

orell füssli

DIE
ERFOLGS-
METHODE!

SABINE OBERHARDT

MENSCHENCODE®

Wie Sie sich und andere entschlüsseln

Sabine Oberhardt **MENSCHENCODE®**

Sabine Oberhardt

MENSCHENCODE®

Wie Sie sich und andere entschlüsseln

orell füssli Verlag

© 2015 Orell Füssli Verlag AG, Zürich
www.ofv.ch
Alle Rechte vorbehalten

Der Menschencode® ist eine eingetragene Marke und seit dem 27.03.2012 für Sabine Oberhardt geschützt.

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Dadurch begründete Rechte, insbesondere der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf andern Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Vervielfältigungen des Werkes oder von Teilen des Werkes sind auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie sind grundsätzlich vergütungspflichtig.

Umschlaggestaltung und Motiv: Hauptmann & Kompanie Werbeagentur,
Zürich
Fotos: Terzo Algeri, Heilbronn
Illustrationen: Chris Fischer, Karlsruhe
Druck: CPI books GmbH, Leck

ISBN 978-3-280-05595-3

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.



Inhalt

| | |
|--|----|
| Vorwort | 9 |
| Einleitung | 11 |
| Warum ich dieses Buch geschrieben habe | 11 |
| Charaktercode | 17 |
| I. Wer bin ich? | 17 |
| II. Finden Sie Ihre Farbe | 19 |
| III. Die Bedeutung Ihrer Farbe | 22 |
| IV. Wie sich die Farbe nach außen hin zeigt | 25 |
| V. Wirkung des Charakters | 27 |
| VI. Der Umgang mit den Temperamenten – Wie stellen wir uns auf den anderen ein? | 31 |
| Die 7 Schlüssel zum Charaktercode | 38 |
| Prägungscode | 39 |
| I. Warum bin ich so, wie ich bin? | 39 |
| II. Das Handpuppenspiel und die Prägung | 40 |
| III. Lüften Sie das Geheimnis der Prägungen | 43 |
| Die 7 Schlüssel zum Prägungscode | 57 |
| Mentalcode | 59 |
| I. Die sieben Bausteine Ihres Mentalcodes | 62 |
| II. Geistige Gesetze und ihre Auswirkungen | 68 |
| III. Aktivieren Sie Ihr Gehirn: Steuern Sie Ihren Erfolg durch Visualisierungskraft | 74 |

| | |
|--|-----|
| IV. Wie sieht es mit Ihrer Visualisierungs- oder Vorstellungskraft aus? | 75 |
| V. Nutzen Sie das mentale Training als Erfolgsbeschleuniger | 75 |
| Die 7 Schlüssel zum Mentalcodecode | 79 |
| Wirkungscode | 81 |
| I. Körpersprachecode | 81 |
| II. Die Bedeutung Ihrer Stimme und Ihrer Sprachmuster | 97 |
| III. Mimik: Werden Sie zum Lügenerkennung | 102 |
| IV. Imagecode | 106 |
| V. Psycho- und Physiognomikcode | 113 |
| Die 7 Schlüssel zum Wirkungscode | 133 |
| Gesundheitscode | 135 |
| I. Entschlüsseln Sie Ihren Gesundheitscode | 138 |
| II. Die Auswirkung Ihres Naturells auf Ihre Gesundheit | 144 |
| Die 7 Schlüssel zum Gesundheitscode | 156 |
| Intuitionscode | 157 |
| I. Intuition als Wegweiser für Entscheidungen | 160 |
| II. Intuitionsaktivierung | 164 |
| Die 7 Schlüssel zum Intuitionscode | 172 |
| Erfolgscod e | 173 |
| I. Wissenschaftliche Betrachtung | 174 |
| II. Entdecken Sie Ihr Erfolgspotenzial | 175 |
| III. Erfolg und Bewusstsein | 179 |
| IV. Erhöhen Sie Ihr Erfolgswusstsein | 197 |
| V. Die Bedeutung des Erfolgs aus verschiedenen Blickwinkeln | 198 |
| VI. Ihr persönlicher Weg zum Erfolg | 203 |
| Die 7 Schlüssel zum Erfolgscode | 208 |
| Knacken Sie den Menschencod e® | 209 |

| | |
|-----------------------------------|-----|
| Was ich mir für Sie wünsche | 211 |
| Dank | 213 |
| Feedback | 214 |
| Register | 215 |
| Quellenverzeichnis | 221 |
| Die Autorin | 223 |

Vorwort

»Jeder ist seines Glückes Schmied.«

»Ach, Herr Scherer, jeder von uns ist doch auch von seinen Umständen abhängig.« Wenn ich einen solchen Satz höre, dann treibt mich das zur Weißglut. Von meinen Eltern habe ich kein Vermögen geerbt, sondern Schulden und ein defizitäres Unternehmen. Nicht ein paar Hunderttausend Euro Schulden, es waren ein paar Millionen! Waren es also die Umstände, die mir mein Leben so gestaltet haben, wie es heute ist? Nein, mein heutiges Leben verdanke ich den Chancen, die ich genutzt habe. Daher sage ich: Jeder hat die Möglichkeit, sein Leben so zu gestalten, wie er es will.

Dies stellt Sabine Oberhardt auf sehr anschauliche und inspirierende Weise in ihrem Buch dar. Egal ob als Führungskraft, im Vertrieb oder im Privatbereich: Jeder kann seine Chancen nutzen.

Sabine Oberhardt zeigt Ihnen gezielte Möglichkeiten und Chancen auf, ganzheitliche Menschenkenntnis und Erfolg auf leichte und unkomplizierte Art zu gewinnen. Schon im ersten Kapitel erkennt der Leser, wie er gestrickt ist, wie er wirkt und was er dadurch bewirkt.

Extrem beeindruckt bin ich, dass Sabine Oberhardt es geschafft hat, einen umfassenden Ansatz zu wählen, der Menschenkenntnis, Selbsterkenntnis und Erfolg verbindet. Hier schreibt eine Fachfrau, praxisorientiert, verständlich, klar und mit einem Augenzwinkern.

Durch die methodische Aufbereitung wird jeder motiviert, die Menschenkenntnis sofort in die Praxis umzusetzen. Die Erfolgstipps unterstützen Sie, sich selbst besser zu verstehen und auch Ihr Gegenüber gezielter und analytischer einzuschätzen. Wie Sie als Führungskraft, als Vertriebsmitarbeiter oder als der Mensch von nebenan Ihre Persönlichkeit entwickeln können, wird Ihnen anhand von zahlreichen Übungen, Checklisten, Fragebögen und Auswertungen aufgezeigt.

Besonders begeistert hat mich, dass Sabine Oberhardt sehr viel aus ihrer Erfahrung als Coach einbringt. Durch ihre charmante Art, den Finger in die Wunde zu legen, schafft sie es, Motivationen zu wecken, um direkt in die Veränderung gehen und loslegen zu wollen. Dadurch erhält dieser Ratgeber eine ganz persönliche Note. Denn diese zeichnet eben den Menschencode® aus.

Der ganzheitliche Ansatz, die eindrucksvolle Schilderung von Menschen- und Erfolgstypen, die Verbindung zwischen Analysefähigkeit mit emotionaler Intelligenz geben diesem Ratgeber ein Alleinstellungsmerkmal.

Im finalen Erfolgscode werden alle Erkenntnisse aus den vorangegangenen Codes gebündelt. So kann jeder Leser seine Selbstreflexion nochmals anstoßen, um seine Chancen individuell zu nutzen. Nicht nur Menschenkenntnis, sondern auch das Erkennen der richtigen Ziele und des persönlichen Erfolges machen dieses Buch zu einem Ratgeber, den es sich zu lesen lohnt.

Der besondere Charme des Menschencodes® ist nicht nur die persönliche Entwicklung, sondern auch das Erkennen seines Gegenübers. Denn was Unternehmen heute benötigen, sind Führungskräfte, die wissen, wie sie mit Mitarbeitern umgehen und diese richtig einsetzen. Weiter werden Mitarbeiter benötigt, die wissen, wie sie mit Geschäftspartnern und Kunden umgehen müssen, um den Unternehmenserfolg zu sichern.

Sabine Oberhardts Buch ist faszinierend, informativ und extrem motivierend. Auch sie hat aus ihren persönlichen Umständen und Herausforderungen immer das Beste gemacht und ihre Chancen genutzt. Nutzen auch Sie Ihre Chance für eine dauerhafte Veränderung und Selbstbestimmung.

In Unternehmen und im Leben ist Menschenkenntnis eine Voraussetzung für Erfolg und Selbsterkenntnis ist die Chance, die richtigen Ziele zu erkennen. Das bringt Erfüllung und Balance.

Nichts ist wichtiger, als ein erfülltes Leben zu haben. Denn die meisten Menschen bereuen nicht, was sie getan haben, sondern was sie nicht getan haben.

