Emotionen und Prozesse gewinnen, die Konsumenten zu bestimmten Handlungen bewegen. Diese Erkenntnisse sind besonders wertvoll für das Marketing, da sie dazu beitragen, Strategien zu entwickeln, die ein Produkt oder eine Dienstleistung signifikant besser verkaufen.

Wie das Gehirn Storytelling versteht

Das Gehirn versteht und verarbeitet Geschichten auf eine Weise, die tief in der menschlichen Erfahrung verwurzelt ist. Wenn Menschen Geschichten hören, werden mehrere Gehirnregionen aktiviert, einschließlich jener, die mit Sprache, sensorischer Wahrnehmung und motorischer Funktion verbunden sind. Dies führt dazu, dass Menschen nicht nur passiv zuhören, sondern die Geschichte quasi «miterleben», als ob sie selbst Teil der Handlung wären. Geschichten haben das Potenzial, emotionale Reaktionen hervorzurufen, Erinnerungen zu wecken und eine tiefere Verbindung zum Erzähler oder Produkt herzustellen. Das limbische System. Ein uralter Teil des menschlichen Gehirns, reguliert, was gut oder schlecht ist und woran wir uns langfristig gewöhnen w-

ollen. Es entscheidet auch darüber, wen und was wir lieben!

Neurowissenschaftliche Grundlagen des Storytellings

Die Aktivierung des limbischen Systems geschieht wie folgt: Das limbische System, das für Emotionen und Gedächtnis zuständig ist, wird stark durch emotional ansprechende Geschichten aktiviert. Dies bedeutet, dass gut erzählte Geschichten das emotionale Zentrum des Gehirns stimulieren, was dazu führt, dass Menschen sich besser an die Informationen erinnern und eine tiefere Verbindung zu den präsentierten Inhalten aufbauen.

Durch die Freisetzung von Neurotransmittern (Hirnhormone) werden beim Zuhören oder Lesen von Geschichten werden Neurotransmitter wie Dopamin und Oxytocin freigesetzt. Dopamin verbessert das Gedächtnis und das Lernverhalten, während Oxytocin, auch als „Kuschelhormon“ bekannt, Vertrauen und Empathie fördert. Diese biochemischen Reaktionen können die Bindung zu einer Marke oder einem Produkt stärken. Gelingt es, Oxytocin beim Gegenüber freizuschütten, reagiert das Gehirn sehr ähnlich wie bei einer positiven Mutter-Kind-Bindung bzw. wenn Menschen glauben und deswegen fühlen, sie wären verliebt!

Dies geschieht in der Simulation von Erfahrungen: Das Gehirn verwendet neuronale Netzwerke, um Geschichten zu simulieren, als ob es die beschriebenen Handlungen oder Ereignisse selbst erlebt. Dies geschieht durch „Spiegelneuronen“, die

schen mit den Namen ihrer Freunde und Familienmitglieder zu suchen, was die Wiederkaufsrate steigerte.

Beispiel 2: Apples "Think Different"-Kampagne

Beschreibung: Apples ikonische Kampagne hob visionäre Denker und Macher hervor und erzählte ihre Geschichten, um die Philosophie der Marke zu betonen, anders zu denken und Innovation zu fördern.

Neuromarketing-Analyse:

- Storytelling-Effekt: Durch die Einbeziehung von Geschichten berühmter Innovatoren und der Betonung von Kreativität und Rebellion, wurde eine emotionale Verbindung zur Marke aufgebaut.
- Gehirnreaktion: Die Kampagne aktivierte das Belohnungssystem des Gehirns (Nucleus accumbens) durch die Hervorhebung von Innovation und Individualität, was zu einem positiven Markenerlebnis führte.
- Verkaufsergebnis: Die Kampagne trug dazu bei, Apple als Marke für kreative und visionäre Menschen zu positionieren, was zu einem signifikanten Anstieg der Markentreue und der Produktverkäufe führte.

Beispiel 3: Nike's "Just Do It"-Kampagne

Beschreibung: Nike nutzt persönliche Geschichten von Athleten, um zu inspirieren und eine emotionale Verbindung herzustellen, die über das Produkt hinausgeht.

