

Die Biostruktur-Analyse

- ein Basis-Tool für erfolgreiche Unternehmensführung -

Die Identität eines Unternehmens und seine Führung, die Entwicklung der Produkte, das Marketing und der Vertrieb, die Kommunikation im Team und die Ansprache der Kunden erzielen dann die größtmögliche Wirkung im Markt, wenn man die Gesetzmäßigkeiten der menschlichen Entwicklung und deren Prägungen des Verhaltens verstanden hat und dies in das unternehmerische Handeln einbezieht. Die Kenntnis der Biostruktur und ihre konsequente Übertragung in die Unternehmensführung erschließen bislang ungenutzte Potenziale und steigern somit den Unternehmenserfolg. Dass dabei gleichzeitig die Motivation und Zufriedenheit der Mitarbeiter wächst, erscheint auf den ersten Blick wie die Quadratur des Kreises. Beim Verstehen der Zusammenhänge ist es die logische Konsequenz, denn sowohl Mitarbeiter als auch Kunden fühlen sich individuell angesprochen und in ihren Bedürfnissen und Bedarfen wahrgenommen.

Die Biostruktur - mehr als ein Persönlichkeitsmodell

Das Persönlichkeitsmodell der Biostruktur hat seine Wurzeln in der Evolutionsgeschichte des Menschen. Zu unterschiedlichen Zeit-Epochen waren unterschiedliche Verhaltensweisen für das Überleben notwendig, deren Muster als „Überlebensgaranten“ die unbewussten Steuerungsfunktionen des Gehirns über Jahrtausende geprägt haben. Diese elementaren und für unser Dasein bewährten Verhaltensmuster kennzeichnen das Verhalten aller Menschen und zeigen sich in der biologischen Persönlichkeitsstruktur, der „Biostruktur“.

Es ist beeindruckend, dass sich die Geschichte der Evolution bei jedem von uns ab seiner Zeugung wiederholt und alle Stadien der Entwicklung menschlichen Lebens gewissermaßen im Zeitraffer noch einmal durchlaufen werden. Diese Tatsache allein gibt dem Modell der Biostruktur eine ganz herausragende und einzigartige psychologische Bedeutung. Überall dort, wo es um Kommunikation, um zwischenmenschliche Beziehung, um Verständnis und Wertschätzung geht, ist dieses Modell eine unerlässliche Orientierungs- und Entscheidungshilfe.

Die Grundlagen für das Modell der Biostruktur schuf der amerikanische Neurobiologe Paul D. MacLean, Direktor des Instituts für Gehirnentwicklung und Verhalten am

National Institut of Mental Health in Poolesville, Maryland, USA. Er entwickelte als erster eine evolutionsbedingte funktionale Struktur des menschlichen Gehirnes mit den Bereichen Stamm-, Zwischen- und Großhirn und deren spezifischen Funktionen. Aus dieser funktionalen Struktur lassen sich drei Klassen von Kernmerkmalen ableiten, die die Wahrnehmung und das Verhalten eines jeden Menschen auf eine für ihn typische Weise kennzeichnen.

Mit der von dem Anthropologen Rolf W. Schirm entwickelten Biostruktur-Analyse (BSA) werden diese Kernmerkmale der Biostruktur erfasst und hinsichtlich ihrer individuellen Ausprägung mit dem Structogram als Ergebnis der Analyse für die praktische Anwendung visualisiert.

Die Analyse ist wertfrei. Jede Biostruktur hat ihre individuellen Besonderheiten, die in der Persönlichkeit eines jeden Menschen in einer für ihn ganz typischen Weise zum Ausdruck kommen. Die individuelle Biostruktur ist genetisch bedingt und durch Lernprozesse nicht veränderbar. Die Profilkonstanz der Structograme einer großen Anzahl von Teilnehmern wurde mittels einer Längsschnittuntersuchung überprüft. Selbst nach einem Zeitraum von über zehn Jahren konnten keine nennenswerten Veränderungen nachgewiesen werden. Die Ergebnisse der Biostruktur-Analyse sind somit außerordentlich verlässlich und belegen die Resistenz der individuellen Biostruktur gegenüber Veränderungen.