Nutzen Sie die sieben Codes. Sie beleuchten den Menschen von allen Seiten. Mit jedem Code kommen Sie einen Schritt weiter als Mensch, Persönlichkeit und mit Ihren Zielen. Egal wo Sie heute stehen – Sie haben die Chance, jetzt zu beginnen.

Hermann Scherer

www.hermannscherer.com

Coach, Berater und Bestsellerautor mit über 30 Büchern in zwölf Sprachen

Einleitung

»Für den Menschen, der mit Menschen umgehen kann, würde ich ein Vermögen bezahlen.«

wird Henry Ford zugeschrieben

Warum ich dieses Buch geschrieben habe

Der Grund dafür ist einfach: Es gibt viele Führungskräfte und Verkäufer, die durchschnittlich sind und die zu mir kommen, um exzellent zu werden.

Die meisten Führungskräfte und Vertriebsmitarbeiter verfügen über eine hohe Fachkompetenz und ein großes theoretisches Wissen. Jedoch fehlt es ihnen häufig an Empathie für ihr Gegenüber, Leidenschaft und Begeisterung für den Menschen. Daher möchte ich in diesem Buch Antworten auf die folgenden Fragen geben:

Wie schaffen Sie es, den Funken der Begeisterung im Menschen zu wecken?

Indem Sie die Leidenschaft für Ihre eigene Persönlichkeit entdecken und sich durch eine gezielte Selbstreflexion besser kennen- und verstehen lernen. Denn nur eine Persönlichkeit, die sich in allen Facetten kennt, kann auch einen anderen Menschen verstehen und lesen.

Wie lernen Sie Ihr Gegenüber zu lesen?

Durch die sieben ganzheitlichen Codes erhalten Sie ein Handwerkszeug, das Ihnen ermöglicht, Stärken zu erkennen, Schwächen als Herausforderungen anzunehmen, Kompetenzen gezielt und individuell zu entwickeln sowie Belastungsgrenzen und Leistungspotenziale richtig einzuschätzen. Denn was bringt es Ihnen, wenn Sie einem Mitarbeiter viele Aufgaben übertragen und nicht die

Potenziale eines anderen Mitarbeiters nutzen? Oder wenn Sie als Verkäufer mit dem besten Produkt unterwegs sind und vergessen, den Kunden als Menschen abzuholen?

Was ist der besondere Nutzen für Sie?

Es gibt jede Menge Bücher über Menschenkenntnis. Doch es gibt noch kein einziges Buch, das ermöglicht, einen Menschen umfassend zu entschlüsseln. Die Besonderheit dieses Buches besteht darin, dass der Menschencode® eine ganzheitliche Methode ist. Sie können sich die Methode ähnlich wie bei einer Spiegelreflexkamera vorstellen. Sie hat verschiedene Einstellmöglichkeiten zur Fokussierung eines Menschen, um ein exzellentes Bild des Gegenübers zu machen. Wenn etwas fehlt, wird das Bild des Menschen unscharf.

Mit dem Menschencode® halten Sie ein Fachbuch mit vielen Praxisbeispielen und Erfolgstipps in den Händen: Damit lernen Sie, alle Segmente scharf zu stellen und ein klares Bild von sich und Ihrem Gegenüber zu haben. Zudem erfahren Sie, wie Sie sich und Ihr Gegenüber so entwickeln, fördern und fordern können, wie es das jeweilige Potenzial ermöglicht.

Dieses Buch ist eine Chance, vieles in Ihrem Leben leichter zu machen. Mit dem darin vermittelten Wissen bekommen Sie das ideale Instrument an die Hand, um Ihre eigenen Potenziale und die der anderen besser zu erkennen und zu fördern.

Wie steuern Sie Ihren Erfolg und kommen weiter?

Nur wenn Sie sich und Ihr Gegenüber richtig einschätzen, können Sie die richtigen Entscheidungen treffen. Dies gilt sowohl in beruflicher als auch in privater Hinsicht. Ständig begegnen Sie neuen Menschen, die Sie anhand ihres Auftretens beurteilen. Egal ob es um die Auswahl eines Mitarbeiters, einer Führungspersönlichkeit oder des richtigen Partners geht – wie schön wäre es, in den anderen hinein zu sehen? Sie wüssten, was ihn bewegt und wie er sich in Zukunft verhalten wird.

Dieses Buch wird Ihnen helfen, genau das zu erlernen. Schritt für Schritt lernen Sie sich und Ihr Gegenüber zu entschlüsseln, wer das jeweilige Gegenüber ist und wie dessen Strategie lautet. Um dies zu erkennen, benötigen Sie eine analytische und methodische Vorgehensweise. Hierbei lernen Sie, präzise und schnell zu analysieren und Ergebnisse zu liefern. Jeder von uns hat einen »inneren Scan-

ner«, aber leider ist er nicht immer zuverlässig und liefert nicht die richtigen Ergebnisse, da diese häufig von unserem Denken »überstrahlt« werden. Doch hier die gute Nachricht: Sie können Ihren inneren Scanner trainieren! Mithilfe dieses Buches lernen Sie, seine Ergebnisse enorm zu verbessern. Es ist wie so oft nur eine Frage der richtigen Methode.

Die Methode Menschencode®

Der Menschencode® ist ein umfassendes Analysetool, das Ihre analytischen Fähigkeiten mit Ihrer emotionalen Intelligenz verbindet. Durch seine Ganzheitlichkeit ist es Einzelmethoden überlegen. Der Menschencode® besteht aus sieben verschiedenen Codes. Diese brauchen Sie, um sich selbst und einen anderen Menschen vollständig zu erfassen. Mithilfe der Codes können Sie sich und andere Menschen sprichwörtlich entschlüsseln – in ihrem Wesen, ihren Motiven, Handlungen und auch ihren Zielen.

Um andere zu entschlüsseln, setzen die Codes zuallererst bei Ihnen an. Sie erkennen sich und werden sich Ihrer Prägungen und Motive bewusst. Dadurch kommen Sie mit sich ins Reine und haben die Chance, Ihre eigenen Potenziale bestmöglich zu entwickeln. Diese Potenziale nutzen Sie anschließend als strategische Stärken, um andere leichter zu entschlüsseln.

Wichtig: Um uns selbst und andere besser zu verstehen, müssen wir alle sieben Codes miteinbeziehen.

Wie wenden Sie den Menschencode® an?

Die Vorgehensweise ist einfach und für jeden erlernbar. In jedem Code vertiefen zahlreiche Beispiele, Kurzgeschichten und Selbsttests die Inhalte. In anschließenden praktischen Übungen können Sie Ihre neuen Fähigkeiten direkt erproben. Ich werde Sie immer wieder motivieren, Dinge auch in der Praxis auszuprobieren und die Ergebnisse zu reflektieren.

Mit etwas Erfahrung werden Sie dann bald in der Lage sein, vor Ihrem inneren Auge alle Informationen zu sehen, die Sie über einen Menschen brauchen. Sie werden typenbedingte Besonderheiten ebenso erkennen wie Herausforderungen und werden Ihre Mitarbeiter entsprechend deren Fähigkeiten richtig einsetzen lernen.

Welchen Nutzen und Mehrwert haben Sie?

In diesem Buch erlernen Sie neue Kernkompetenzen, die für eine moderne Unternehmensführung unerlässlich sind. Im Kampf um die besten Köpfe wird der Mensch selbst immer wichtiger. Deshalb müssen Fachkräfte wissen, wie sie mit den Menschen umgehen. Denn eine gute Kommunikation und eine gesunde Streitkultur tragen erheblich zum Unternehmenserfolg bei. Die neue Generation an Arbeitnehmern fordert dies bereits bei ihrer Einstellung ein. Sie will eine Arbeit mit Sinn, hinter der sie stehen kann, und eine Unternehmenskultur, in der jeder Einzelne geachtet wird.

Mit Ihren neuen Kompetenzen sind Sie darauf vorbereitet. Denn wenn Sie den Menschencode® verinnerlicht haben, erkennen Sie sofort, mit welcher Persönlichkeit Sie es zu tun haben. Egal ob im Verkaufsgespräch, im Teammeeting oder bei Beförderungen: Sie erkennen, was Ihr Gegenüber braucht, und reagieren entsprechend. Gezielter und schneller als je zuvor und mit mehr Spaß, mehr Leichtigkeit und auch mehr Energie! Die Energie und Zeit, die Sie vorher in schwelende Konflikte und Grabenkämpfe investiert haben, stehen nun für Ihre Projekte zur Verfügung, denn auf der zwischenmenschlichen Ebene ist alles geklärt!

