

Geldyoga

**Das Geheimnis von
Haben und Sein**



**Entspannt zu ersten
Million €uro**

Helmut-Whitey Kritzinger

Geld-Yoga

Das Geheimnis von Haben und Sein

Der entspannte Weg zur ersten Million

Phönix

Originalausgabe

© 2023 bei Kritzinger-Foundation, Den Haag

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

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 Seins- 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 Werteportfolio 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 moralisch gefärbten Yogapraktiken - 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 Wertehaltungen. 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 (Elon Musk) 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.

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.

Kommunikation und Geld - Geld ist ein Digitalisiertes Kommunikationsmedium

Ein sehr bekannter Zusammenhang von Geld und Erfolg beschreibt das Thema Kommunikation. Beachten Sie, das Geld *lediglich* ein symbolisches Tauschmittel in Form eines immateriellen Gegenwertes darstellt. Da es sich um ein ständig wechselndes Verhältnis zu seinen Gegenwerten handelt, besitzt Geld *niemals* ein gleichbleibendes Verhältnis zu Dienstleistungen oder

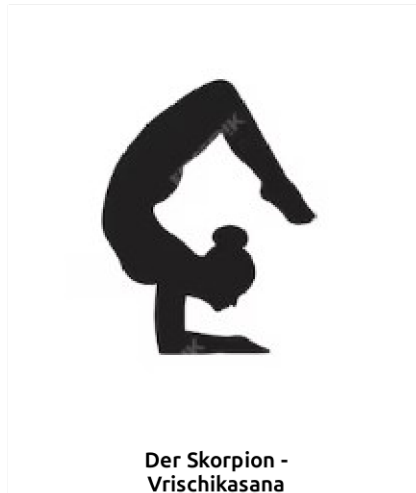
Geld hat Bezug zu:

- Haben + Sein
- Geben + Nehmen
- Rechthaben + Beteiligung
- Manifestationsfähigkeit + Vaterproblematik
- Selbstwert + Kreativität
- Klarheit + Verantwortung
- Vertrauen + Liebe

Haben und Sein sind zwei Seiten der gleichen Medaille

Das erste Thema Haben und Sein lässt viele Menschen schon daran zweifeln, ob beide Begriffe überhaupt auf Dauer miteinander vereinbar sind. Dies liegt insbesondere an den den Darstellungen im Sinne von Erich Fromm. Nach ihm kommt für den Normalsterblichen zuerst das Sicherheitsstreben nach äußeren Werten als Überlebenstrieb infrage, ja manchmal scheint es bisweilen ein Kampf zu sein, äußere Werte als Statussymbol einer gesellschaftsneurotischen Norm, nach Fromm, zu erkämpfen. Diese Konformität sei krankhaft. Fromm machte uns mit seiner stark moralisierenden These bekannt, dass die meisten von uns angeblich funktionierende Automaten sind, die Konsum mit Liebe verwechseln! Fromm selbst predigte Wasser, genoss aber Zeit seines Lebens Wein, was z. B. sein massiver Immobilienbesitz in Übersee, insbesondere in Kalifornien, zeigte! Seine «Haben-oder-Sein-

Die Sinn-Ökonomie und Finanzielle Freiheit



Sinn statt nur Gewinn-

Sinn (Purpose) als wert- und langfristiger Erfolgsfaktor

Unternehmen, Selbständige und Freiberufler mit einem klaren Purpose (engl. «purpose-driven organizations») - verschaffen sich mittel- bis langfristig einen Wettbewerbsvorteil. Sie sind produktiver, wachsen schneller, sind innovativer, erzielen eine bessere Kundenzufriedenheit und können Mitarbeitende länger halten als ihre Konkurrenz.

Was versteht man unter Sinn-Ökonomie? Wie Gewinn und Sinn zusammenfinden

Verantwortungsbewusstes Wirtschaften bedeutet auch, um die Balance von Profitabilität und den eigenen Werten zu ringen im Sinne eines Nachhaltigen Kapitalismus. Es ist der Versuch, das kapitalistische System wieder zu vermenschlichen. Statt im Vordergrund reinen Profit zu sehen, sollen wieder menschliche Bedürfnisse, in Harmonie mit kapitalen Interessen, zurück in den Mittelpunkt rücken.

Gibt man den Menschen Sinn und echte Aufmerksamkeit in deren beruflicher Tätigkeit, ist Arbeit auf einmal nicht mehr pure Beschäftigungstherapie, sondern ein zentraler und sogar schöner Teil des Lebens. Die verkrusteten Machtstrukturen, dem «Oben-nach-unten-Diktat» des industriellen Taylorismus, haben somit endgültig ausgedient. Geld und finanzielle Freiheit sind zentrale Themen innerhalb der Sinn-Ökonomie, die sich mit den veränderten Vorstellungen von Wohlstand und finanzieller

nach finanzieller Freiheit streben, entscheiden sich zunehmend für nachhaltige und ethische Investitionen. Diese Investitionen orientieren sich an den sogenannten ESG-Kriterien (Environmental, Social, Governance) und streben danach, nicht nur finanzielle Renditen zu erzielen, sondern auch positive soziale und ökologische Auswirkungen zu haben. Impact Investing ist ein Beispiel für diese Art von Investition, bei der das Hauptziel darin besteht, messbare soziale und ökologische Ergebnisse zu erzielen.

