

Schenken stärkt Beziehungen Soziologen raten, häufiger zu überraschen

Hofheim am Taunus, 08. Februar 2012 - Der Valentinstag ist ein internationales Phänomen: In Japan zum Beispiel schenken Frauen ihren Männern Schokolade. In Italien hängen Paare so genannte Liebesschlösser auf und in Finnland wird der 14. Februar als Freundschaftstag gefeiert, an dem kleine Gedichte oder Briefe versendet werden. Der Mensch nutzt offenbar gerne einen bestimmten Anlass, um Geschenke zu machen. Schade eigentlich, sagen Soziologen und Schenkexperten. Denn Schenken stärke jede Form von Beziehung, egal ob privat, beruflich oder auch gesellschaftlich. Und könnte deshalb viel häufiger hervorragende Dienste leisten.

Die Kultur des Schenkens ist ebenso alt wie die Menschheit selbst. Der Grund für diese jahrtausendealte Tradition ist relativ simpel. Die Botschaft lautet: Wer schenkt, kommuniziert. Schenken sei eines der wenigen Universale. Es diene weltweit dazu, Beziehungen zu erhalten und zu stärken, sagt Soziologie-Professor Gerhard Schmied, Autor des Buches „Schenken“. Inzwischen eine gängige These in der modernen Soziologie. Der große Vorteil: die Ausrichtung der Kommunikation kann jeder Schenker selbst steuern, je nachdem, was er erreichen möchte.

In früheren Zeiten wurden vorwiegend selbst gefertigte Geschenke übergeben. Geschenke, die mit den eigenen Fähigkeiten hergestellt werden konnten. Hingegen hat der moderne Schenker heute die Chance, mit einem Geschenk eine Aussage über sich selbst zu machen. Er kann sich inszenieren als Kenner besonderer Bücher oder Weine, als kreativer Feingeist oder in unternehmerischer Hinsicht als Kosmopolit oder innovativer Macher. Die Ausstrahlung eines Geschenks, sei es exklusiv, lustig, innovativ oder spektakulär, überträgt sich also auch auf den Schenker.

Wer immer nur 08/15-Lösungen überreicht, erhält beziehungstechnisch auf Dauer dafür die Quittung. Schenken ist Kommunikation, es ist ein Signal der Wertschätzung, stellt Manfred Bruhn fest, Professor für Marketing in Basel. Ein außerordentlich starkes Signal sogar, wenn der Schenker wirklich passende Überraschungen aussucht. Für seine Familie, für Mitarbeiter, Geschäftskollegen oder auch für seine Kunden. Amerikanische Wissenschaftler haben herausgefunden: Unser Hirn liebt Überraschungen. Das Belohnungszentrum im Gehirn antwortet nicht ebenbürtig auf jede erfreuliche Substanz, sondern reagiert viel stärker, wenn das Vergnügen unerwartet war. Mit einer wahrhaftigen Überraschung funktioniert das Prinzip des Schenkens am wirkungsvollsten. Denn alles, was uns emotional berührt, verstehen und behalten wir am besten. Mit dem Akt des Schenkens ist eine emotionale Botschaft verbunden, die es nicht zu kaufen gibt, betont Schenkexperte Friedrich Rost von der Freien Universität Berlin. Damit macht man Beziehungen exklusiv.

Wer den Rat der Soziologen befolgen und von lebendiger Kommunikation profitieren möchte, der kann sich beraten lassen. Spezialisierte Event-Agenturen wie beispielsweise die Firma evendon. in Hofheim am Taunus, organisieren ausgefallene Veranstaltungen und entwickeln passgenaue und persönlichkeitsgerechte Überraschungen. Für den Valentinstag und auch für jede andere Gelegenheit. www.evendon.de

Die Agentur evendon:

Die Hofheimer Firma evendon. hat sich spezialisiert auf die Konzeption und Durchführung außergewöhnlicher Veranstaltungen für Privat- und Firmenkunden. Die Agentur verfügt über hervorragende Kontakte zu Künstlern, Kreativen und Unikat-Produzenten sowie über mehr als 20 Jahre Erfahrung im Bereich Eventmanagement und Geschenkkultur. www.evendon.de