Ihr Nutzen beschränkt sich nicht auf das berufliche Leben. Auch im privaten Bereich kann Ihnen dieses Buch von erheblichem Nutzen sein. Denn Sie erfahren, wie Sie das Miteinander mit den verschiedenen Menschentypen so angenehm und erfolgreich wie möglich gestalten. Legen Sie los! Erfahren Sie, wie Sie sich und andere Menschen leichter und besser einschätzen. Schon bald werden Sie Ihr Leben leichter gestalten und weiterkommen. Kollegen, Mitarbeiter und Freunde werden in einem anderen Licht erscheinen. Sie erkennen leichter, was diese bewegt und wie Sie darauf reagieren können. Durch diese neue Kompetenz wird Ihnen der zwischenmenschliche Umgang mit vielen Menschen künftig leichter fallen, und Sie erreichen einfacher Ihre Ziele. Ein ganz großer Mehrwert ist, dass Sie sich selbst besser verstehen und wissen, was Sie wirklich wollen und wie Sie Ihre Ziele erreichen.

Sie steigern Ihre emotionale Intelligenz. Sie haben künftig stets ein probates Mittel zur Hand, um bei sich selbst den Bereich zu erweitern, in dem Sie stark sind. Nehmen Sie die Dinge in die Hand und bestimmen Sie so Ihren eigenen Lebenserfolg.

Legen Sie los und nutzen Sie die neue Kernkompetenz, die für eine moderne

Unternehmensführung eine Voraussetzung darstellt. Starten Sie durch und trainieren Sie Ihre Fähigkeiten, um künftig die richtigen Entscheidungen zu treffen und weiterzukommen.

Dieses Buch versteht sich als Ratgeber: Sehen Sie die Impulse als Anregungen, lassen Sie sich von ihnen motivieren und suchen Sie sich diejenigen Punkte heraus, die am besten zu Ihnen passen.

Hinweis: In diesem Buch wird aus Gründen der Übersichtlichkeit und der leichteren Lesbarkeit die männliche Form verwendet. Die Fallbeispiele kommen aus meiner Praxiserfahrung, sind jedoch anonymisiert und geändert, sodass Ähnlichkeiten mit lebenden oder verstorbenen Personen rein zufällig sind.

Für viele Übungen in diesem Buch habe ich Ihnen Vorlagen erstellt, damit Sie direkt loslegen können. Sie können diese von meiner Website www.sabineoberhardt.com herunterladen.

Bevor Sie mit dem Lesen beginnen, haben Sie die Möglichkeit, Ihre Menschenkenntnis online zu testen. Loggen Sie sich auf meiner Website mit dem folgenden Code ein: a7b7w89. Damit Sie Ihren Erfolg überprüfen können, ist im Buch ein weiterer Code versteckt.

Charaktercode

I. Wer bin ich?

Stellen Sie sich vor: Sie spielen ein Gesellschaftsspiel, bei dem Sie Ihr Mitspieler kurz vor dem Ziel herauswirft. Wie ist Ihre Reaktion? Denken Sie sich »Da ist noch nichts entschieden«? Oder nehmen Sie es locker, denn es ist ja nur ein Spiel? Fühlen Sie sich darin bestätigt, dass Sie im Leben einfach immer Pech haben? Oder wussten Sie schon vom Beginn an, dass die Wahrscheinlichkeit zu gewinnen gering ist?

Sie merken es schon: Auf ein und dieselbe Situation reagieren wir völlig unterschiedlich. Denn auch wenn unser Sein ein Lebensprozess ist, so sind wir doch beeinflusst von unserem genetisch bedingten Temperament, das unsere Charaktereigenschaften prägt. Sicherlich haben Sie sich schon einmal die Frage gestellt, weshalb manche Kollegen eine Abwehrhaltung einnehmen, wenn eine schlichte Nachfrage erfolgt. Oder Sie haben sich gefragt, weshalb ein Mitarbeiter nahezu in Tränen ausbricht, wenn jemand seine Arbeitsleistung kritisiert. Dies ist häufig eine Frage des Temperaments, das auf die charakterlichen Eigenschaften unserer Persönlichkeit Einfluss nimmt.

Die Bestimmung des eigenen Temperaments hat schon die alten Griechen beschäftigt. Sie geht auf den griechischen Arzt Galenos von Pergamon (ca. 200–130 v. Chr.) zurück. Er hat seine Typologie der vier Temperamente mit der Vier-Säfte-Lehre des berühmten Hippokrates von Kos (ca. 460–370 v. Chr.) verknüpft. Vereinfacht geht diese Lehre davon aus, dass im Körper des Menschen vier Flüssigkeiten (»humores«) vorkommen. Diese Flüssigkeiten können jeweils einem Temperament zugeordnet werden. Die im Körper überwiegende Flüssigkeit bestimme dabei das vorherrschende Temperament.

Die Temperamentenlehre nach Galen

| »Saft« | Temperamententyp | Temperamentsausprägung |
|---|------------------|--|
| Blut (<i>sanguis</i>) | Sanguiniker | gutmütig, gesellig, aktiv und fröhlich |
| Schleim (<i>phlegma</i>) | Phlegmatiker | vernünftig, behäbig, gerät nicht leicht in Zorn |
| Schwarze Gallenflüssigkeit (<i>mélaina cholé</i>) | Melancholiker | vorsichtig, introvertiert, betrübt und nachdenklich |
| Gelbe Gallenflüssigkeit (<i>cholé</i>) | Choleriker | leicht reizbar, macht seinem Ärger Luft, eigennützig |

Diese antike Lehre hat im Laufe der Jahrhunderte Furore gemacht und Mediziner, Philosophen und Literaten beschäftigt. Ihre Weiterentwicklung prägt bis heute die Charakterkunde und Persönlichkeitsanalyse.

Die moderne Charakterkunde distanziert sich von Säften und Schubladeinteilungen. Sie sieht den Menschen als Ganzes, in dem sich verschiedene Temperamentsströme vereinen. Dabei können sich die Temperamente im beruflichen Leben auch anders darstellen als im privaten Bereich. Nicht zu unterschätzen ist indes der Einfluss eines überwiegenden Temperaments. Auch die heutige Charakterkunde klassifiziert die Temperamente des Menschen daher in Charaktertypen, dies jedoch nicht statisch, sondern flexibel.

Die Temperamente des Menschen werden in der Charakterkunde häufig Farben oder Elementen zugeordnet.

| Temperamententyp | Farbe | Element |
|------------------|-------|----------------|
| Sanguiniker | Gelb | Luft |
| Phlegmatiker | Grün | Wasser (Dampf) |
| Melancholiker | Blau | Erde |
| Choleriker | Rot | Feuer |

Persönlich bevorzuge ich die Einteilung in die Grundfarben Rot, Grün, Blau und Gelb. Diese Klassifizierung beinhaltet die Möglichkeit, dass Mischformen (Farbenüberschneidungen) des Temperaments sowohl im Rahmen eines allgemeinen Persönlichkeitsprofils als auch situationsbedingt erkannt werden und darstellbar sind. Professionelle Unterstützung hierbei ist das Diagnosesystem INSIGHTS MDI® von Frank Scheelen / Scheelen AG. Der große Vorzug dieses Systems liegt in seiner Vielschichtigkeit.

II. Finden Sie Ihre Farbe

Unsere Charakterstruktur ist ein einzigartiges Kunstwerk, das viele Merkmale und Eigenschaften besitzt, die uns nahezu unbewusst sind. Farblich gesehen sind wir bunt. Gleichzeitig sind wir alle durchaus geprägt von einem der grundsätzlichen Charaktere: einer dominierenden Farbe. Finden Sie daher zunächst im Selbsttest heraus, welcher Charaktertyp bei Ihnen überwiegt. Bitte entscheiden Sie sich für eine Aussage – ohne lange nachzudenken. Notieren Sie jetzt ganz spontan, welche Antworten Ihrer Persönlichkeit am meisten entsprechen:

1. Wie verhalten Sie sich im Kontakt mit fremden Menschen?

- a. Sie gehen offen auf andere zu, denn »wer nicht wagt, der gewinnt nicht«.
- b. Sie beurteilen Menschen nach Status und Prestige, da Sie nur bestimmte Persönlichkeiten um sich haben möchten.
- c. Sie sind zunächst vorsichtig, wenn Sie fremde Menschen treffen, und warten ab, wie diese sich verhalten.
- d. Sie sind zunächst distanziert und warten ab, bis ein anderer auf Sie zugeht.

2. Woher nehmen Sie Ihre Energie?

- a. Sie brauchen ständig Kommunikation und Unterhaltung, um Kraft zu gewinnen. Ruhe macht Sie eher nervös.
- b. Sie nehmen Ihre Energie aus Ihren Zielen und Visionen.
- c. Sie möchten nach einem Arbeitstag richtig entspannen. Sie benötigen Ruhe und einen lieben Menschen als Gesprächspartner, um den Tag zu verarbeiten.
- d. Sie benötigen Ruhe und Distanz, um über den Tag zu reflektieren.