3. Finanzielle Entscheidungen und Werte: Die Sinn-Ökonomie betont die Bedeutung von Finanzentscheidungen, die mit den persönlichen Werten und Überzeugungen übereinstimmen. Menschen fragen sich immer häufiger, ob ihre finanziellen Transaktionen und Investitionen mit ihren ethischen und sozialen Werten im Einklang stehen. Diese Überlegungen führen zu bewussteren Konsum- und Investitionsentscheidungen, die sowohl individuelle Erfüllung als auch gesellschaftlichen Nutzen fördern. Auch wenn dies für manche Personen idealistisch klingt, so werden diese Werte sehr real bereits weltweit von den Generationen Y und Z gelebt.

Finanzielle Freiheit in der Sinn-Ökonomie

Finanzielle Freiheit in der Sinn-Ökonomie geht über die bloße Abwesenheit von finanziellen Sorgen hinaus und beinhaltet das Streben nach einem Leben, das durch Sinn und Zweck geprägt ist. Es geht darum, finanzielle Mittel so zu nutzen, dass sie zur Verwirklichung persönlicher und gemeinschaftlicher Ziele beitragen. Diese Werte sind: Unabhängigkeit durch bewussten Konsum, Passives Einkommen und sinnstiftende Arbeit, Bildung und Finanzkompetenz sowie Finanzielle Freiheit als Mittel zur Selbstverwirklichung.

Diese vier Themenwerte werden wie folgt beschrieben:

1. Unabhängigkeit durch bewussten Konsum: Finanzielle Freiheit wird zunehmend durch bewusste Konsumententscheidungen erreicht, die weniger von Materialismus und mehr von Erlebnissen und persönlichem Wachstum geprägt sind. Ein minimalistischer Lebensstil, der sich auf die Reduktion von Konsum und die Fokussierung auf wesentliche Bedürfnisse konzentriert, ist ein Trend, der mit diesem Ansatz einhergeht. Dieser Lebensstil ermöglicht es Menschen, ihre finanziellen Ressourcen effizienter zu nutzen und gleichzeitig ihre Lebensqualität zu steigern.

2. Passives Einkommen und sinnstiftende Arbeit: Ein wichtiger Aspekt der finanziellen Freiheit in der Sinn-Ökonomie ist das Konzept des passiven Einkommens. Dies umfasst Einkommens-

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 ist 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 werden. 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.

Limbische Entscheidungskraft

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 sinnlichen 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 durchgeführt. Für das ausgehende 19. Jahrhundert mag es in

Kreisen der High-Society interessant gewesen sein, auf der Couch zu liegen und frei assoziieren zu können.

Mate Value - Der Wert eines Partners

Der Begriff «Mate Value», wurde von David Bus erforscht und u. A. in der *Sexuellen Strategietheorie* beschrieben, zeigt, wie attraktiv eine Person durch potenzieller Partner wahrgenommen wird, dem so genannten *Partnerwert*. Finanzieller Erfolg kann als Indikator für einen hohen Mate Value dienen, insbesondere in Kulturen, die materiellen und wirtschaftlichen Erfolg besonders hoch schätzen. Der Begriff des Mate Value bezieht sich auf die Gesamtheit der Eigenschaften, die eine Person in den Augen potenzieller Partnerinnen oder Partner attraktiv und wertvoll macht. Diese Eigenschaften können physischer, psychologischer, sozialer und ökonomischer Natur sein. Der Mate Value spielt eine zentrale Rolle in der Partnerwahl und beeinflusst maßgeblich die Dynamik von Partnerschaften.

Aus evolutionärer Sicht hat sich der Mate Value im Laufe der Zeit als wichtiger Mechanismus zur Sicherung der besten verfügbaren Partner entwickelt, unabhängig von der Beziehungsform. Theorien wie die sexuelle Selektion erklären, warum bestimmte Merkmale als attraktiv gelten. Frauen könnten beispielsweise tendenziell Partner bevorzugen, die vielseitige und langfristige Ressourcen anbieten können, während Männer häufig physische Attraktivität und Jugend bevorzugen, da diese Merkmale Fruchtbarkeit signalisieren. Der Partnerwert

beeinflusst maßgeblich die Dynamik von Partnerschaften, einschließlich der Sexualität. Sexualität ist ein essenzieller Bestandteil menschlicher Beziehungen und wird stark vom wahrgenommenen Mate Value beeinflusst. Die Evolutionstheorie hat Beweise dafür vorgelegt, dass Einzelpersonen sowohl in anderen als auch in *sich selbst* den höchstmöglichen Partnerwert anstreben. Sexualität ist ein wesentlicher Bestandteil des menschlichen Lebens und beeinflusst das physische und emotionale Wohlbefinden. Finanzielle Sicherheit kann eine wichtige Rolle bei der Gestaltung gesunder sexueller Beziehungen spielen, indem sie Stress reduziert und ein Gefühl der Stabilität und des Wohlbefindens schafft. Eine Studie aus dem Journal of Sexual Medicine zeigte, dass finanzielle Stabilität mit höherer sexueller Zufriedenheit und Beziehungsqualität verbunden ist (Brody & Costa, 2009). Finanzielle Freiheit ermöglicht es Menschen, mehr Zeit und Ressourcen in ihre Beziehungen zu investieren, was zu einer erfüllteren Sexualität führen kann.

