

Die Hand denkt mit



Prof. Dr. Dr. Spitzer

64 unbekannte Objekte, Dinge mit Namen wie „nolo, ured, karge“ – wichtige Bestandteile einer Teststudie zum haptischen Sinn. „Wir lernen mit Herz, Hirn und Hand.“ Die Frage, welchen Part letztere spielt, motivierte Prof. Markus Kiefer, einen Mitarbeiter des Gehirnforschers und Psychiaters Prof. Manfred Spitzer, zu einem aufschlussreichen Experiment.

Um das Lernen von völlig neuen Objekten zu untersuchen, dachten sich die Ulmer Forscher Phantasiegegenstände aus. Die Aufgabe für die Testteilnehmer bestand darin, diese so genannten „Nobjects“ in 15 x 90 Minuten auswendig zu lernen. Auf zweierlei Art und Weise: Die eine Gruppe bekam

Anschauungsmaterial und den Rat, auf spezielle Eigenheiten der fremden Dinge mit der Hand zu zeigen, z.B. auf Henkel, Spitzen, Ausbuchtungen. Die andere Gruppe lernte zu jedem Objekt eine spezifische, passende Handbewegung. Während des Lernens wurden immer wieder (Nach)Denkaufgaben eingestreut, bei denen die Teilnehmer jeweils zwei neue Objekte danach beurteilen sollten, ob sie der gleichen (zuvor gelernten) Kategorie angehörten oder nicht.

Das eindrucksvolle Ergebnis: Die Probanden, die mit Bewegung gelernt hatten, waren beim Nachdenken signifikant schneller. Der Effekt betrug bis zu „einer guten Sekunde“. Für Psychologen – laut Prof. Spitzer – „eine Ewigkeit“. Beim Hirnscan mittels ereigniskorrelierter Potentiale stellte sich heraus, dass bei den auch haptisch Lernenden der vordere Gehirnbereich, der für Bewegungsverarbeitung und Planung zuständig ist, stärker als bei den anderen aktiviert war. Das Fazit von Prof. Spitzer: „Wer sich die Welt auch mit der Hand aneignet, denkt hinterher tiefer, schneller, besser.“

Quelle: <http://www.multisense.net/news/aus-der-forschung/>

Das Creastix-Team denkt darüber folgendes ...

Wenn wir als Verkäufer diese Erkenntnis bewusst nutzen und mehr haptische Verkaufshilfen in unseren Beratungs- und Verkaufsgesprächen nutzen ist der Erfolg vorprogrammiert. Unsere Kunden werden dadurch auch die komplexen Themen der „Finanz-Welt“ nachhaltiger, schneller und besser begreifen. Mit den haptischen Verkaufshilfen nach der Creastix-Philosophie können die Verkäufer diese Erkenntnis in allen künftigen Kundengesprächen optimal nutzen.