Aufgrund ihrer nur drei zu beobachtenden Merkmalsdimensionen ist das Modell der Biostruktur sehr praxistauglich, schnell erlernbar und universell einsetzbar. Die Anwender lernen mehr Verständnis für sich selbst zu gewinnen und können die Andersartigkeit ihrer Mitmenschen besser verstehen und mit ihr besser umgehen. Die Toleranz und Akzeptanz für das Anderssein anderer Menschen erhöht sich. Man weiß, wer für welche Aufgaben prädestiniert ist und welche Art der Ansprache oder Unterstützung der Einzelne braucht.

Mit der Kenntnis der individuellen Biostruktur eines Menschen kann sehr präzise vorhergesagt werden, welche Verhaltensweisen die betreffende Person in einer ganz bestimmten Situation zeigen wird und welche nicht.

Anwendung in Vertrieb und Verkauf

In den hartumkämpften Märkten ist es heute besonders wichtig, im Vertrieb und Verkauf Punktlandungen bei potenziellen Kunden zu erzielen. Es geht darum schnell zu erkennen, wie das Gegenüber „gestrickt“ ist, um durch eine positive Atmosphäre im Verkaufsgespräch Kunden für sich zu gewinnen. Denn kaufen und bleiben werden die Kunden dort, wo sie sich individuell und gemäß ihrer ganz persönlichen Bedürfnisse bedient fühlen.

Der Schlüssel für den Verkaufserfolg liegt in der Anwendung der Biostruktur-Analyse. Kundenorientierung heißt Menschenorientierung. Wer die oft völlig unterschiedlichen Bedürfnisse von Menschen sicher erkennt und beachtet, wird besser verkaufen und Kunden langfristig binden. Er erzielt dauerhaft Verkaufserfolg.

Die angelegte Grundstruktur der Persönlichkeit, die Biostruktur, ist ausschlaggebend für die individuellen Kaufmotive und das individuelle Kaufverhalten. Ein und dasselbe Produkt muss deshalb an unterschiedliche Menschen unterschiedlich verkauft werden. Die Kunst des Verkaufens besteht darin, die Biostruktur des Kunden zu erkennen und die Merkmale des Produkts in den Vordergrund zu stellen, die für diesen Kunden relevant sind. Verkäufer, die sich dieser Herausforderung stellen, steigern nachweislich ihre Verkaufszahlen - teils ganz erheblich!

Was fördert beispielsweise Ihre Kaufentscheidung?

- Informationen über Produktdetails
- Gemütliche Verkaufsatmosphäre
- Das Gefühl, dass Sie ein wichtiger Kunde sind
- Zeit bekommen, um sich gründlich zu informieren
- Hinweise darüber, dass es sich um ein bewährtes Produkt handelt
- Betonung ihres persönlichen Status

Die Liste der unterschiedlichen Kundenerwartungen lässt sich natürlich noch erheblich erweitern. Die Anwendung der Biostruktur-Analyse in Verkaufsprozessen ist eine verlässliche Methode, die Erwartungen der Kunden und ihre wirklichen Kaufmotive herauszufinden und zu befriedigen. Es geht darum aus Besuchern Kunden zu machen.

Anwendung im Bereich Corporate Identity

Die Corporate Identity, also die „Persönlichkeit“ eines Unternehmens, wird dann im Markt und vom Kunden wahrgenommen, wenn Verhalten, Kommunikation und Erscheinungsbild im Innen und Außen authentisch sind.

Im Gegensatz zur Biostruktur eines Menschen, die genetisch veranlagt und nicht veränderbar ist, lässt sich die "Biostruktur" der Unternehmensführung, der Kommunikation, der Produkte bis hin zum gesamten Unternehmens-Auftritt nach den Kriterien der Biostruktur-Analyse bewusst gestalten bzw. verändern. Unternehmen werden von Menschen geschaffen und ihr genetischer Code, ihre „Unternehmens-DNA“, ist das Resultat menschlichen Handelns.