Sexueller Mate Value

Sexuelle und physische Attraktivität sind oft ein Schlüsselindikator für sexuelle Anziehung. Menschen mit hohem physischen Mate Value werden als sexuell attraktiver wahrgenommen und haben tendenziell mehr sexuelle Partner. Sexualität bezieht sich auf die biologischen, emotionalen, sozialen und kulturellen Aspekte der menschlichen Intimität, Anziehung und Fortpflanzung. Sie ist ein grundlegender Bestandteil der menschlichen Natur und umfasst körperliche Empfindungen, emotionale Bindungen, Beziehungen, Identität und die Art und Weise, wie Menschen ihre sexuellen Vorlieben und Ausdrucksformen entdecken und erleben. Sexualität betrifft die inneren Bedürfnisse, Verlangen und Beziehungen zwischen Menschen.

Bei der sexuellen Auswahl erhöht ein hoher sozioökonomischer Status die sexuelle Attraktivität, da er Stabilität und Ressourcenverfügbarkeit signalisiert. Dies kann besonders in Gesellschaften von Bedeutung sein, in denen wirtschaftliche Sicherheit einen hohen Stellenwert hat. Dies erklärt auch, dass bestimmte Eliten, die bereits über eigenen Nachwuchs verfügen, sich gerne hochpreisiger und erstklassiger sexueller Dienstleistungen bedienen. Eliten wollen eben unter sich sein und stellen so gleichzeitig ihre Unabhängigkeit sowie ihre sexuelle Fortpflanzungsfähigkeit unter Beweis. Die sexuelle Dynamik dominiert hier die soziale Dynamik.

Finanzielle Freiheit - Gewinne bis 300 Prozent



Die Flankendehnung -
Uttitha Parshvakonasana

Risikominimierung

Bitte lassen Sie 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 sowie Finanzjongleuren von 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:

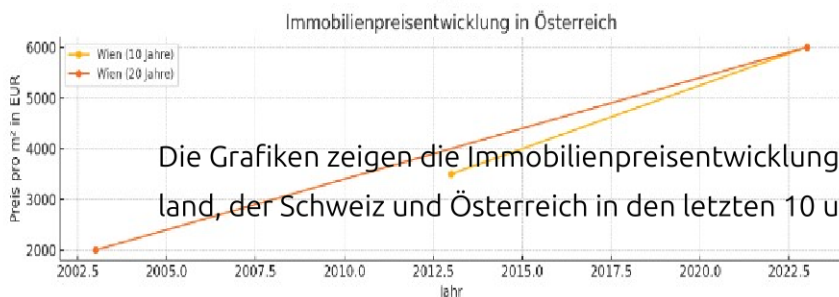
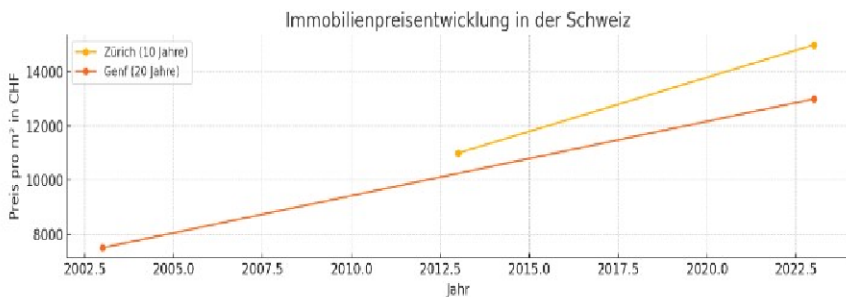
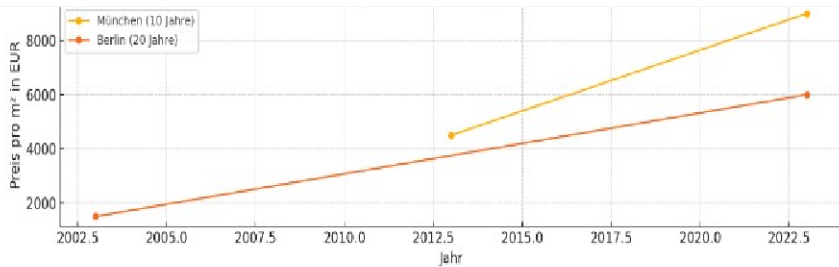
- In Zürich ist der Quadratmeterpreis in den letzten 10 Jahren von etwa 11.000 CHF auf 15.000 CHF gestiegen.
- In Genf ist der Preis über 20 Jahre von etwa 7.500 CHF auf 13.000 CHF gestiegen.

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 etwa 2.000 EUR auf 6.000 EUR.

Zusammenfassung

Beide Beispiele zeigen, wie durch gezielte Steueroptimierungsstrategien erhebliche Steuervorteile erzielt werden können. Durch die Maximierung der Fremdfinanzierung werden Zinsaufwendungen erhöht und somit die Steuerlast reduziert. Zusätzlich bieten Sonderabschreibungen und Renovierungskosten erhebliche steuerliche Vorteile, insbesondere in den ersten Jahren nach dem Erwerb und der Sanierung einer Immobilie. Diese Maßnahmen erfordern jedoch ein detailliertes Verständnis der steuerlichen Vorschriften und eine sorgfältige Planung, um die maximalen Vorteile zu realisieren.



