

Werden Sie erfolgreich sein?

(10.1998) Was Ihnen der Marsh-Mallow-Test über Motivation und Erfolgsaussichten verraten kann.

"Haben Sie schon einmal von dem Marsh-Mallow-Test gehört? Folgende Situation: einige vierjährige Kinder in einem Raum, auf dem Tisch liegen einmal zwei Marsh-Mallows und einmal vier Marsh-Mallows. Der Versuchsleiter sagt zu einem Kind (der "Versuchsperson"): "Ich muß kurz hinausgehen und ein paar Dinge erledigen. Wenn Du die zwei Marsh-Mallows hier nicht anrührst, kannst Du nach meiner Rückkehr die vier Stück haben." Dann nimmt er die vier Stück und steckt sie ein, lässt die zwei Stück da und geht hinaus. Was passiert? Manche Kinder zögern, überlegen kurz, stürzen sich dann auf die Süßigkeiten und essen sofort alles auf. Andere Kinder wiederum rühren die Marsh-Mallows nicht an, sondern drehen sich um und gehen spielen.

Das interessante dabei ist: Das ganze ist eine Langzeit-Untersuchung. Die selben Personen, 20 Jahre später. Das frappierende Ergebnis: Diejenigen, die als Kinder mit der "verschobenen Belohnung" umgehen konnten, d.h. die warten konnten, besaßen als Erwachsene höhere soziale Kompetenz, ein höheres intellektuelles Niveau und mehr Erfolg im Leben. Diejenigen, die sofort zugriffen, wiesen demgegenüber einen wesentlich höheren Anteil an Suchtverhalten auf, wesentlich mehr Probleme in Bezug auf das Sozialverhalten, usw. Also: Schafft man es, den momentanen Schmerz mit der Freude angesichts des späteren Ergebnisses zu verbinden? Wir entdecken die Kraft der Assoziierung neu. Die Kraft, den Bezug herstellen zu können zu dem, was man damit erreichen will, und die mit dem Erreichen verbundene Freude zu spüren, das ist der kritische Punkt. Das ist übrigens ein großer Mangel in Organisationen.

Waren Sie schon mal im Marketing oder Verkauf tätig? Dann kennen Sie das große Maß an Ablehnung, mit der ein Verkäufer jeden Tag fertig werden muß. Ich kenne einen Immobilienmakler, der für sich folgende Lösung fand: Er rechnete sich aus, wie viele Anrufe und Besuche er durchschnittlich tätigen mußte, um ein Haus zu verkaufen. Dann berechnete er, was ihm ein Hausverkauf durchschnittlich für einen Erlös brachte. Nächster Rechenschritt: Erlös durch Anzahl der Kontakte, machte rund 20 Dollar pro Zurückweisung! Was tat er also? Er ging zum nächsten potentiellen Kunden, klopfte an die Tür und sagte sein gewohntes Sprüchlein auf: Guten Tag Herr X, Sind Sie daran interessiert, ein Haus zu kaufen oder Ihres zu verkaufen? Typische Antwort: Nein, Lassen sie mich in Ruhe, Verschwinden Sie! Darauf er: Vielen Dank Herr X, daß Sie mir geholfen haben, 20 Dollar zu verdienen! Natürlich waren dann einige Leute perplex und fragten: Was heißt das, Sie haben gerade zwanzig Dollar verdient? Also erklärte er Ihnen seinen Ansatz, kam mit den Leuten ins Gespräch und der eine oder andere bat ihn dann ins Haus.

Was aber passiert üblicherweise? Erster Kunde in der Früh: klopf, klopf; Grüß Gott, sind Sie vielleicht daran interessiert, Ihr Haus zu verkaufen oder ein neues Haus zu kaufen? Nein? Danke und auf Wiedersehen. Nach dem zehnten Nein schaut das dann schon so aus: klopf, klopf; Grüß Gott, Sie haben wahrscheinlich auch kein Interesse, Ihr Haus zu verkaufen, richtig? Das Gehirn assoziiert die Tätigkeit mit Schmerz! Wir müssen den Leuten stattdessen beibringen: Versagen ist gut! Denn um Erfolg zu haben, muss man zuerst häufige Fehlversuche, massive Frustrationen aushalten. Die Botschaft ist: Wenn Sie den Marsh-Mallow Test nicht bestehen, dann werden Sie es im Leben nicht schaffen."

Quelle: aus einem Vortrag von Georg Kohlrieser beim ÖTISO-Symposium „Die Organisation lernt- lernt die Organisation? Sept. 1998 in Blumau.