Die Biostruktur-Unternehmensanalyse gibt Aufschluss darüber, ob die Unternehmensstrategie mit konsistentem Handeln, Kommunizieren und visuellen Auftreten übereinstimmt und somit alle Wirkungsgrößen erfasst. Daraus ergibt sich ein unschätzbare Nutzen für die optimale Entwicklung der CI einer Firma. Die Lücken zwischen IST und SOLL werden identifiziert und können systematisch geschlossen werden.

Sichtbare Unternehmensmerkmale sind vor allem das Firmen-Logo, das Wording, der Internet-auftritt, die Gestaltung von Prospekten und Katalogen, sämtliche Schnittstellen zum Kunden, Empfangs- und Ausstellungsräume sowie alle sichtbaren (und unsichtbaren) Unternehmensprozesse.

Dem Marketing auf Grundlage der Biostruktur-Analyse kommt eine besondere Bedeutung zu. Es orientiert sich an den durch die Evolution des Menschen entstandenen Motivstrukturen. Damit bietet es fundamentale, verlässliche Richtgrößen für die Erstellung von Marketingkonzepten. So lässt sich z.B. jedes beliebige Produkt, jede Art von Dienstleistung usw. nach den Kriterien der Biostruktur-Analyse verorten und vermarkten.

Die kompromisslose Schlüssigkeit aller Einflussgrößen auf die CI führen zu einem starken Marktauftritt und zu einer eindeutigen Positionierung im Markt. Die angestrebten Zielkunden finden unbewusst die Merkmale ihrer eigenen Biostruktur in der CI des Unternehmens und deren Produkten wieder und werden ganz selbstverständlich davon angezogen. Sie kaufen dort, wo sie sich am meisten angesprochen fühlen.

Anwendung in der Führung

Nachhaltiger Führungserfolg ist abhängig von der Führungskraft selbst - ihrer Persönlichkeit und davon, wie sie die persönlichen Eigenheiten ihrer Mitarbeiter respektiert und adäquat mit Ihnen kommuniziert.

Bei aller Unterschiedlichkeit: Erfolgreiche Führungskräfte haben ihren ganz persönlichen Stil und wenden Führungsinstrumente stets wertschätzend an. Sie akzeptieren die Individualität ihrer Mitarbeiter und passen ihre Führungsmaßnahmen entsprechend an. Die Kenntnis der eigenen Persönlichkeitsstruktur sowie die der Mitarbeiter sind entscheidende Voraussetzungen für das bewusste, persönliche Führungsverhalten.

Wertschätzende Führung entsteht durch reflektiertes Führungsverhalten, in dem die Führungskraft die Einzigartigkeit ihrer Mitarbeiter erkennt, die Potentiale schätzt und den besten „Kanal“ für die persönliche Ansprache findet. Auf dieser Grundlage entsteht ein tragfähiges Fundament für das Meistern schwieriger Situationen und Rahmenbedingungen.

Führungskompetenz, die die Biostruktur berücksichtigt, ist erlernbar. Der erste Schritt hierfür ist die Kenntnis der eigenen Anlagen, die uns unverwechselbar und einzigartig machen. In einem zweiten Schritt ist das Lernziel die Einschätzung der Biostruktur der Mitarbeiter. Sie ist die Grundlage für ein individualisiertes, wertschätzendes Führungsverhalten. Ein und dieselbe Führungsmaßnahme muss, damit sie möglichst wirkungsvoll ist, verschiedenen Mitarbeitern unterschiedlich kommuniziert werden.

Führungskräfte, die mit der Biostruktur-Analyse arbeiten,

- wissen entscheidend mehr über sich selbst und können ihre Stärken gezielter einsetzen,
- verstehen sich selbst und andere Menschen besser - ihre Sozialkompetenz steigt,
- führen souveräner und dauerhaft erfolgreicher,
- reduzieren Konfliktsituationen durch individualisierte Ansprache,
- reagieren entspannter, da sie Motive und Verhalten klarer erkennen.

Führung wird effizienter und leichter und die Wertschöpfung im Unternehmen steigt.