

hofer den Schmetterling als Erfolgsmodell der Evolution heraus. Der Leitfaden für Führungskräfte ist vergangenes Jahr im Schweizer Gellius-Verlag erschienen. „Schmetterlinge waren als Zaungast beim Untergang der Dinosaurier dabei, die so viel robuster erschienen als die kleinen Schuppenflügler“, notiert Meierhofer. Und fährt fort: „Der Schmetterling sieht so fragil und graziös aus, dass man sich fragt, wie er in einer vom Überlebenskampf geprägten Welt über 50 Millionen Jahre bestehen konnte.“

Die Überlebensstrategien „dieses stammesgeschichtlichen Langstreckenläufers, dem man die Mühe des Marathons, den er erfolgreich absolviert hat, nicht ansieht“, seien spektakulär. Zitat Meierhofer: „Wer ein Unternehmen führt, kann von ihnen lernen!“

Chancen identifizieren

Schmetterlinge hätten erstaunliche Fähigkeiten und die besten Nasen zur Identifikation von Chancen: „Das kleine Nachtpfauenauge beispielsweise ist in der Lage, ein Weibchen aus kilometerweiten Entfernungen in ganz kurzer Zeit zu orten.“ So würden die Fühler des Schmetterlings wie hoch empfindliche Antennen bereits wenige Moleküle eines Lockstoffes erfassen, den das Weibchen versprüht: „Je stärker der Duft, oder die Konzentration der Partikel, umso näher das Weibchen.“ So bewege sich der Falter immer in Richtung zunehmender Geruchsintensität, bis er das Weibchen gefunden habe.

Aus diesem ständigen Prozess des Messens von Molekülen und der damit einhergehenden



Quelle der Inspiration: Schmetterlinge, so Peter Meierhofer, haben in der Evolution Dinosaurier überlebt und gelten als Symbol für Flexibilität, Kreativität und Harmonie mit der Natur.

Anpassung der Flugrichtung des Falters folgert der Autor und Marketingexperte: „In Analogie zur marktgerechten Unternehmensführung geht es um Motivationselemente, Emotionen und Motive. Sie sind die treibenden Kräfte für das Empfinden, die Kundenbedürfnisse und den späteren effektiven Kundenbedarf.“ Marktgerechte Unternehmensführung bedeute, die eigene Unternehmensstrategie zum geeigneten Zeitpunkt so neu auszurichten, dass das Unternehmen fit für kommende Märkte gemacht werden kann.

In der gewonnenen Zeit, die Peter Meierhofer an der Costa Blanca als selbstständiger Strate-



Daniela Meierhofer beim Golf.

gieberater errungen hat, liest der jahrelang trainierte Verkäufer „täglich zwei Stunden alle Neuigkeiten zum Thema Gehirnforschung und Kybernetik“. „Jede Sekunde“, so der passionierte Golfer, „leiten unsere Sinne rund elf Millionen Bits an das Gehirn, das ist eine Riesensumme an Information.“ Die Crux: „Davon werden nur 40 Bits pro Sekunde im Bewusstsein erlebt, das sind 0,004 Prozent der gesamten Informationen!“ Seine Konsequenz lautet: „Alle wesentlichen Entscheidungen sind emotional und werden vom Gehirn mit seinen hundert Milliarden Zellen selbstständig getroffen, ohne unser Bewusstsein.“ Salopp formuliert er die Konsequenz aus dieser Erkenntnis der modernen Gehirnforschung, wonach das Gehirn „wie ein Autopilot“ funktioniert: „Wir tun nicht, was wir wollen – sondern wir wollen, was wir tun!“

Emotionale Steuerung

Erst im Nachhinein, so Meierhofer, würden die emotional gesteuerten Entscheidungen rational begründet: „Unbewusste Abläufe in unserem Gehirn haben einen weit höheren Einfluss auf unser Verhalten, als man bislang glaubte.“ Sein Fazit:

„Wissen ist Geld. Intuition ist wichtiger als der Verstand. Ohne Aufmerksamkeit gibt es keine offenen Türen!“

In seinen Seminaren verspricht der Marketingspezialist Führungskräften aus Handel und Industrie, wie sie schneller erkennen und reagieren können, wie sie die Macht von Gewohnheit durchbrechen können, wie sie sich Geschäfte neu erfinden lassen und wie man neue Erkenntnisse über Bedürfnisse und Erwartungen von bestehenden und potenziellen Kunden gewinnen kann, um neue Chancen effizienter wahrnehmen zu können.

Dabei legt der kreative Querkopf, der in New York, South Carolina und dem italienischen Ponte San Pietro Marketing bei Unternehmen wie Nestlé und Crompton Company von der Pike auf erlernt hat, Wert auf seinen ausgeprägten Pragmatismus. Gefragt, was sein Leitmotiv sei, denkt er kurz nach und gibt als Antwort eine entschiedene Frage: „Wie setze ich das um?“ Auf die Anwendung komme es nämlich an, so seine Überzeugung. Er habe in seinem Leben viele Menschen kennen gelernt, die „alles wissen, aber nichts gekonnt“ hätten. Wichtig sei, Wissen anzuwenden – „und dies wird viel zu wenig geübt“.