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 wol-

len. 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 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

aktiviert werden, wenn wir sehen, dass jemand anderes eine Handlung ausführt, oder wenn wir uns diese Handlung vorstellen. Im Kontext des Marketings bedeutet dies, dass Geschichten Konsumenten dazu bringen können, sich vorzustellen, wie es wäre, ein Produkt zu besitzen oder zu verwenden, wodurch das Verlangen danach gesteigert wird. Diese Spiegelung erzeugt also im Gehirn des/der Betrachter*in einen selbst produzierten Film, der ein Erlebnis »vorgaukelt«, dass es in der Realität so nicht gibt.

Fünf professionelle Beispiele, wie Neuromarketing und Storytelling funktioniert und zu höheren Verkäufen führt.

Beispiel 1: Coca-Colas "Share a Coke"-Kampagne

Beschreibung: Coca-Cola ersetzte das Markenlogo auf Flaschen mit beliebten Vornamen und ermutigte die Menschen, eine Cola mit Freunden oder Familie zu „teilen“.

Neuromarketing-Analyse:

- Storytelling-Effekt: Die Kampagne erzählte eine einfache, aber wirkungsvolle Geschichte von Teilen und sozialen Verbindungen.
- Gehirnreaktion: Das limbische System wird durch die persönliche Ansprache der Namen und das soziale Element des Teilens aktiviert, was ein Gefühl von Zugehörigkeit und Gemeinschaft schafft.
- Verkaufsergebnis: Die Kampagne führte zu einem signifikanten Anstieg der Verkäufe, da die Kunden ermutigt wurden, nach Fla-

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.

Konkrete Anwendungen der Neuroökonomie im Marketing

3.1 Produktplatzierung und Design

Die Neurowissenschaft hilft Marketer, die Aufmerksamkeit und Erinnerung der Konsumenten zu steuern. Untersuchungen haben gezeigt, dass bestimmte visuelle Merkmale, wie Farben, Formen und Layouts, die Aktivität im visuellen Kortex und den Belohnungszentren des Gehirns beeinflussen können. Eine durchdachte Produktplatzierung und -gestaltung kann daher die Aufmerksamkeit maximieren und die Wahrscheinlichkeit erhöhen, dass ein Produkt in Erinnerung bleibt.

- Beispiel: Die Verwendung von kontrastreichen Farben oder ungewöhnlichen Verpackungsdesigns kann die Aufmerksamkeit des Kunden in einem Regal voller ähnlicher Produkte auf sich ziehen.

3.2 Optimierung von Werbeinhalten

Neurowissenschaftliche Erkenntnisse helfen dabei, Werbebotschaften so zu gestalten, dass sie emotionale Resonanz erzeugen und besser im Gedächtnis bleiben. Werbung, die positive Emotionen oder starke Assoziationen hervorruft, aktiviert das Belohnungssystem und stärkt die Markenerinnerung.

- Beispiel: Eine Werbung, die Humor oder emotionale Geschichten verwendet, um eine positive emotionale Reaktion zu

erzeugen, wird eher im Gedächtnis bleiben und die Markenwahrnehmung verbessern.

3.3 Entwicklung von Kundenerlebnissen

Durch die Untersuchung der Gehirnaktivität in verschiedenen Kaufphasen können Marketer verstehen, welche Aspekte eines Kundenerlebnisses am meisten zur Zufriedenheit und Loyalität beitragen. Dies umfasst alles von der Benutzerfreundlichkeit einer Website bis zur Atmosphäre eines physischen Geschäfts.

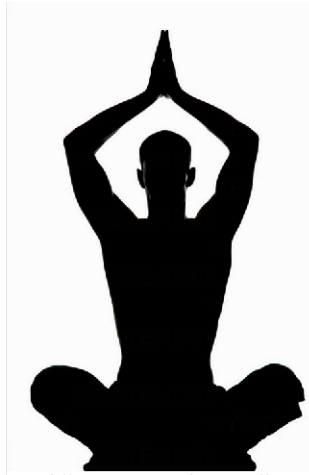
- Beispiel: Ein Einzelhändler könnte die Raumgestaltung und Beleuchtung seines Ladens anpassen, um eine angenehme und einladende Atmosphäre zu schaffen, die die Aktivität im Belohnungssystem des Gehirns erhöht und die Kaufbereitschaft fördert.

1 Buchempfehlungen Neuromarketing

¹Häusel, Hans-Georg, BRAIN VIEW - Warum Kunden kaufen, Haufe;
Häusel, Hans-Georg, Neuromarketing Erkenntnisse der Hirnforschung für Markenführung, Werbung und Verkauf; Haufe; Kahneman, Daniel - Schnelles Denken, langsames Denken, Siedler Verlag.

Geldtherapie®

Die Heilung Finanzieller Probleme



Siddhaasana & Bhramadhye
Konzentration auf das 3. Auge

Einführung

Ein nicht unerheblicher Teil unserer Mitmenschen hat mittel- und langfristige Geldprobleme - aus den unterschiedlichsten Gründen. Da es keine Finanzielle Bildung gibt und eine rot-grüne Regierung vom Grundsatz her kein Interesse an dieser hat, haben auch Kultus- und Bildungsministerien keine Chance, Mittel hierfür zu erhalten, geschweige denn etwas Sinnvolles in die Wege zu leiten. Das Thema Vorsorge und Prävention zum Thema Geld ist eine der wichtigsten Entscheidungen im Leben, spätestens wenn publik wird, dass die Renten pro Jahr mit über 110 Milliarden Euro vom Bundeshaushalt bezuschusst werden müssen - um später eine mickrige Rentenzahlung, die weder inflationsbereinigt noch marktgerecht ist, zu erhalten.