Neuromarketing-Analyse:

- Storytelling-Effekt: Durch die Fokussierung auf persönliche Geschichten von Kampf und Erfolg wurden tiefere emotionale Verbindungen aufgebaut, die die Widerstandskraft und Entschlossenheit des Individuums betonten.
- Gehirnreaktion: Geschichten, die von Herausforderung und Triumph handeln, aktivieren das dopaminerge System, das mit Belohnung und Motivation verbunden ist, und fördern das Gefühl, dass auch die Konsumenten „es schaffen“ können.
- Verkaufsergebnis: Die Kampagne hat eine langanhaltende emotionale Resonanz erzeugt, die die Markentreue erhöhte und die Verkaufszahlen von Nike-Produkten weltweit steigerte.

Beispiel 4: Dove's "Real Beauty"-Kampagne

Beschreibung: Dove zeigte „echte“ Frauen anstelle von Models und erzählte Geschichten über Selbstakzeptanz und Authentizität.

Neuromarketing-Analyse:

- Storytelling-Effekt: Die Kampagne erzählte eine Geschichte von Selbsterkenntnis und Selbstakzeptanz, die viele Frauen ansprach, die sich nicht mit traditionellen Schönheitsstandards identifizieren konnten.
- Gehirnreaktion: Das Freisetzen von Oxytocin durch emotionale und authentische Geschichten förderte Empathie und Vertrauen, was eine tiefere emotionale Bindung zur Marke schuf.
- Verkaufsergebnis: Die Kampagne führte zu einer signifikanten Umsatzsteigerung und stärkte die Position von Dove als Marke, die sich für echte Schönheit und Authentizität einsetzt.

Beispiel 5: Airbnb's "Belong Anywhere"-Kampagne

Beschreibung: Airbnb erzählte Geschichten von Reisenden und Gastgebern, die zeigten, wie Airbnb Verbindungen herstellt und authentische Reiseerlebnisse schafft.

Neuromarketing-Analyse:

- Storytelling-Effekt: Durch das Teilen von persönlichen Reisegeschichten und den Fokus auf das Gefühl der Zugehörigkeit und Authentizität wurde eine starke emotionale Bindung aufgebaut.
- Gehirnreaktion: Die Kampagne aktivierte die Spiegelneuronen der Zuschauer, die sich vorstellen konnten, ähnliche Erfahrungen zu machen und sich in den Geschichten wiederfanden.

Traumjob-Design

**Der Kompass für
die Smarte Lebenskarriere
und
Finanzieller Sicherheit**



Der berufliche Weg ist nie vorgezeichnet

Wer ein wenig aus dem eigenen Leben lernt, wird schnell feststellen, dass nichts wirklich festgelegt ist. Es existieren mehr oder weniger in den jeweiligen Kulturen Normen, die jedoch auch generationell starken Schwankungen unterliegen.

Die Eignungen (nicht Ihre Neigungen und Wünsche) zu entschlüsseln, ist die Voraussetzung für persönlichen Erfolg, berufliche Kreativität und Finanzieller Freiheit. Eine Karriere mit System berücksichtigt persönliche Eignungen (Begabungen) und Talente als entscheidende Werte- und Erfolgsfaktoren für eine nachhaltige, gelungene Karriere in Beruf und Privatleben.

Vieltausendfache Berufseignungsanalysen haben gezeigt, dass *nur eine Kombination* wissenschaftlicher Erfahrungen zum besten Ergebnis führen. Für das später noch zu erstellende Persönlichkeitsportfolio benötigen Sie primär die Feststellung ihrer persönlichen Begabungen (Eignungen). Ihre Werte werden zu einem Werte- und Begabungskompass zusammengefasst, die ihrem Leben eine neue, nachhaltige Richtung geben!

Persönlichkeitsmerkmale (Charakter, Temperament) kommen später als sogenannte Wirkungstendenzen von Erziehung und Umwelt *hinzu*. Zum Schluss folgen die Interessen und Wünsche, die oft herzlich wenig mit unseren Begabungen, manchmal aber zu einem kleinem Prozentsatz mit unseren Persönlichkeitsmerkmalen übereinstimmen.

Berufliche und private Zufriedenheit hängt von drei Faktoren ab:

Eignung-Neigung-Interesse.