3. Wie klar sind Ihre Ziele im Leben?

- a. Sie stellen sich einfach vor, was Sie haben wollen, und dann bekommen Sie es auch.
- b. Ihre Ziele sind Ihre Herausforderungen, und daran messen Sie auch Ihren Erfolg.
- c. Ihre Ziele ergeben sich im Laufe des Lebens. Wichtig ist Ihnen vor allem ein harmonisches und zufriedenes Umfeld.
- d. Ihre Ziele müssen realistisch sein. Erst planen Sie, welche möglich sind, und dann definieren Sie diese. Schließlich muss man immer mit allem im Leben rechnen.

4. Welche Charaktereigenschaften zeichnen Sie am meisten aus?

- a. Sie sind sehr offen und begeisterungsfähig. Das Leben ist schön und macht Ihnen viel Spaß.
- b. Sie denken in der Regel in großen Dimensionen und sind erfolgsorientiert. Daher begehren Sie zumeist nur das Beste.
- c. Sie sind von Natur aus hilfsbereit und gutmütig. Auch wenn Sie bereits mehrmals enttäuscht worden sind, unterstützen Sie dennoch Mitmenschen in Not.
- d. Sie planen und organisieren sich gut. Sie wägen ab, was sinnvoll ist und Ertrag bringt.

5. Wie wichtig sind Ihnen Freundschaften?

- a. Sie finden es spannend, immer wieder neue Menschen kennenzulernen, das macht Ihnen Freude und Spaß.
- b. Sie erwarten einen Mehrwert und einen Nutzen von einer Freundschaft. Sie wählen Freunde aus, um sich weiterzuentwickeln und besser zu werden.
- c. Sehr wichtig! Denn ohne echte Freundschaft fühlen Sie sich alleine. Sie sind häufig für Ihre Freunde da, wenn diese Sie brauchen.
- d. Ihre wahren Freunde können Sie an einer Hand abzählen. Wichtig ist, dass diese Freunde auf dem gleichen Level denken wie Sie.

6. Umgang mit Druck

- a. Je mehr Druck, umso hektischer werden Sie.
- b. Je mehr Druck, umso besser und konzentrierter sind Sie.

- c. Je mehr Druck, umso zurückhaltender werden Sie, Sie fühlen sich unwohl.
- d. Je mehr Druck, umso ruhiger werden Sie – eins nach dem anderen wird erledigt.

7. Sie spielen das Gesellschaftsspiel, bei dem man sich ärgern kann. Ihr Mitspieler wirft Sie kurz vor dem Ziel heraus. Wie wäre Ihre Reaktion?

- a. Das Leben ist ein Spiel. Noch ist nichts entschieden.
- b. Das Leben ist eine Herausforderung. Am Ende gewinne ich!
- c. Das Leben ist nicht immer fair. Hauptsache, wir verstehen uns auch nach dem Spiel.
- d. Das Leben ist kein Zuckerschlecken. Der Wahrscheinlichkeit nach war das vorzusehen.

Haben Sie sich bei den Antworten gefunden? Sie erkennen bereits, dass jeder Mensch im Rahmen seiner charakterlichen Neigung auf verschiedene Verhaltenssituationen anders reagiert. Nach der jeweiligen Auswertung Ihrer Antworten wird Ihnen ein überwiegendes Farbtemperament zugeordnet. Sehen Sie selbst, welche Farbe bei Ihnen punktet:

- a. Sie gehören zu den »Gelben« und sind ein positiver Mensch: Sie laufen los und vertrauen dem Leben. Sie nehmen jede Chance wahr, die sich bietet. Wenn jemand Sie enttäuscht, vergessen Sie das wieder. Jeder bekommt bei Ihnen eine zweite Chance. Sie sind ein Optimist und orientieren sich an den positiven Erlebnissen. Deshalb strahlen Sie auch viel Charme und Freude aus. Entscheidungen fallen Ihnen nicht so leicht. Wenn das Umfeld jedoch stimmt und Sie sich supergut fühlen, dann entscheiden Sie sich auch sehr schnell – oft für alles.
Sie leben nach dem Motto: »Das Leben meint es gut mit mir und was es bietet, gönne ich mir.«
- b. Sie sind ein »Roter« und somit ein sehr zielorientierter Mensch. Alles was Ihnen hilft, Ihr Ziel noch schneller zu erreichen, nehmen sie wahr. Sie sind entschlossen und verantwortungsbewusst. Sie fahren ein hohes Tempo – nicht nur im Auto. Das was Sie von sich erwarten, erwarten Sie auch vom Umfeld. Entscheidungen fallen Ihnen leicht. Bevor Sie sich zu lange mit einem Thema auseinandersetzen, entscheiden Sie sich.

Sie handeln grundsätzlich nach dem Motto: »Wo ein Wille ist, da ist auch ein Weg – just do it!«

- c. Sie sind ein »Grüner« und als solcher unterstützen Sie andere gerne. Auch sind Sie sehr gutmütig. Vor allem aber sind Sie ein treuer Freund. Wenn etwas vorfällt, vergessen Sie es nicht so leicht. Im Umgang mit anderen warten Sie erst ab. Wenn Sie ein gutes Gefühl haben, ergibt sich eine treue Freundschaft. Entscheidungen fallen Ihnen nicht so leicht. Sie »schlafen« auch gerne darüber oder fragen Freunde. Entscheidend ist, dass Sie Ihr Selbstwertgefühl stärken, damit Sie Aussagen von anderen nicht ganz so »persönlich« nehmen und leichter damit umgehen.

Sie leben nach dem Motto: »Tue Gutes und unterstütze Menschen, wenn sie in Not sind und dich brauchen.«

- d. Sie sind ein »Blauer«, der sehr logisch und rational denkt. Sie sind sehr genau und gewissenhaft. Dinge, die nicht erklärbar sind, sind nicht möglich. Sie analysieren alles. Was zu teuer ist, gönnen Sie sich nicht. Ihre Entscheidungen sind sehr rational. Gegenüber sich selbst sind Sie sehr sparsam. Haben Sie schon einmal darüber nachgedacht, was Sie in Ihrem Leben für sich Gutes tun wollen? Wie Sie Ihr Leben gestalten können? Was wollen Sie im Alter sagen, wenn Sie auf Ihr Leben zurückblicken. Gut für Sie ist, wenn Sie Ihren Blickwinkel auf die positiven Dinge lenken und sich auch einmal etwas Gutes tun und es vor allem dann auch genießen.

Sie leben nach dem Motto: »Informiere dich – wäge ab und handle dann.«

III. Die Bedeutung Ihrer Farbe

Kennen Sie den Spruch »Der richtige Mann am richtigen Ort!«? Jeder von uns hat exzellente charakterliche Fähigkeiten. Diese offenbaren sich nur, wenn uns die entsprechenden Möglichkeiten hierfür eingeräumt werden. Gleichzeitig ist es entscheidend, bei unserem Gegenüber seine charakterlichen Stärken und Herausforderungen zu erkennen. Nur so finden wir die richtige Person für die Verwirklichung unserer Ziele und treiben damit Erfolge voran.

Wenn Sie also einen Konflikt gewinnen wollen, brauchen Sie einen Anführer (rot), wenn Ihnen »Unglaubliches« vorschwebt, benötigen Sie einen Charismatiker (gelb). Ist eine schwierige und langwierige Verhandlungsführung gefragt,

sollte ein nachhaltiger Planer (blau) zur Verfügung stehen, und wenn Einfühlungsvermögen gefragt ist, benötigen Sie den Beziehungstyp (grün).

Die moderne Charakterkunde ist daher aus unserem heutigen Wirtschaftsleben nicht mehr wegzudenken. Für jede Firma ist es essenziell, dass ein Mitarbeiter, eine Führungskraft oder auch der Chef grundsätzlich die dem Charakter entsprechende Eignung hat, um den beruflichen und persönlichen Herausforderungen und den Stellenanforderungen gewachsen zu sein. Denn nur wenn Sie selbst wissen, wie Sie sich in bestimmten Situationen verhalten und reagieren, ist es möglich, die Aufgaben und Arbeiten auch leichter zu meistern.

Schauen Sie sich nun bitte die Farbtypen an und finden Sie sich in Ihrer eigenen Auswertung wieder:

1. Anführer – Macher – Leader

Der *rote* Typ ist zielorientiert und nutzt jede Gelegenheit, um seinen Willen durchzusetzen. Besonders entgegenkommend ist er dabei nicht, denn er beurteilt Aufgaben und Kontakte nach seinem Nutzen oder Interesse. Er kann durchaus charmant sein, neigt allerdings zur Selbstdarstellung. Seinen Unmut äußert der rote Typ sehr direkt. Gefühle zeigt er seltener. Der rote Typ ist sowohl beruflich als auch privat ein Macher und ist überwiegend auf seinen eigenen Vorteil bedacht. Er geht davon aus, dass der Erfolg ihm recht gibt. Geduld gehört nicht zu seinen Stärken. Eintönigkeit und Routine sind ihm ein Gräuel, denn ohne Herausforderung geht für ihn nichts voran.