Außer clownesken TV-Sendungen über «Schuldnerberatung» bei kommerziellen TV-Anstalten, sind die meisten Menschen sich weitestgehend selbst bei finanziellen Problemen überlassen. Ganze Branchen wissen dies zu schätzen und nutzen dies selbstverständlich entsprechend langfristig aus.

Wenn Sie bis hierher gelesen haben wissen Sie bereits umfassend, welche Hintergründe Geldprobleme haben können. Hier folgt nun eine psychologische und therapeutische Betrachtung. Beachten Sie an dieser Stelle auch, dass vom gleichen Autor im Frühjahr 2025 das Buch «Geldtherapie» erscheinen wird. Dort finden sich sehr detaillierte Vorschläge und Möglichkeiten, dieses Thema heilsam zu gestalten. Viele Beispiele

als Vorlage helfen dort zur besseren Orientierung; auch Seminare zur Geldtherapie für Einsteiger und Profis werden gleichzeitig dazu angeboten werden. Wir wissen bereits, dass der Verfasser sich den Titel «Geldtherapie» international hat schützen lassen.

Eine kurze Einführung

Das Wesentliche zu Geldproblemen wurde bereits in den ersten beiden Kapitel besprochen, hier kommt als die Vertiefung:

Geld ist weit mehr als nur ein Tauschmittel; es ist eine Quelle von Macht, Status und Sicherheit und kann eine tiefgreifende emotionale Bedeutung haben. Viele Menschen kämpfen sowohl mit materiellen als auch emotionalen Problemen im Zusammenhang mit Geld. Diese Probleme können von finanziellen Schulden und unklugen Ausgaben bis hin zu emotionalen Konflikten wie Angst, Scham und Stress reichen. Die sogenannte "Geld-Therapie" ist ein Ansatz, der psychologische, emotionale und verhaltensbezogene Aspekte des Umgangs mit Geld anspricht, um Menschen zu helfen, eine gesündere Beziehung zu Finanzen zu entwickeln.

1. Die Psychologie des Geldes

Geld ist in der modernen Gesellschaft allgegenwärtig und spielt eine zentrale Rolle in fast jedem Lebensbereich. Die Psychologie des Geldes untersucht, wie Menschen über Geld denken, wie sie es fühlen und wie sie damit umgehen. Die Beziehung zu Geld wird oft in der Kindheit geprägt und kann durch verschiedene Faktoren beeinflusst werden, wie z. B. die Erziehung, kulturelle Normen, persönliche Erfahrungen und traumatische Erlebnisse.

1.1 Geldskripte

Ein zentraler Begriff in der Geldpsychologie ist das Konzept der "Geldskripte". Geldskripte sind unbewusste Überzeugungen über Geld, die unser Verhalten und unsere Einstellungen beeinflussen. Diese Skripte werden oft von den Eltern und der Umgebung in der Kindheit geprägt. Zum Beispiel kann ein Geldskript lauten: "Geld ist die Wurzel allen Übels" oder "Geld ist ein Zeichen von Erfolg und Wert". Solche Überzeugungen können tief verwurzelt sein und zu dysfunktionalem Verhalten führen, wie übermäßiger Sparsamkeit, zwanghaftem Konsum oder Schuldgefühlen beim Geldausgeben.

1.2 Emotionale Reaktionen auf Geld

Emotionen spielen eine bedeutende Rolle im Umgang mit Geld. Angst und Scham sind häufige emotionale Reaktionen, die mit Geld verbunden sind. Angst kann durch Unsicherheit über die fi-

Vier mal Glück

Leben in vollkommenem Reichtum



Kobra Pose -
Bhujangasana

4 Versionen Ihrer Lebenskarriere - Der Szenariomanager

Zwischenzeitlich haben Sie sicherlich bewusst oder über Ihr Unterbewusstsein an verschiedenen Versionen Ihres neuen Lebens gebastelt. Durch die Potenzialbeschreibungen Ihrer Eignungen (durch Test 1 und Test 2) sowie den dort über 100 beschriebenen Berufsmöglichkeiten, können Sie bereits jetzt ihren **persönlichen Kompass** gestalten. Denken Sie immer daran, dass der berufliche Weg nie vorgezeichnet (determiniert) ist!

Da wir nicht als ahnungsloses Opfer beim Arbeitsamt (Agentur für Arbeit) oder bei einer provisionsgeilen Arbeitsvermittlungsgesellschaft sitzen, lernen wir unsere persönlichen Gestaltungsfreiräume frei zu nutzen.