Es ist keinesfalls ausreichend, irgendeinen Test oder Fragebogen aus dem Internet herunterzuladen um dann bestenfalls etwas über die eigenen Big Five der Persönlichkeitsmerkmale zu erfahren (der echte Test beinhaltet ca. 240 Fragen). Noch weniger Aussagekraft haben all jene Sachbücher - und Seminare, die vorwiegend die Wünsche, Leidenschaften und die Interessen des Menschen berücksichtigen. Dieses desolante «wünsch-dir-was» ist Bedarfskosmetik und wissenschaftlich meist überhaupt nicht fundiert! Es ist vergleichbar mit dem Prozess eines Hausbaus, indem Architekt:in und Hausbauer:innen vor dem noch unbebauten Grundstück stehen und ausschließlich über die Möbel und das Interieur des Bades stundenlang diskutieren. *Persönlichkeitsmerkmale*, also Fähigkeiten sind für berufliche, also existenzielle Entscheidungen *nur sekundär geeignet* - diese entsprechen der Einrichtung des später noch zu erbauenden Hauses - nicht jedoch dem Rohbau und dem Dach!

Die *Interessen und Wünsche* entsprechen den Farben der Wände, dem Inhalt des Kühlschranks und den Lieblingsserien bei Netflix.

Beginnen Sie mit dem folgenden Selbsttests und nehmen Sie sich etwas Zeit dafür. Sie können dabei nichts falsch machen, sondern nur richtig! Ihr Mind-Set dabei sollte jedoch persönlicher sein als das bloße Abarbeiten einer Checkliste! Die Auswertungen erfolgt am Ende des Kapitels.

- **Das Limbische Strukturmodell**
- **Eignungen (Begabungen)**
- **Neigungen (Big-Five-Persönlichkeitsmerkmale)**
- **Interessen und Wünsche (RIASEC-Modell)**

Diese 4 Selbsttests können Sie auch gerne online abrufen unter:
<https://www.life-scouting.de/seminare-details/think-different-seminar.html> oder QR-Code einscannen



Der Limbische Strukturtest

Ermitteln Sie Ihr Limbisches Profil	nein	Eher nicht	teils, teils	Ja	sehr	
.... Sie haben eine starke Präferenz für Struktur und Organisation	1	2	3	4	5	B
.... Es ist mir wichtig, selbst zu bestimmen, wie ich meine Arbeit mache	1	2	3	4	5	B
.... Sie legen großen Wert auf Respekt gegenüber Autorität und Hierarchie	1	2	3	4	5	A
....Sie neigen dazu, sich von ihren Empfindungen und Gefühlen leiten zu lassen	1	2	3	4	5	C
....Sie haben eine ausgeprägte Überzeugung, dass Dinge so sein sollten, wie sie immer schon waren	1	2	3	4	5	A
... Sie neigen dazu, Verantwortung für ihre Handlungen und Entscheidungen zu übernehmen	1	2	3	4	5	B
....Sie bevorzugen bewährte und bekannte Lösungen für Probleme	1	2	3	4	5	A
....Sie haben eine starke Vorliebe für Kunst, Musik und kreative Erfahrungen	1	2	3	4	5	C
.... Sie neigen dazu, in stressigen Situationen ruhig und besonnen zu bleiben	1	2	3	4	5	B
....Sie wirken oft leidenschaftlich und emotional beteiligt	1	2	3	4	5	C
... Auch vor einer schwierigen Aufgabe gehe ich davon aus, mein Ziel zu erreichen	1	2	3	4	5	B
...Sie kommunizieren direkt und effektiv, um ihre Ziele zu erreichen	1	2	3	4	5	B
....Sie haben eine tiefe Bindung an religiöse Überzeugungen und Traditionen	1	2	3	4	5	A
....Sie bevorzugen bewährte Praktiken und Verhaltensweisen, sind gerne pragmatisch	1	2	3	4	5	A
... Ich gehe einmal pro Woche ins Theater oder ins Kino	1	2	3	4	5	C
.... Ich gehe regelmäßig zum Arzt und halte viel von Prävention	1	2	3	4	5	A

