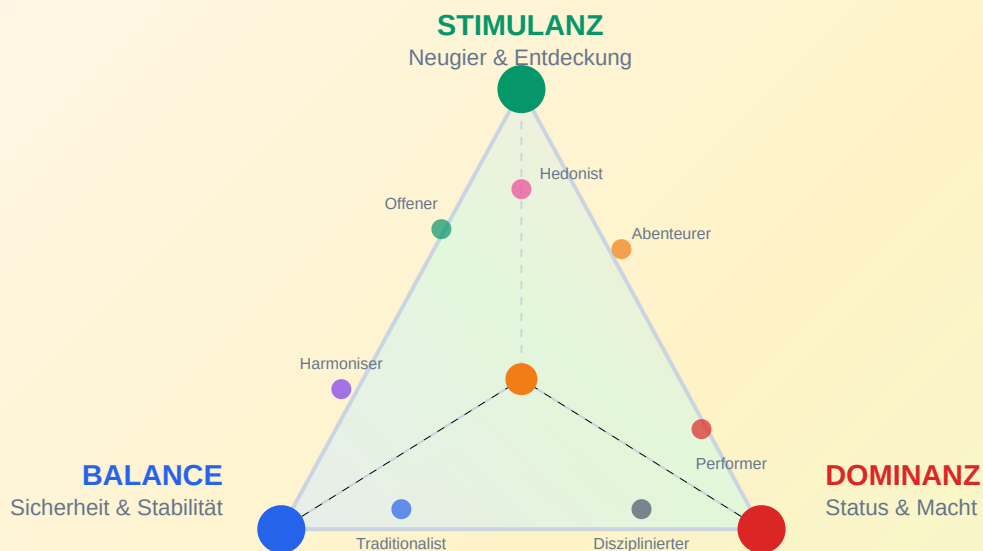


Die Limbic Map: So ticken Ihre Kunden

Das Emotionsmodell nach Hans-Georg Häusel

Jeder Mensch wird von **drei Emotionssystemen** angetrieben. Die individuelle Mischung dieser Systeme ergibt **sieben Kundentypen** mit unterschiedlichen Kaufmotiven.

Die drei Emotionssysteme



Balance

Sicherheit, Stabilität,
Ordnung,
Geborgenheit,
Tradition,
Risikovermeidung



Dominanz

Status, Macht,
Autonomie,
Wettbewerb,
Durchsetzung,
Überlegenheit



Stimulanz

Neugier, Abwechslung,
Kreativität,
Entdeckung,
Individualität, Spaß

Die 7 Limbic Types: So erreichen Sie jeden Kundentyp



Traditionalist



Konservativ, sicherheitsorientiert, loyal, qualitätsbewusst

Marketing: Tradition, Qualitätssiegel, Garantien betonen



Harmoniser



Familienorientiert, sozial, harmoniebedürftig, fürsorglich

Marketing: Familie, Gemeinschaft, Geborgenheit zeigen



Offener



Tolerant, kulturell interessiert, genussorientiert, weltoffen

Marketing: Vielfalt, Genuss, kulturelle Erlebnisse



Hedonist



Spaßorientiert, spontan, erlebnisorientiert, impulsiv

Marketing: Spaß, Genuss, sofortige Belohnung



Abenteurer



Risikofreudig, unabhängig, thrill-seeking, impulsiv

Marketing: Adrenalin, Exklusivität, Herausforderung



Performer



Ehrgeizig, statusorientiert, wettbewerbsfreudig, karrierefokussiert

Marketing: Premium, Erfolg, Statussymbole



Diszipliniertes



Pflichtbewusst, sparsam, ordentlich, rational, planend

Marketing: Preis-Leistung, Vernunft, Langlebigkeit

Quelle: Hans-Georg Häusel, Limbic Modell

© 2026 Dr. Web – Das Fachportal für Entscheider | Infografik von Dr. Web