Der Lebensbaum

Der persönliche Kompass ihrer Potenzialbeschreibung hat ein einziges, natürliches Ziel: *Die Richtung festzulegen!* Sie werden feststellen, dass Sie eher mehr als weniger Möglichkeiten zur Verfügung haben. Die Richtung Ihres Kompasses wird durch Ihr Begabungspotenzial und Ihren Persönlichkeitswerten wie bereits erwähnt, in eine für Sie bestmögliche Richtung gelenkt. Diese Richtung entspräche, würden wir unser Leben als Baum metaphorisch illustrieren, dem Baumstamm, der über seine Wurzeln ernährt wird. Nebenwege und ergänzende Zusatzmöglichkeiten (Test 3 - Neigungen) entsprechen den Ästen und Zweigen dieses Lebens-

baumes. Erkennen Sie bitte in diesem Sinne die natürlichen Energiequellen ihrer Lebenskarriere. Die Limbischen Emotionsstrukturen zeigen die Art und Weise, mit welcher *Antriebskraft* Sie sich durchsetzen werden und ihren Weg gehen.

Wenn Ihnen momentan nichts Passendes einfällt, lesen Sie (noch) einmal im Kapitel «Kreativität» meines Hauptwerkes zum Thema **Arbeit der Zukunft** (ISBN 978261-3-945702-31-4), eine der dort beschriebenen Möglichkeiten durch - dann kommt sicher der Gedankenflow wieder als Inspirationsquelle zu Ihnen zurück. Machen Sie, wenn es erforderlich ist, eine oder mehrere Mind-Maps zu Ihrem kreativen Akt. Wir nutzen mit großem Erfolg die Design-Thinking-Methoden für eine moderne Lebensgestaltung

Sie lernen bei den folgenden vier Karriereversionen ebenfalls die vier Seiten ihres Selbst kennen (Ordinary-Self, Intrapreneur-Self, Creative-Self sowie das Future-Self),

Vier Lebens- und Karriereversionen

Wir wollen nun gemeinsam für die nächsten vier Jahre *vier Versionen* Ihres Persönlichkeitsportfolios erstellen, indem wir

- Erstens die jetzige Version Ihres Lebens und Ihrer beruflichen Tätigkeit endlos fortschreiben.

- Eine zweite Version erstellen, in der ihre aktuelle Branche nicht mehr gefragt ist und Ihr gesamtes Tätigkeitsfeld fortfallen würde
- niemand benötigt Sie und Ihre Arbeitskraft mehr. Was würden Sie dann tun?

- Eine dritte Version erstellen, in der Geld und Status überhaupt keine Rolle spielen.

- Die vierte Version erstellen, die als Essenz aller Eigenschaften der drei vorhergehenden Lebens- und Karriereversionen agiert. Erstellen Sie eine komplett neue Identität aus den Lebens- und Karriereversionen 1-3.

Plan 1 - Ordinary-Self: Alles bleibt wie es ist: Das Gehalt, die Arbeitszeit, die Kolleg:innen, das Arbeitsumfeld, Ihre Beziehung, ihre Ernährung, Ihre Freunde, der Urlaubsort, das Futter für Ihr/e Haustier/e. Sie müssen nichts ändern oder neu planen, atmen Sie, konsumieren Sie, surfen Sie, duschen Sie, schlafen Sie, arbeiten Sie einfach die nächsten vier Jahre wie gehabt. Alles wird gut.

Plan 2 - Intraprenuer-Self: Zeiten, Meinungen, Menschen und das Klima ändern sich - und zwar permanent. Durch die tatsächliche Komplexität und Diversität der Globalisierung, Digitalisierung, steigenden Migrationsbewegungen, noch mehr Kriegen und Kulturveränderungen, sind auch Sie plötzlich gezwungen, Ihre Lebensplanung und die Vision ihrer Zukunft, aufzugeben! Ihre

Branche und Ihr Job wurden Opfer der Digitalisierung, Ihnen wurde fristlos gekündigt bzw. Ihre Kunden orientieren sich an viel günstigeren Anbietern und Dienstleistern im Ausland. Sie sind und bleiben arbeitslos! Sie können nichts mehr tun, müssen aber Geld für sich und ihre Familie verdienen. Was werden Sie tun? Welche Möglichkeiten und Perspektiven ergeben sich? Es geht um das Überleben, von daher sollten Sie nicht zu lange zögern!

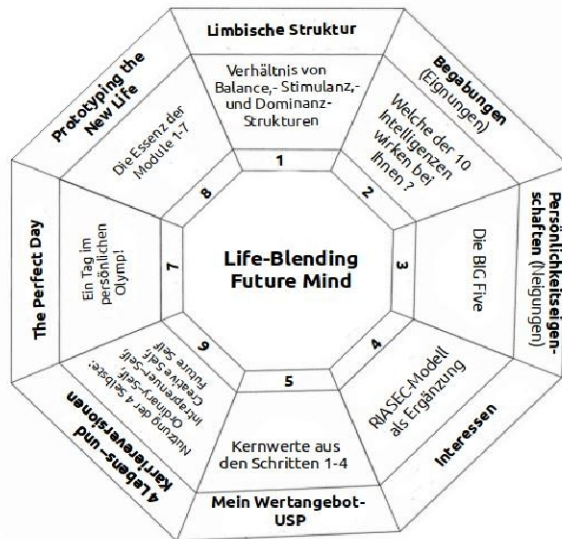
Plan 3 - Creative Self: Hier ist konkret ihre Fantasie, besser ihre gesamte Vorstellungskraft gefragt: Geld, Status und Image spielen überhaupt keine Rolle mehr. Ihr äußerlicher Bürgerstatus interessiert eigentlich auch niemanden mehr wirklich - also wie Sie leben, wie Sie sich kleiden, wer Sie sind. Durch eine öko-sozialistisch-grüne Piratenpartei, die unter absurden, eigentlich kriminellen Umständen an die Regierung kam, erhält jeder Bürger monatlich 2000.- € Bedingungsloses Grundeinkommen, Schulden wurden gesamthaft für jede Privatperson abgeschafft, niemand muss mehr eine Steuererklärung abgeben! Olaf Scholz geht für immer in Hamburg an der Alster angeln und Angela Merkel züchtet jetzt ihre Schafe in der Uckermark. Welche Alternativen bieten sich für Sie in ihrem neuen, entspannten Leben an? Welche Potenziale aus Test 1 und Test 2 könnten Sie für ihr neues Leben einbringen? Ja - was würde Ihnen wirklich Freude, Spaß und Lebensglück bringen? Es gibt jedoch noch eine nicht verhandelbare Bedingung: Sie hatten bereits ein paar Weltreisen hinter sich, großzügig an Bedürftige gespendet, sich um ihre greisen Eltern