Test 1/4

Ermitteln Sie Ihr Limbisches Profil	nein	Eher nicht	teils, teils	Ja	sehr	
.... Sie haben eine starke Präferenz, andere Menschen optimal zu stimulieren	1	2	3	4	5	C
....mein Leben ist sehr abwechslungsreich	1	2	3	4	5	C
.... Sie haben eine ausgeprägte Fähigkeit, Probleme zu lösen und Herausforderungen anzunehmen	1	2	3	4	5	C
.... Inspiration und neue, innovative Ideen sind mir wichtig im Leben	1	2	3	4	5	A
....Sie neigen dazu, ihre Meinungen und Überzeugungen durchzusetzen	1	2	3	4	5	B
...Sie haben eine starke Präferenz für Kontrolle und Autorität	1	2	3	4	5	C
....Sie legen großen Wert auf Ordnung und Regeln	1	2	3	4	5	B
.... Meine Familie und mein Freundeskreis sind mir das Wichtigste im Leben	1	2	3	4	5	B
....Sie neigen dazu, die Kontrolle in Situationen zu übernehmen	1	2	3	4	5	A
.... Wenn ich einen Fehler mache, suche ich zuerst die Schuld bei mir	1	2	3	4	5	A
... Ich liebe ausgefallene Mode	1	2	3	4	5	B
... Sie wirken oft aufgeschlossen und bereit, neue Dinge auszuprobieren	1	2	3	4	5	A
...., Sie wirken oft kompetent und effektiv in Ihren Handlungen	1	2	3	4	5	C
.... Die Bindung zur Heimat und zur Kultur meiner Vorfahren ist mir wichtig	1	2	3	4	5	A
... Sie haben eine starke Fähigkeit, andere zu motivieren und zu inspirieren	1	2	3	4	5	C
... das Leben ist ein kreativer Fluss, in dem ich immer neue Wege finden werde	1	2	3	4	5	C
... was ich mir vornehme, gelingt auch. Das Leben braucht auch klare Vorgaben!	1	2	3	4	5	B

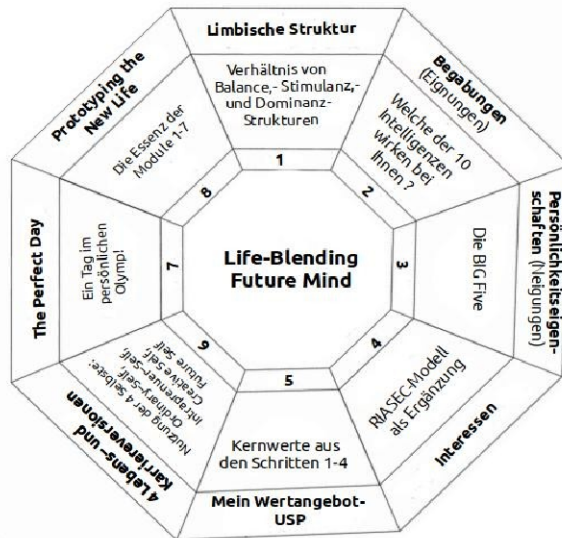
Addieren Sie nun alle Werte Ihrer Antworten (gar nicht = 1 Punkt; sehr = 5 Punkte) und ordnen Sie aufgrund der maximalen Punktzahl heraus, welche Limbischen Werte (A—C) Sie bei sich am stärksten ausgeprägt feststellen.

Ermitteln Sie Ihr Limbisches Profil....

Bereich		Wertediagramm			
A	Balance				
B	Dominanz				
C	Stimulanz				
		12-19 Punkte	20-29 Punkte	30-41 Punkte	42-60 Punkte
		gar nicht	eher nicht	eher	sehr

10 Schritte für meine beste Zukunft

Das Life-Blending Modell- Persönlichkeitsportfolio



Die 4 Schritte zum Life-Blending-Modell:

1. Matching

Übereinstimmungen der Schritte 1-4 untereinander.

2. Wertangebot

Kernwerte aus dem Matching, die unverzichtbar sind.

3. Prototyping

Kreieren Sie 4 Karriere- und Lebensversionen aus den Schritten 1 und 2.

4. The Perfect Day

Kreieren Sie den idealen Tag in Ihrem Leben.

Das Life-Blending Modell

1. Limbische Struktur
 2. Begabungen (Eignungen)
 3. Persönlichkeitseigenschaften (Neigungen)
 4. Interessen
 5. Mein Wertangebot (Matching aus Pos.1-4, s.Anlage)
 6. 4 Lebens- und Karriereversionen
 7. The Perfect Day
 8. Prototyping the New Life
 9. Life-Scouting (Future Mindset) B
- Nehmen Sie sich Zeit, nutzen Sie Papier und Stifte.
 - Gehen Sie alle 10 Punkte wie oben nochmals in Ruhe durch und notieren Sie dabei jede noch so kleine Idee.
 - Wiederholen Sie nach 1-2 Tagen alle Schritte nochmals.
 - Füllen Sie nun die «4-Schritte zum Life-Blending-Modell» wie unten aus.