Bekannte Persönlichkeiten dieses Typs gibt es viele. Es sind die Menschen, die über ihren Erfolg sagen, dass der Wille wichtiger ist als Talent. Oliver Kahn beschreibt diese Ansicht in einem Interview wie folgt: »Aus der Sicht eines Torwarts ist der mentale Aspekt sehr wichtig. Es gibt und gab sicherlich einige Talente, die besser waren und mehr Talent hatten als ich, den großen Durchbruch aber aufgrund der mentalen Einstellung oder anderen äußeren Umständen nicht geschafft haben.«^{*}

Klassische rote Typen sind nach meiner Einschätzung Steve Jobs (Gründer und CEO von Apple), Barbara Salesch (Juristin), Stefan Raab (TV-Moderator) oder Karl Lagerfeld (Modedesigner).

^{*} www.mensfitness.de/oliver-kahn

2. Inspirator – Motivator – Charismatiker

Der *gelbe* Typ ist ein äußerst positiver Mensch. Er ist der bunte Vogel innerhalb der Temperamente. Er vertraut dem Leben, knüpft Kontakte und drückt seine Gedanken und Gefühle gerne in Worten aus. Seine Fantasie kennt keine Grenzen.

Der gelbe Typ ist sehr motiviert und orientiert sich an positiven Erlebnissen. Als Freigeist mag er keine Kontrolle. Er hat nichts dagegen, wenn andere das Heft in der Hand haben, soweit ihm sein gestalterischer Spielraum gewährt wird. Mit seiner illustren Art ist er ein gern gesehener Partygast, der mit seinem Charme mühelos das jeweils andere Geschlecht begeistert. Auch im Beruf ist er als Motivator und innovativ denkender Mensch gern gesehen. Er ist motiviert, wenn sein Umfeld von ihm begeistert ist und er genügend Applaus erhält. Er hat einen unvergleichlichen Charme und ist diplomatisch.

Es gibt viele gelbe Menschentypen; diese stehen beruflich und privat gerne im Mittelpunkt. Thomas Gottschalk (TV-Moderator), Daniela Katzenberger (TV-Star) und Harald Glööckler (Modedesigner) sind für mich klassische Vertreter des gelben Typs.

3. Netzwerker – Freund – Unterstützer

Der *grüne* Typ erscheint auf den ersten Blick etwas zurückhaltend. Er wartet ab, auf wen er sich einlässt. Eine emotionale Öffnung erfolgt erst, wenn das Gegenüber als vertrauenswürdig eingestuft wurde.

Dieser Menschentyp ist ein Familienmensch. Für seine Familie und seine Freunde nimmt er sich immer gerne Zeit. Druck und Risiko mag er nicht, da zieht er sich zurück und fühlt sich unwohl. Der grüne Typ braucht Zeit, sich auf etwas Neues einzustellen. Er überdenkt jede Entscheidung sehr genau. Er sucht sich in diesen Fällen gerne Beratung bei der Familie, Freunden oder Arbeitskollegen. Hat er seine Entscheidung gefällt, tritt er dafür ein. Er benötigt ein harmonisches und beständiges Arbeitsumfeld. Denn dann kann er sich mit allen seinen Stärken einbringen. Es gibt viele grüne Menschentypen, diese stehen beruflich und privat nicht gerne im Mittelpunkt.

Menschen vom klassischen grünen Typ sind für mich Roland Koch (Politiker) und Philip Lahm (Fußballspieler). Lahm ist ein guter Teamplayer, er kümmert sich um seine Kollegen und schafft es durch seinen Mannschaftsgeist das Team zusammenzuhalten.

4. Koordinator – Analytiker – Experte

Der *blaue* Typ ist von Zurückhaltung geprägt, da er alle Aufgaben ruhig, diszipliniert und strukturiert erledigt. Er ist ein Mensch, der detailliert vorausschauend plant. Kreativität ersetzt er durch gründliches Durchdenken. Er hat ein bestimmtes Weltbild und lässt sich in seiner Meinungsbildung nur schwer beeinflussen. Dabei ist er nicht stur, sondern er muss durch logische Argumente vom Gegenteil überzeugt werden. Gefühle werden von ihm nicht nach außen getragen, sondern, wenn überhaupt, nur im innersten Kreis offenbart. Familie und enge Freunde sind für ihn ein Fixpunkt. Er ist zuverlässig und vertrauenswürdig. Man sollte jedoch nicht von ihm erwarten, dass er eine Party »schmeißt«. Der blaue Typ bevorzugt eher kleinere Veranstaltungen, bei denen er mit Freunden oder der Familie etwas unternimmt und – bei gegebenem Anlass – sachlich diskutiert. Im beruflichen Umfeld bevorzugt er Aufgaben, die er alleine bearbeiten kann. Er kann sich dadurch besser konzentrieren. Klassische Persönlichkeiten dieses Temperaments sind nach meiner Einschätzung Angela Merkel (Politikerin) und Joachim Löw (Fußballtrainer).

Natürlich sind Sie in den seltensten Fällen knallrot, quietschgelb, grasgrün oder himmelblau. Nutzen Sie dennoch die Vorzüge Ihres überwiegenden Temperaments. Lokalisieren Sie die Stärken Ihres persönlichen Temperaments.

IV. Wie sich die Farbe nach außen hin zeigt

Glauben Sie mir: Sie können Ihren Charakter nicht verleugnen. Er ist nach außen sichtbar. Ihre Körpersprache, Ihre Stimme und Ihre äußerlichen Präferenzen und Eigenschaften lassen Ihren überwiegenden Farbtyp erkennen. Gleichzeitig ist es Ihnen möglich, aufgrund der Äußerlichkeiten auch den Charakter der Persönlichkeiten Ihres Umfeldes zu identifizieren. Schauen Sie sich nur um, Ihr Umfeld ist äußerst bunt.

1. Anführer – Macher – Leader

Der *rote* Typ will alleine bestimmen und ist auch alleine für seinen Erfolg verantwortlich. Verantwortung übernimmt er fraglos – auch für Niederlagen.

Kleidung: statusorientiert und gerne teuer, nach dem Motto: »Das Beste ist gerade gut genug für mich.«

Körpersprache: schneller Schritt, Gestik und Mimik werden zur Unterstreichung von wichtigen Dingen gezielt eingesetzt.

Auto: statusorientiert, schnell, oft keine Typenbezeichnung. Es ist immer sauber!

Stimme: laut und klar, in der Wortwahl kurz und deutlich.

Umgang mit anderen: Extrovertiert! Geht auf Fremde zu, wenn er denkt, dass diese einen Nutzen für ihn haben.

2. Inspirator – Motivator – Charismatiker

Der *gelbe* Typ umgibt sich gerne mit Menschen und benötigt Applaus. Er genießt es, im Mittelpunkt zu stehen.

Kleidung: extravagant, manchmal etwas zu viel des Guten, zum Beispiel große Ketten. Schmuck muss glänzen, frei nach dem Motto: »Je mehr, desto besser.«

Körpersprache: schneller Schritt, viel Gestik und Mimik, offen und fröhlich.

Auto: statusorientiert, etwas Besonderes, gerne ein Cabrio und häufig auch tiefer gelegt.

Stimme: laut, lebensfroh, begeistert, in der Wortwahl ausschweifend, erzählt gerne Geschichten.

Umgang mit anderen: extrovertiert, geht auf Fremde zu, da er gerne neue Menschen kennenlernt.

3. Netzwerker – Freund – Unterstützer

Der *grüne* Typ ist im Grunde seines Herzens ein Mannschaftsspieler, der den Gewinn des Teams in den Vordergrund stellt.

Kleidung: bequeme, kuschelige Kleidung, gerne Kombinationen. Der Krawattenknoten sitzt meist nicht perfekt, da der *grüne* Mensch »Luft« benötigt und es bequem haben will. Dies nach dem Motto: »Hauptsache, es fühlt sich gut an, dann fühle ich mich auch wohl.«

Körpersprache: langsam, bedächtig, weniger Gestik und Mimik, wirkt in sich ruhend.

Auto: kein Status notwendig, gerne ein Kombi, denn er nimmt häufig Personen mit. Ordnung im Auto ist nicht erforderlich, sogar Essen ist erlaubt!

Stimme: leise, ruhig, gefühlsbetont. In der Wortwahl ausschweifend und teilweise nicht auf den Punkt kommend, da er andere nicht verletzen möchte.

Umgang mit anderen: introvertiert, wartet eher ab und bevorzugt es, mit Menschen zu reden, bei denen er ein gutes Gefühl hat.