ausgiebigst gekümmert, möglichst viel Geld Freunden und Verwandten geschenkt, eine oder mehrere Therapien, auch kombiniert, gemacht, waren Creativ Director einer angesehen Agentur, erfolgreich als Schriftsteller oder Schauspieler, hatten eine Super-App programmiert, waren bereits gefragte Influencerin und Model, kennen Ibiza, Florida, Dubai und Bali in- und auswendig, und können jetzt so richtig tief durchatmen. Machen Sie am besten mehrere Lebensentwürfe, denn alles ist möglich!

Plan 4 - Future Self: Erstellen Sie bitte aus den drei vorangegangenen Plänen eine Liste derjenigen Eignungen, Persönlichkeitseigenschaften, Neigungen und Elemente, die Ihnen momentan als wesentlich erscheinen. Das Future Self beschreibt eine persönliche Utopie, die ein tatsächliches Persönlichkeitsfundament besitzt und dabei beobachtet, wie ihr «Lebensbaum» nach oben gerichtet und nach allen Seiten rundherum wächst. Sie «spinnen» sich also nichts zurecht, sondern abstrahieren ganz pragmatisch Szenarien Ihres Lebens, die nachweislich Ihren Motiven, Werten und Lebenszielen entsprechen. Nach ein paar Tagen/Wochen/Jahren ergänzen, modifizieren und aktualisieren Sie diese.

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.

Die 4 Schritte zum Life-Blending-Modell:

1. Matching

- Limbische Struktur — Begabungen? _____

- Limbische Struktur — Neigungen? _____

- Limbische Struktur — Interessen? _____

- Begabungen — Neigungen? _____

- Begabungen — Interessen? _____

- Neigungen — Interessen? _____

Wie gut stimmen diese vier Elemente jeweils untereinander überein? Notieren Sie jeweils die Übereinstimmungen.

2. Wertangebot

Kernwerte: _____

Meine Kernwerte (*alle* Übereinstimmungen) aus Schritt 1 (Matching) ergeben in meinem Persönlichkeitsportfolio das Wertangebot.

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 (kein Urlaubstag!).



Register

10-Prozent-Regel.....	54	Fallbeispiele.....	10, 190, 193
Abenteuer-Thrill.....	211	Finanzbildung.....	53, 184
Achtsamkeit.....	182, 184, 188, 191f., 195f.	Finanzielle Freiheit 9f.,	53, 71, 76f.
Airbn.....	155f.	Finanzielle Inventur.....	183
Amygdala.....	99, 160, 166	Finanzieller Erfolg.....	102, 106
Ankereffekt.....	167	Framing-Effekte.....	166
Anziehungskraft.....	105	Geben und Nehmen.....	46ff., 55
Aristoteles.....	23	Gehirnforschung.....	13
Autonomie.....	53, 56, 61, 106f., 213	Geld als Tauschwert.....	21
Balancetypen.....	211	Geld und Identität.....	177
Begabungen ...	40, 65, 204, 206, 257, 269f.	Geld und Sexualität.....	9, 108
Belohnungssystem.....	160, 164	Geldprobleme ..	9, 16, 21, 74f., 179
Berufsbilder.....	68, 223f., 229, 240	Geldresonanz.....	39
Berufung.....	44	Geldskripte.....	176, 183, 186, 190
Beteiligungsertragsbefreiungen.....	135	Geldtherapie.....	173ff.
Big Five.....	205, 234, 240, 258	Geldverdienen.....	41, 61, 67, 69
Bildung.....	24, 65	Geldwertschöpfung.....	32f.
ChatGPT 4.....	139, 145	Generationen Y und Z...	75, 86, 92
Creative Self.....	263	Gewinne bis 300 Prozent...	10, 113
Das Limbische System.....	99, 150	Glaubwürdigkeit.....	161
Das Limbische Strukturmodell.....	206	Globalisierung.....	68, 81, 262
Das Prinzip.....	32, 41, 46	Glück.....	11, 78, 254
Davis Bus.....	105	Haben und Sein. .	3, 14f., 41, 46, 67
Design-Thinking.....	63	Health and Social Behavior.....	109
Dialektik.....	42	Heldenreise.....	61
Die 10 Intelligenzen.....	223	Holding.....	132, 135ff., 143ff.
Die Berufsbilder.....	224	Homo Oeconomicus.....	46f.
Die sichersten Zukunftsberufe.....	229	Hybrid-Karrieren.....	89
Dominanztypen.....	211	Immobilien.....	77, 116ff., 120f.
Due Diligence.....	140	Immobilienpreisentwicklung...	120
E-Zone.....	10, 132ff., 138	inflation.....	174
EFT-Fonds.....	116	Inflation.....	25, 30, 37, 121
Elon Musk.....	215	Intraprenuer-Self.....	262
Emotionale Aufarbeitung.....	187	Investitionsentscheidungen.....	75
Emotionsstruktur.....	212, 214f., 261	Irvin Yalom.....	199
Empathie	68, 85, 151, 155, 161, 231, 239	Karma.....	19
Erich Fromm.....	16, 42	Kaufentscheidung. .	85, 156f., 160
Erlebniskonsum.....	88	Kennzahlen.....	84
Erzeugung von Angst.....	112	kognitive Umstrukturierung...	181
ESG-Kriterien.....	75	Kognitive Umstrukturierung...	181
Essenz der Sexualität.....	108	Kognitive Verhaltenstherapie.	186
Ethik.....	23, 88, 90, 92	Kompass für.....	203
Existenzielle Therapie.....	196, 199	Körper-Kommunikation.	9, 98, 100
Fake-News.....	65	Kreativität	62f., 153, 204, 213, 252
Fallbeispiel 2.....	191	Kritischer Konsum.....	91