Register

10-Prozent-Regel.....	54	Fake-News.....	65
Abenteuer-Thrill.....	211	Fallbeispiel 2.....	191
Achtsamkeit.....	182, 184, 188, 191f., 195f.	Fallbeispiele.....	10, 190, 193
Airbn.....	155f.	Finanzbildung.....	53, 184
Amygdala.....	99, 160, 166	Finanzielle Freiheit.....	9f., 53, 71, 76f., 79, 103, 109, 113f.
Ankereffekt.....	167	Finanzielle Inventur.....	183
Anziehungskraft.....	105	Finanzieller Erfolg.....	102, 106
Aristoteles.....	23	Framing-Effekte.....	166
Autonomie.....	53, 56, 61, 106f., 213	Geben und Nehmen.....	46ff., 55
Balancetypen.....	211	Gehirnforschung.....	13
Begabungen ...	40, 65, 204, 206, 257, 269f.	Geld als Tauschwert.....	21
Belohnungssystem.....	160, 164	Geld und Identität.....	177
Berufsbilder.....	68, 223f., 229, 240	Geld und Sexualität.....	9, 108
Berufung.....	44	Geldprobleme...9, 16, 21, 29, 31, 174f., 179, 184ff., 189, 193, 199	
Beteiligungsertragsbefreiungen.....	135	Geldresonanz.....	39
Big Five.....	205, 234, 240, 258	Geldskripte.....	176, 183, 186, 190
Bildung.....	24, 65	Geldtherapie.....	173ff.
ChatGPT 4.....	139, 145	Geldverdienen.....	41, 61, 67, 69
Creative Self.....	263	Geldwertschöpfung.....	32f.
Das Limbische System.....	99, 150	Generationen Y und Z...75, 86, 92	
Das Limbische Strukturmodell.....	206	Gewinne bis 300 Prozent...10, 113	
Das Prinzip.....	32, 41, 46	Glaubwürdigkeit.....	161
Davis Bus.....	105	Globalisierung.....	68, 81, 262
Design-Thinking.....	63	Glück.....	11, 78, 254
Dialektik.....	42	Haben und Sein...3, 14f., 41, 46, 67	
Die 10 Intelligenzen.....	223	Health and Social Behavior....109	
Die Berufsbilder.....	224	Heldenreise.....	61
Die sichersten Zukunftsberufe.....	229	Holding.....	132, 135ff., 143ff.
Dominanztypen.....	211	Homo Oeconomicus.....	46f.
Due Diligence.....	140	Hybrid-Karrieren.....	89
E-Zone.....	10, 132ff., 138	Immobilien.....	77, 116ff., 120f.
EFT-Fonds.....	116	Immobilienpreisentwicklung...120	
Elon Musk.....	215	inflation.....	174
Emotionale Aufarbeitung.....	187	Inflation.....	25, 30, 37, 121
Emotionsstruktur.....	212, 214f., 261	Intraprenuer-Self.....	262
Empathie 68, 85, 151, 155, 161, 231, 239		Investitionsentscheidungen.....	75
Erich Fromm.....	16, 42	Irvin Yalom.....	199
Erlebniskonsum.....	88	Karma.....	19
Erzeugung von Angst.....	112	Kaufentscheidung...85, 156f., 160,	
ESG-Kriterien.....	75	Kennzahlen.....	84
Essenz der Sexualität.....	108	kognitive Umstrukturierung...181	
Ethik.....	23, 88, 90, 92		
Existenzielle Therapie.....	196, 199		