4. Koordinator – Analytiker – Experte

Der *blaue* Typ ist der Strukturierer eines jeden Projekts, der sich innerlich über einen Erfolg freut, doch nicht den Anspruch darauf erhebt, in vorderster Reihe genannt zu werden. Entscheidend ist für ihn, dass die Pläne eingehalten werden.

Kleidung: eher konservativ, gute Qualität. Motto: »Preis und Leistung müssen stimmen.«

Körpersprache: besonnen, ruhige Gestik und Mimik.

Auto: legt großen Wert auf ein gutes Preis-Leistungsverhältnis, nützliche Ausstattung und praktische Accessoires, wie zum Beispiel eine Anhängerkupplung.

Stimme: ruhig, in der Wortwahl detailliert und sachlich.

Umgang mit anderen: introvertiert, abwartend, benötigt wenig Kommunikation, Interesse an sachlichen Dingen.

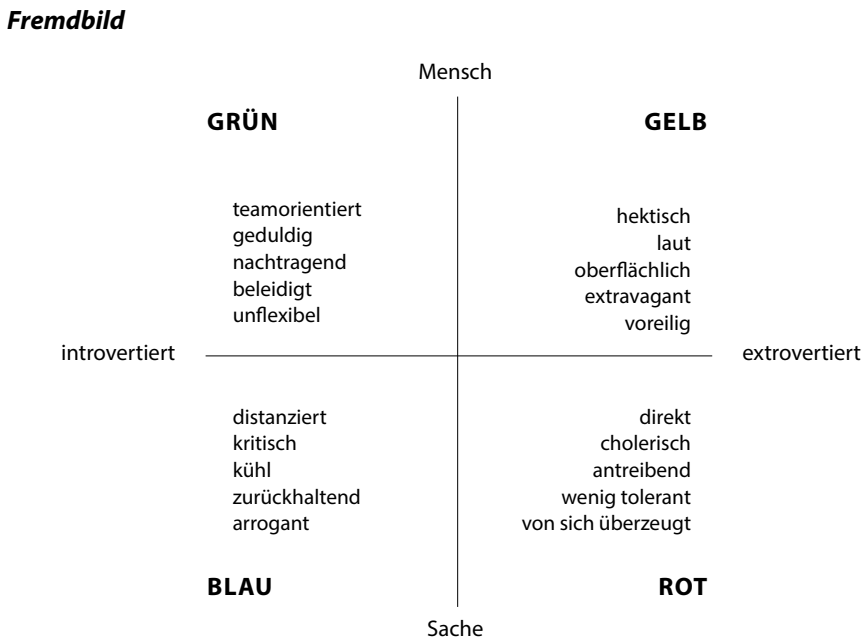
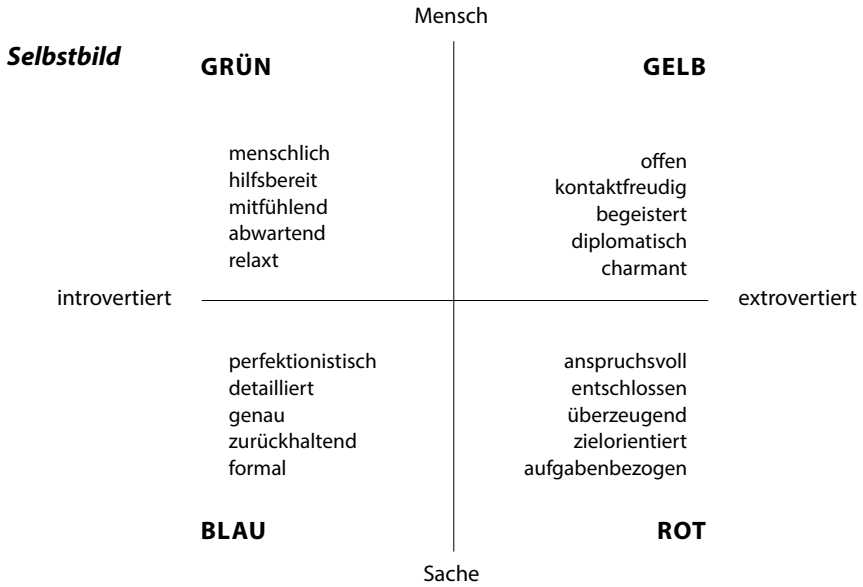
Schauen Sie sich selbst und Ihr Umfeld an. Wenn Sie beobachten, werden Sie sogleich die Charaktere erkennen. Denken Sie daran: »Übung macht den Meister«.

V. Wirkung des Charakters

Die Erkenntnis des eigenen Farbtyps ist wichtig. Haben Sie schon einmal darüber nachgedacht, wie Ihr Charakter auf andere wirkt, beziehungsweise wie andere Charaktere auf Sie wirken? Die Diskrepanz zwischen Selbsteinschätzung und Außenwirkung kann sehr groß sein.

Betrachten Sie nun einmal die selbst gefühlte Wirkung und die Außenwirkung Ihres Charakters (Grafik Seite 28).

Sind Sie überwiegend der blaue Typ, der sich selbst als äußerst korrekten und logischen Menschen empfindet und der auf andere einen kühlen und distanzier-ten Eindruck macht? Oder sind Sie ein wenig mehr rot als gelb und wirken mit Ihrer entschlossenen Art auf Dritte antreibend? Als mitfühlender grüner Typ werden Sie von außen oftmals als weniger engagiert wahrgenommen. Als der char- mante gelbe Typ müssen Sie sich damit auseinandersetzen, dass Sie möglicher- weise auf manchen Menschen zu begeistert und motiviert wirken (siehe Grafik Selbstbild und Fremdbild, Seite 28).



Kokettieren Sie mit Ihrer Farbe, indem Sie Ihr persönliches Selbstbild nach außen verkörpern, und eliminieren Sie damit Ihre Fremdbilder. Erfreuen Sie sich an Ihrer Farbe. Nur wenn Sie wissen, wie Sie möglicherweise von außen gesehen werden, haben Sie die Chance, sich diesen Umstand zunutze zu machen und aktiv gegenzusteuern.

1. »Gleiches beruhigt – Widerspruch regt an!«

Beobachten Sie! Denken Sie an Ihren Partner, Ihre Freunde und Bekannte, Mitarbeiter oder Vorgesetzte. Was fällt Ihnen, egal ob im Hinblick auf berufliche oder private Situationen, jeweils spontan ein?

»Der ist ja übermotiviert«, »Der ist zu laut!«, »Die ist langweilig!«, »So ein Angeber!«, »Wieso spricht der nicht!«, »Werde ich jetzt wieder vollgetextet!«, »Schlecht angezogen!«, »Prima, alles auf Angriff!«, »Der wird immer überstimmt!«, »Ich bin wieder an allem schuld!«, »Dieser hektische Gang!«, »Immer dagegen!«
oder

»Den kann man schicken!«, »Die packt an!«, »Geschickt verhandelt!«, »Mal wieder auf den Punkt gebracht!«, »Immer verdammt fix!«, »In der Ruhe liegt die Kraft!«, »Die ist genau!«, »Charmeoffensive!«, »Präzisionsarbeit!«.

Sie hatten sicherlich für viele dieser Aussagen direkt eine bestimmte Person vor Augen. Auch werden Sie sich in der einen oder anderen Einschätzung anderer Menschen selbst wiedererkannt haben. Ab und zu werden Sie sich daher innerlich sagen: »Das bin ja ich!« beziehungsweise »Das sagen andere über mich«.

Es ist einfach so: Abhängig vom eigenen Charakter beanstanden oder befürworten wir die Temperamente und die Eigenschaften von anderen. Wir gehen nachsichtig mit ihnen um, oder wir stören uns erheblich an ihnen.

Zum Beispiel: Ein introvertierter Mensch (grün oder blau) ist ein Mensch, der langsam redet, ruhig ist und warten kann. Er wirkt gelassen und gemütlich. Der extrovertierte Mensch (gelb oder rot) hingegen redet schnell und ist ruhelos. Er wirkt hektisch und aktiv.

Ein introvertierter Mensch denkt über einen Extrovertierten: »Der überholt sich gleich selbst!« Ein extrovertierter Mensch denkt über den Introvertierten: »Der schläft ja fast beim Gehen ein!«

2. »Gleich und Gleich gesellt sich gern!«

Gerade wenn Sie sich selbst in anderen wiedererkennen, ebnet dies häufig sowohl im privaten als auch im beruflichen Zusammenleben den Weg. Sie sind direkt konform, denn Sie verstehen das Verhalten, die Körpersprache des Gegenübers, akzeptieren dessen Gang, den Humor, die Stimme und die Argumentation des anderen.