Krösus.....	34	Sannyas.....	18
Kundenerlebnisse.....	170	Scham und Stigma.....	184
Langfristiges Denken.....	83	Schuld und Schulden.....	9, 56
Lebensqualität.....	64, 67f., 74, 76, 111, 190	Selbstwert...35f., 40f., 56, 58, 62f.,	
Lebensweg.....	53, 78, 215, 257	Selbstwert und Kreativität.....	62
Life-Blending.....	43, 269f.	Selbstwirksamkeit 108, 188f., 192	
Life-Scouting.....	7, 67f., 269	Sex.....	9f., 97f., 100ff.
Mangelnde Finanzbildung.....	184	Sexualität.....	9f., 97f., 100f., 103ff.
Markenidentität.....	162	Sexuelle Dynamik.....	104f., 111
Marketing 165.....	10	Shakespeare.....	16
Mate Value.....	9, 102ff., 106f.	Sichere Wege.....	114
Mate Value 104.....	10	Sinn-Ökonomie.. 69ff., 73ff., 82ff.	
Meaning Economy.....	80	Sinnbewusstsein.....	67
Mitarbeiterbindung.....	84	Sinnlichkeit.....	9, 98, 100, 213
Nachhaltigkeit.....	78, 82, 86ff., 92, 94, 162	Sinnvolle Arbeit.....	87
Nachkommen.....	105f.	Social Psychology.....	111
Neudefinition von Wohlstand.....	74	soziale Gerechtigkeit.....	83, 88f.
Neuromarketing...6, 149, 152ff., 163, 170		Soziale Gerechtigkeit.....	79
Neuromarketing-Analyse.....	152ff.	Steuerliche Auswirkung. 127, 129	
Neuroökonomie...10, 150, 156, 163ff., 167		Steuermodelle	10, 132
Niederlassungsfreiheit.....	132	Steuroptimierung.....	125, 130
Nixons Wirtschaftsreform.....	20	steuerzahler.de.....	114
Nucleus accumbens.....	101, 153, 164	Storytelling.....	10, 150ff., 165
Oikonomia.....	23	Storytelling-Effekt.....	152ff.
Ordinary-Self.....	261f.	Substanzerfordernisse 134ff., 141	
Oxytozin.....	100	Tauschhandel.....	20, 25, 29
Pandora.....	37	Tauschmittel .29, 32, 45, 115, 175	
Partnerwahl.....	102, 107	Technologie als Katalysator.....	92
Passivität.....	14, 213	Testergebnis.....	256f.
Patanjali.....	19	The BIG FIVE.....	233
Persönlichkeitsportfolio.....	45	The Perfect Day.....	265, 269f.
Persönlichkeits- oder Wertepportfolio»..	21	Therapeutische Schritte 186, 188f	
Persönlichkeitsentwicklung.....	55	Tik-Tok.....	18
Persönlichkeitsmerkmale..204ff., 233, 240		Toleranz.....	35
Persönlichkeitsportfolio..04, 256, 261, 270		TOP-Beruf.....	258
Projektionsfläche.....	15, 21, 29f., 67	Transaktionsbeziehungen.....	111
Prototyping.....	269f.	Transformation.....	20, 61, 64
Psychologiemuseum.....	101	Traumberuf.....	116
Real Beauty.....	154	Unabhängigkeit55, 76f.,79, 90104	
Recht-Haben-Wollen.....	58	Vaterproblematik.....	41, 60
Rechtsform.....	133	Verlustaversion.....	168
Reichtum.....	22, 29, 45, 59	Vermögensaufbau.....	78, 123, 125
Remote Work.....	93	Werte. .13f., 16, 19ff., 25, 32ff., 36	
Resonanz.....	39, 60	Werteaufbewahrungsmittel.....	20
Risikominimierung.....	116	Wertschätzung.....	24
Sadhana.....	18		