Kognitive Umstrukturierung.....	181, 191	Recht-Haben-Wollen.....	58
Kognitive Verhaltenstherapie.....	186	Rechtsform.....	133
Kompass für.....	203	Reichtum.....	22, 29, 45, 59
Körper-Kommunikation.....	9, 98, 100	Remote Work.....	93
Kreativität.....	62f., 153, 204, 213, 252, 261	Resonanz.....	39, 60
Kritischer Konsum.....	91	Risikominimierung.....	116
Krösus.....	34	Sadhana.....	18
Kundenerlebnisse.....	170	Sannyas.....	18
Langfristiges Denken.....	83	Scham und Stigma.....	184
Lebensqualität.....	64, 67f., 74, 76, 111, 190	Schuld und Schulden.....	9, 56
Lebensweg.....	53, 78, 215, 257	Selbstwert. 35f., 40f., 56, 58, 62f.,	
Life-Blending.....	43, 269f.	66, 106, 108, 177, 179, 195, 224	
Life-Scouting.....	7, 67f., 269	Selbstwert und Kreativität.....	62
Mangelnde Finanzbildung.....	184	Selbstwirksamkeit 108, 188f., 192	
Markenidentität.....	162	Sex.....	9f., 97f., 100ff.
Marketing 165.....	10	Sexualität.....	9f., 97f., 100f., 103ff.
Mate Value.....	9, 102ff., 106f.	Sexuelle Dynamik.....	104f., 111
Mate Value 104.....	10	Shakespeare.....	16
Meaning Economy.....	80	Sichere Wege.....	114
Mitarbeiterbindung.....	84	Sinn-Ökonomie.. 69ff., 73ff., 82ff.	
Nachhaltigkeit.....	78, 82, 86ff., 92, 94, 162	Sinnbewusstsein.....	67
Nachkommen.....	105f.	Sinnlichkeit.....	9, 98, 100, 213
Neudefinition von Wohlstand.....	74	Sinnvolle Arbeit.....	87
Neuromarketing...6, 149, 152ff., 163, 170		Social Psychology.....	111
Neuromarketing-Analyse.....	152ff.	soziale Gerechtigkeit.....	83, 88f.
Neuroökonomie...10, 150, 156, 163ff., 167		Soziale Gerechtigkeit.....	79
Niederlassungsfreiheit.....	132	Steuerliche Auswirkung..	127, 129
Nixons Wirtschaftsreform.....	20	Steuermodelle für	
Nucleus accumbens.....	101, 153, 164	Selbstständige.....	10, 132
Oikonomia.....	23	Steuroptimierung.....	125, 130
Ordinary-Self.....	261f.	steuerzahler.de.....	114
Oxytozin.....	100	Storytelling.....	10, 150ff., 165
Pandora.....	37	Storytelling-Effekt.....	152ff.
Partnerwahl.....	102, 107	Substanzerfordernisse.....	134ff.,
Passivität.....	14, 213	141, 145	
Patanjali.....	19	Tauschhandel.....	20, 25, 29
Persönlichkeitsportfolio.....	45	Tauschmittel. 29, 32, 45, 115, 175	
Persönlichkeits- oder Werteportfolio»..	21	Technologie als Katalysator.....	92
Persönlichkeitsentwicklung.....	55	Testergebnis.....	256f.
Persönlichkeitsmerkmale..	204ff., 233, 240	The BIG FIVE.....	233
Persönlichkeitsportfolio.04, 256, 261, 270		The Perfect Day.....	265, 269f.
Projektionsfläche.....	15, 21, 29f., 67	Therapeutische Schritte	186, 188f
Prototyping.....	269f.	Tik-Tok.....	18
Psychologiemuseum.....	101	Toleranz.....	35
Real Beauty.....	154	TOP-Beruf.....	258

Transaktionsbeziehungen.....	111	Yves Saint-Laurent.....	215
Transformation.....	20, 61, 64	Zusammenfassung Tests 1-4. .	256
Traumberuf.....	116	Zwangsverbindlichkeit.....	54
Unabhängigkeit...55, 76f., 79, 90, 104, 111		Vaterproblematik.....	9, 60
Vaterproblematik.....	41, 60	Aktivierung des	
Verlustaversion.....	168	Belohnungssystems	160
Vermögensaufbau.....	78, 123, 125	Beispiel für eine	
Werte. .13f., 16, 19ff., 25, 32ff., 36, 39, 42,		steueroptimierte Struktur –	
45, 62, 73ff., 78, 80ff., 85ff., 90ff., 98, 101,		2%/5% Steuer	138
105, 156, 167, 197, 204, 211ff., 236, 240,		Der Wert der Arbeit 94.....	9
256ff., 264, 266		Die Essenz von Geld und	
Wertaufbewahrungsmittel.....	20	Sexualität 108.....	10
Wertschätzung.....	24	Geld-Therapie.....	183
Wertsteigerung und Steuerersparnis. .121		Schulden ...10.....	179
Wertsteigerungen.....	117, 120	Selbstwert und Kreativität 62....	9
Wohlbefinden.....	24, 83f., 103, 109	Sex.....	10
Wohlfahrtsstaat.....	114	Freiheit 110.....	10
www.schwarzbuch.de.....	114	Vertrauen und Liebe 65.....	9
Yoga.....	3, 15, 17ff., 226	Geben und Nehmen.....	31