Wenn ein Mensch Ihnen ähnelt, so finden Sie diesen sympathisch. Stimmt die Chemie, ist auch Vertrauen sehr schnell aufgebaut. Muss die Chemie dagegen erst hergestellt werden, bedarf es gegenseitiger Anstrengungen, um Vertrauen aufzubauen. Dies zahlt sich zumeist aus. Im Geschäftsleben umgeben wir uns daher gerne mit Menschen, die uns ähnlich sind. Der Umgang ist einfacher, und wir verstehen uns leichter.

Wenn ein Mensch ganz anders ist als Sie, dann sind Sie kritischer. Es dauert länger, bis Sie einen Zugang haben. Andere Typen haben auch andere Eigenschaften und Verhaltensweisen, die uns häufig fremd sind. Es ist wesentlich anspruchsvoller, sich auf diese Eigenschaften einzustellen.

Zum Beispiel: Der rote Typ nimmt gerne ein Wortgefecht mit einem ebenfalls roten oder auch gelben Typen auf. Den roten empfindet er als ebenbürtigen Gegner, mit dem gelben hat er Spaß. Den grünen Typ meint er zu beherrschen. Mit dem blauen Typen vermeidet er allzu lange Diskussionen und bricht diese einfach ab. Folglich wünscht sich der rote am liebsten ein ebenfalls rotes Gegenüber, das clever genug ist, sich unterzuordnen.

3. »Gegensätze ziehen sich an!«

Ein weiteres Phänomen der Wirkungsweise von Charakteren ist, dass das Unbekannte interessant ist und uns neugierig macht. So findet zum Beispiel ein extrovertierter Mann eine introvertierte Frau geheimnisvoll. Ein introvertierter Mann findet eine extrovertierte Frau wiederum aufregend und schlagfertig.

Interessanterweise sprechen uns gegensätzliche Charaktere dann besonders an, wenn wir selbst nicht weiterwissen, also ein ähnlicher Charakter keine Hilfestellung oder Bereicherung bieten kann.

Zum Beispiel: Der introvertierte Unternehmer (blau) benötigt für den Vertrieb seiner Produkte einen extrovertierten Verkäufer (gelb). Die Beziehung kann zwar dauerhaft sein. Doch sie wird voraussichtlich auf diese Aufgabenstellung (Verkauf) begrenzt sein.

Eine extrovertierte Frau (gelb) verliebt sich in einen verlässlichen und beständigen Mann (blau), weil sie sich nach bisherigen Beziehungspleiten Ruhe und Kontinuität wünscht. Diese Beziehung wird nur dann halten, wenn beide lernen (und lernen wollen), mit dem Gegensatz umzugehen, denn sonst wird die zu Beginn schönste Beziehung nach der Verliebtheit auseinandergehen.

Fazit:

Die Erkenntnis der Wirkungsweise von Charakteren führt Ihnen Ihr eigenes Temperament vor Augen und ermöglicht es Ihnen, andere Temperamente besser einzuordnen und zu verstehen.

Lernen Sie Charaktereigenschaften typbezogen zu erkennen und farblich einzuordnen. Halten Sie sich dabei auch immer die eigenen Eigenschaften und deren Wirkungsweise wie einen Spiegel vor Augen. Trainieren Sie, sich auf den anderen einzustellen. So werden Sie »Herr« des Charaktercodes und haben damit das Heft in der Hand.

VI. Der Umgang mit den Temperamenten – Wie stellen wir uns auf den anderen ein?

Um Sie auf das Thema einzustimmen, bitte ich Sie zunächst um eine kleine Übung: Halten Sie Ihr Handy ans Ohr, als würden Sie telefonieren. In welcher Hand halten Sie das Handy und an welchem Ohr? Nehmen Sie nun das Handy in die andere Hand und halten es an das andere Ohr.

Merken Sie den Unterschied? Es fühlt sich merkwürdig und ungewohnt an, das Handy am anderen Ohr und in der »falschen« Hand zu halten. Genauso ist es am Anfang, wenn Sie sich auf einen anderen Typ einstellen. Es wird leichter, wenn Sie es trainiert haben.

Der Umgang mit den Temperamenten ist nicht ganz einfach. Hier sind gute Beobachtung, eine geschärfte Wahrnehmung, ein wenig Fingerspitzengefühl und Übung gefragt.

Machen Sie sich zunächst eine allgemeingültige Checkliste, mit der Sie vor Ihrem geistigen Auge Ihr jeweiliges Gegenüber betrachten. Beachten Sie auch die Kleinigkeiten, denn diese geben Aufschluss über die Intensität und Echtheit der charakterlichen Ausprägung.

Mögliche hilfreiche Inhalte für Ihre Checkliste:

- Ist der andere eher introvertiert oder eher extrovertiert?
- Geht er ruhig auf Sie zu oder schneller?
- Redet er langsam oder spricht er temperamentvoll?
- Ist er sachlich, dominant, lethargisch oder menschlich in seinen Aussagen?
- Ist seine Kleidung gediegen, lässig, elegant oder abgerissen?
- Ist das äußere Erscheinungsbild gepflegt, eher nachlässig oder unscheinbar?

Trainieren Sie Ihr Einschätzungsvermögen mit folgender Übung, in der Menschen zu einem Seminar oder Geschäftsgespräch kommen:

1. Eine Person A betritt einen Raum und schaut sich erst um, bevor sie sich setzt. Die Begrüßung ist ruhig und emotionslos.
2. Person B betritt den Besprechungsraum und geht direkt auf einen freien Platz zu. Sie grüßt mit lauter, begeisterter Stimme und einem Lächeln.
3. Person C betritt den Besprechungsraum, grüßt freundlich und ruhig und setzt sich auf den nächsten freien Platz.
4. Zuletzt kommt Person D in den Besprechungsraum, grüßt laut, geht quer durch den Raum und setzt sich.

Haben Sie die Temperamente erkannt? Notieren Sie sich Ihre Zuordnung zu den Temperamenten, bevor Sie die Auswertung lesen.

Lösung

1. Person A ist tendenziell introvertiert und sachlich (*blau*).
2. Person B ist tendenziell extrovertiert und menschlich (*gelb*).
3. Person C ist tendenziell introvertiert und menschlich (*grün*).
4. Person D ist tendenziell extrovertiert und sachlich (*rot*).

Lagen Sie richtig? Wenn nicht, dann werden Sie gleich noch einige Aha-Erlebnisse haben, die Ihnen das Verhalten noch deutlicher machen und Sie den jeweiligen Typ noch besser erkennen lassen. Überzeugen Sie sich selbst.

1. Im Umgang mit dem roten Typen

Einen *roten* Typen gewinnen Sie für sich, indem Sie klar und deutlich sind. Sie sollten im Umgang mit *roten* Charakteren Folgendes beherzigen:

Ihr Sprachstil: prägnant und klar, vor allem zielorientiert. Bieten Sie sofort Lösungen an.

Ihr Verhaltensstil: präsent und konzentriert.

Ihr Arbeitsstil: zuverlässig und schneller, als es der *Rote* erwartet.

Ihr Führungsstil: Freiraum gewährend und herausfordernd.

Ihr Beziehungs- und Motivationsstil: fördernd und fordernd. Geben Sie ihm besondere Aufgaben, loben Sie Erfolge und Schnelligkeit. Sorgen Sie immer für Abwechslung und überraschen Sie ihn.

Ihr Kommunikationsstil: Mit einem festen Händedruck und direktem Augenkontakt sorgen Sie für einen ersten guten Eindruck. Sie vermitteln das Gefühl der Beherrschung aller Lebenslagen.

Ihr Verkaufsstil: Stellen Sie Fragen und zeigen Sie Ihren Nutzen auf.



Erfolgstipp: Rote Typen sind nicht nachtragend, ganz im Gegenteil: Sie schätzen es, wenn sie merken, dass Sie an sich arbeiten und aus einem Fehler lernen.

Wenn Sie selber *rot* sind, dann sollten Sie im Umgang mit anderen Temperamenten folgendermaßen vorgehen:

Gelb: Zu Beginn eines Gesprächs sollten Sie etwas Zeit für Smalltalk einplanen, freundlich, diplomatisch und offen sein. Lassen Sie bei Ihrem Gegenüber Begeisterung zu und geben Sie Anerkennung.

Grün: Sorgen Sie zu Gesprächsbeginn erst einmal für eine angenehme Atmosphäre. Bieten Sie beispielsweise etwas zu trinken an, fragen Sie nach, wie die Anreise war und wie es geht. Hören Sie zu. Erst danach wechseln Sie auf die sachliche Ebene.

Blau: Starten Sie sachlich in das Gespräch und geben Sie dem *blauen* Typen Zeit, sein Anliegen oder seine Vorstellungen detailliert zu schildern. Es ist am besten, wenn Sie ihm eine Zeitvorgabe geben.

Fazit: Die Strategie für den *roten* Typen lautet, unabhängig davon, ob Sie selbst auch *rot* sind: Wenn Sie dem anderen das geben, was er braucht, dann bekommen Sie schneller das, was Sie wollen.

