



## Wie wirke ich AUF ANDERE?

Sehen mich die anderen so, wie ich mich selbst sehe?  
Warum reagieren sie manchmal anders auf mich, als ich mir  
das wünsche? Klärung dieser Fragen versprechen Persön-  
lichkeits-Seminare. Können sie wirklich weiterhelfen?

**B**ei Ilona Kramer ist es immer dasselbe. Kaum gehen die Feten-Gespräche über das Kennenlern-Plaudern hinaus, wird ihr Gegenüber einsilbig und sucht das Weite. Neidisch beobachtet Ilona ihre Freundin Susanne, die in einer Traube von Leuten lacht und scherzt, und keiner läuft davon.

### Mache ich etwas falsch?

Die quälenden Gedanken beginnen schon auf dem Fest und verfolgen Ilona Kramer einige Tage: „Was mache ich falsch? Warum kann ich andere im Gespräch nicht für mich begeistern? Dabei bin ich doch eigentlich mit mir zufrieden. Sehen die anderen mich vielleicht ganz anders, als ich mich sehe?“ Aber wie herausfinden, was die anderen tatsächlich wahrnehmen? Das mit dem „Fremdbild“ ist ja so eine Sache. Wer gibt einem da schon ehrlich und offen Auskunft? Die Eltern vielleicht, die Kinder oder die beste Freundin bzw. der beste Freund. Aber ist ihre Meinung objektiv? Wohl eher nicht.

### Was kommt an?

Dem Wunsch, zu erfahren, was von der eigenen Person beim Gegenüber „ankommt“, tragen viele Kurs-Angebote Rechnung, die Namen haben wie „Persönlichkeitscoaching“ oder „Imageconsulting“ (übersetzt „Persönlichkeitsberatung“) bis hin zu „Human Branding“ (frei übersetzt „der Mensch als Marke“) – im Endeffekt aber alle das Gleiche meinen: Persönlichkeitsentwicklung. Damit treffen sie einen Nerv der Zeit bzw. unserer Gesellschaft. Nicht umsonst ist der Markt für Persönlichkeitsseminare inflationär gewachsen: Die katholische und die evangelische Kirche bieten solche Kurse an, Volkshochschulen, Universitäten und private Berater. Letztere natürlich zu einem höheren Preis. Zwei Tage Seminar können schon über 1000 Euro kosten. Ein Preis, der sich lohnen kann. Dieser Ansicht sind zumin-

dest viele Unternehmen, die heute ihre Mitarbeiter in puncto „Persönlichkeit“ schulen. Die Wirtschaft hat die „Persönlichkeit“ für sich entdeckt – und wie wichtig sie für das geschäftliche Miteinander ist.

### Was zeige ich?

Ingrid Rössler begleitet bei Rossmann schon seit 25 Jahren die so genannten „Jahresgruppen“ für Mitarbeiter und Führungskräfte. Der Weg des Kurses heißt „Persönlichkeitsentwicklung“, das Ziel „Wer bin ich?“ und „Wie wirke ich auf euch?“ „Wenn beides – Eigenwahrnehmung und Fremdwahrnehmung – übereinstimmen, bin ich mit mir identisch. Dann stelle ich mich anderen als Persönlichkeit dar, das heißt, ich bin für andere klar erkennlich“, erklärt Ingrid Rössler. „Das hilft bei der Mitarbeiterführung.“ Um zu diesen Erkenntnissen zu gelangen, müssen die Teilnehmer ihre Wahrnehmung für sich und andere schärfen: Passt meine Körperhaltung zu dem, was ich sagen oder vermitteln will? Spreche ich eine verständliche Sprache? Fühlen sich die anderen von mir wahrgenommen? Trete ich zu hart auf oder zu lasch? Weiß ich, dass ich viel größeren oder vielleicht auch kleineren Einfluss habe, als ich dachte? Habe ich jemals meine eigenen Ziele vor mir selbst formuliert?

### Wer bin ich?

Die Antworten auf all diese Fragen stecken in kreativen Übungen, Rollenspielen, Bewegungs- und Meditationsübungen. Sie erfordern den Mut – oder besser – das Vertrauen aller Teilnehmer, Privates von sich preiszugeben. Das ist für die meisten nicht leicht. „Aber die anfängliche Vorsicht verfliegt schnell“, weiß Ingrid Rössler aus Erfahrung. „Und zwar in dem Maße, in dem das Vertrauen in die Gruppe wächst.“ So ergibt sich Baustein für Baustein das Wissen um die eigene Persönlichkeit. Eine Persönlichkeit, die später im Berufsleben wieder Verhand- ▶



**Was kann ich?** Es ist gar nicht so einfach, sich selbst zu definieren und zu beschreiben. Worin bin ich wirklich stark? Bei anderen fällt uns eine Einschätzung immer etwas leichter ...



**Wo hakt es?** Der Seminarleiter hilft den Teilnehmern, die Wahrnehmung für sich und andere zu schärfen



**Persönlichkeit heißt auch Mut zu Ecken und Kanten:** Wer authentisch ist, wird von den anderen als Individuum wahrgenommen und akzeptiert

lungen führt, Präsentationen leitet, ihren Mann bzw. ihre Frau steht – jetzt aber mit neu entdeckten Ressourcen, bewussten Stärken und Schwächen, mit allen Ecken und Kanten, als greifbare Persönlichkeit. „Ich will weiter üben, klar zu sein und einen Punkt zu setzen“, zog ein Teilnehmer beispielsweise sein Resümee. Ein anderer meinte: „Ich fühle mich jetzt lockerer meinen Leuten gegenüber und weiß, dass ich viel mehr loben muss!“

#### **Bin ich eine Marke?**

Auch für Jon Christoph Berndt ist die Herausarbeitung des Selbst- bzw. Fremdbildes ein wichtiger Bestandteil seiner Kurse. Der Gründer einer Münchner Unternehmensberatung bietet Persönlichkeitsseminare mit einem speziellen Schwerpunkt an: „Der Mensch als Marke“. Wer vermarktet und verkauft sich gut? Wer nicht so gut? Und warum? Wie für ein Unternehmen filtert Berndt für und mit Einzelpersonen einen Markenkern heraus. Das, was eine Person wirklich ausmacht, ihre wahren Stärken und Motivationen – und das, was nach Ansicht Berndts starke Unternehmen und Produkte brauchen, um langfristig erfolgreich zu sein. Gerade im Berufsleben sei es wichtig, seine Vorzüge auf den Punkt zu bringen, um sich von der Masse abzuheben.

#### **Welchen ersten Eindruck hinterlasse ich?**

Als Modeexperte kennt sich Georg Stiels mit Stil und dessen Wirkung aus. Zu seinen Kunden zählen Verkäufer, Sekretärinnen und Außendienstmitarbeiter von Großunternehmen ebenso wie Menschen, die aus privatem Antrieb heraus ihr Auftreten verbessern wollen. Die Beschäftigung mit Äußerlichkeiten hat für Georg Stiels nichts mit Oberflächlichkeit zu tun – im Gegenteil: Die ersten sieben Sekunden beim Zusammentreffen zweier Menschen hinterlassen einen Eindruck, den man

später kaum noch korrigieren kann. In seinen Seminaren vermittelt Stiels, dass sich ein optimales Erscheinungsbild nur mit zeitgemäßen Umgangsformen erreichen lässt. Dabei hat echte Höflichkeit nur am Rande mit Etiketteregeln zu tun. Im Gespür für einen respektvollen Umgang miteinander liegen für den Experten auch „die verborgenen Quellen des Selbstvertrauens.“

#### **Was ist es mir wert?**

Aber zurück zu Ilona Kramer, die sich nach dem Fest den Kopf zermartert, warum um alles in der Welt sie es nicht schafft, ihre Gesprächspartner zu „fesseln“. Ihrem Ego könnte ein Persönlichkeitsseminar sicher helfen. Sie muss sich nur die Kosten-Nutzen-Frage stellen. Wie viel ist ihr die Klärung dieses Problems wert? Wie viel „Budget“ hat sie zur Verfügung? Ein Schnäppchen sind diese Seminar sicherlich nicht, zu empfehlen sind sie – bei vertrauenswürdigen Anbietern –

allemaal. „Wir machen viel zu wenig Halt, um mal über uns selbst nachzudenken. Entwickeln können wir uns bis ans Lebensende, wenn wir uns im Blick behalten und nicht stehen bleiben“, sagt Ingrid Rössler und schließt mit einer Geschichte von Bertolt Brecht: „Ein Mann, der Herrn K. lange nicht gesehen hatte, begrüßte ihn mit den Worten: ‚Sie haben sich aber gar nicht verändert.‘ ‚Oh, sagte Herr Keuner und erlebte.“ ●

*Von Angelika Basdorf*

Fotos: Getty (2), Stephan Rumpf (2)

## Vertrauenswürdige Kurse

#### **Auf der sicheren Seite**

... sind Sie bei Angeboten von Therapeuten mit entsprechendem Berufsabschluss (Psychologen, Sozialpädagogen). Der Erfolg des Kurses hängt unter anderem von folgenden Faktoren ab:

- Sympathie, Vertrauen zum Kursleiter
- In den Gruppen sollten nicht mehr als zehn bis maximal 15 Personen miteinander arbeiten. Bei größeren Gruppen kommt der Einzelne zu kurz, sehr kleine Gruppen können die Außenansicht (Wie wirke ich auf andere?) nur unvollständig spiegeln.

#### **Keine falschen Erwartungen!**

Kurse für Persönlichkeitsentwicklung sind keine therapeutischen Gruppen. Sie sind nicht geeignet, psychologische Persönlichkeitsstörungen zu „kurieren“.

#### **Weitere Infos im Netz**

Jon Christoph Berndt: [www.human-branding.de](http://www.human-branding.de)  
Georg Stiels: [www.georgstiels.de](http://www.georgstiels.de)