2. Im Umgang mit dem gelben Typen

Den *gelben* Typen gewinnen Sie, indem Sie ihm Freiräume geben, damit er seine Kreativität ausleben kann. Er legt sich richtig ins Zeug, wenn seine Arbeit gewürdigt wird. Dann brilliert er mit außerordentlichen Ergebnissen.

Ihr Sprachstil: Sprechen Sie mit einer guten Stimmmodulation und Betonung, verwenden Sie begeisternde Worte.

Ihr Verhaltensstil: Seien Sie offen und spontan.

Ihr Arbeitsstil: Seien Sie kreativ und lassen Sie sich spontan auf seine Prioritäten ein. Verlieren Sie dabei nicht das Ziel aus den Augen.

Ihr Führungsstil: Geben Sie ihm Herausforderungen. Lassen Sie ihm Freiraum und holen Sie regelmäßig Rückmeldungen ein.

Ihr Beziehungs- und Motivationsstil: Lassen Sie Abwechslung und die Möglichkeit zur Ideenfindung zu. Fördern und fordern Sie ihn, loben Sie ihn für seine Kreativität und seine Ideen.

Ihr Kommunikationsstil: Ein lockeres Auftreten mit freundlichem Augenkontakt und einem festen Händedruck sorgt für einen guten ersten Eindruck. Seien Sie dabei ausdrucksvoll in Mimik und Gestik.

Ihr Verkaufsstil: Stellen Sie ihm Fragen, begeistern Sie ihn.



Erfolgstipp: *Gelbe* Menschen benötigen Bewunderung und Rampenlicht, sie genießen es, wenn Sie auf sie eingehen, und bringen Ihnen Sympathie und Engagement entgegen.

Wenn Sie selbst *gelb* sind, dann sollten Sie im Umgang mit anderen Temperamenten folgendermaßen vorgehen:

Rot: Kommen Sie zügig auf den Punkt. Halten Sie sich an die Zeitvorgabe des anderen. Verblüffen Sie ihn mit Lösungsvorschlägen. Lassen Sie ihn auswählen. Zeigen Sie Anerkennung für seine Erfolge.

Grün: Zu Beginn eines Gesprächs sollten Sie ihn reden lassen. Erst wenn Sie gefragt werden, erzählen Sie etwas über sich. Bevorzugte Themen sind Familiäres, Urlaub und seine Hobbys. Trinken Sie mit ihm eine Tasse Kaffee oder Tee. Hören Sie aktiv zu und planen Sie etwas mehr Zeit ein. Behalten Sie Ihr Gesprächsziel immer im Auge!

Blau: Vermeiden Sie übermäßige Gestik und halten Sie Gesprächspausen ein. Bleiben Sie ruhig und sachlich. Stellen Sie Fragen und hören Sie bis zum Ende zu.

Achten Sie darauf, dass Sie Ihr Ziel im Blick haben und sich nicht in eine andere Richtung durch zu viele Details lenken lassen.

Fazit: Die Strategie für den *gelben* Typen lautet, unabhängig davon, ob Sie selbst auch *gelb* sind: Bleiben Sie offen und lassen Sie sich auf das ein, was auf Sie zukommt. Sie werden in jedem Gespräch eine kleine Überraschung erleben.

3. Im Umgang mit dem grünen Typen

Den *grünen* Typen gewinnen Sie mit Ruhe, Kontinuität und Menschlichkeit.

Ihr Sprachstil: Sprechen Sie mit einer geringen Lautstärke und sanft. Verwenden Sie Worte, die Sicherheit geben.

Ihr Verhaltensstil: Sie sollten sich auf Ihr Gegenüber einlassen und ihm menschlich entgegenreten.

Ihr Arbeitsstil: Seien Sie zuverlässig und verlässlich, das bevorzugt ein grüner Mensch. Bei wichtigen Aufgaben oder in schwierigen Lebenssituationen sollten Sie immer für ihn da sein und ihn unterstützen, auch wenn er dies nicht fordert.

Ihr Führungsstil: Geben Sie ihm Sicherheit und ein berechenbares Verhalten. Sorgen Sie für eine klare Vorgabe und eine nachvollziehbare Aufgabenverteilung.

Ihr Beziehungs- und Motivationsstil: Routineaufgaben werden bevorzugt, dann fühlt er sich gut. Wenn Sie ihm etwas versprechen, dann halten Sie es auch. Nehmen Sie sich Zeit, um eine gute Beziehung aufzubauen.

Ihr Kommunikationsstil: Ein guter erster Eindruck entsteht durch freundlichen Augenkontakt, menschliche Offenheit und Einfühlungsvermögen.

Ihr Verkaufsstil: Lassen Sie Raum für seine Erzählungen und hören Sie ihm aufmerksam und aktiv zu.



Erfolgstipp: *Grüne* Menschen benötigen Sicherheit. Sie mögen es, wenn man auf sie eingeht und sie zum Beispiel nach ihrem Befinden fragt. Sie werden es Ihnen mit Anerkennung und Treue danken.

Wenn Sie selbst *grün* sind, dann sollten Sie im Umgang mit anderen Temperamenten folgendermaßen vorgehen:

Rot: Sprechen Sie laut und deutlich. Sagen Sie konkret, was Sie haben wollen. Halten Sie sich an seine Zeitvorgabe. Gehen Sie immer vorbereitet in ein Gespräch.

Gelb: Lassen Sie den *Gelben* erzählen und bewundern Sie ihn. Sie dürfen mit ihm lachen und auch über sich sprechen. Wichtig ist, dass Sie vorrangig positive Geschichten erzählen.

Blau: Sprechen Sie ruhig und sachlich mit ihm. Reagieren Sie auf seine Details und hören Sie aktiv zu.

Fazit: Die Strategie für den *grünen* Typen lautet, unabhängig davon, ob Sie selbst auch *grün* sind: Schaffen Sie eine gute Beziehung, indem Sie sich auf den anderen einlassen. Sehen Sie das Gute in Ihrem Gegenüber.

4. Im Umgang mit dem blauen Typen

Den *blauen* Typen erreichen Sie mit Wissen und Struktur.

Ihr Sprachstil: Sprechen Sie mit einer ruhigen Lautstärke, bleiben Sie sachlich in Ihren Aussagen und geben Sie ihm Sicherheit.

Ihr Verhaltensstil: Bleiben Sie sachlich und höflich. Geben Sie ihm Gelegenheit, alle Details ausführlich zu schildern.

Ihr Arbeitsstil: Halten Sie Zusagen ein und erstellen Sie Pläne oder Checklisten.

Ihr Führungsstil: Der *blaue* Typ benötigt klare Auf- oder Vorgaben und eine Struktur. Entscheidend ist für ihn, dass Ziele konkret definiert und eingefordert sowie überprüft werden.

Ihr Beziehungs- und Motivationsstil: Geben Sie ihm genügend Zeit für das Erledigen der Aufgaben. Führen Sie sachliche Feedbackgespräche, damit die Planung eingehalten wird. Halten Sie Terminzusagen und die Agenda ein.

Ihr Kommunikationsstil: Für einen ersten guten Eindruck sollten Sie Abstand halten und weder offensiven Augenkontakt suchen noch laut sein. Verwenden Sie nur kleine Gesten oder gar keine.

Ihr Verkaufsstil: Bereiten Sie sich sehr gut vor. Bringen Sie vollständige Unterlagen mit. Gehen Sie detailliert auf seine Fragen ein. Überzeugen Sie ihn durch Fachkompetenz, hohe Qualität und ein gutes Preis-Leistungsverhältnis.



Erfolgstipp: *Blaue* Menschen benötigen Ruhe und Sicherheit. Sie werden respektiert, wenn Sie sachlich, konkret und korrekt sind.

Wenn Sie selbst *blau* sind, dann sollten Sie im Umgang mit anderen Temperamenten folgendermaßen vorgehen:

Rot: Sprechen Sie laut und deutlich. Sagen Sie konkret, was Sie haben wollen. Halten Sie sich an die Zeitvorgabe des anderen. Fassen Sie sich kurz – reduzieren Sie Ihre 30 Folien auf 5.

Gelb: Fragen Sie den *gelben* Typen nach seinen Erfahrungen und hören Sie aktiv zu. Zeigen Sie ihm durch Ihre Gestik, dass Sie von ihm und seinen Erzählungen begeistert sind. Fassen Sie die Kernaussagen zusammen.

Grün: Geben Sie ihm Zeit und fragen Sie ihn nach seinem persönlichen Befinden. Bestätigen Sie ihn in seinen Aussagen und formulieren Sie die Zusammenfassung menschlich und ruhig.

Fazit: Die Strategie für den *blauen* Typen lautet, unabhängig davon, ob Sie selbst auch *blau* sind: Schaffen Sie eine Struktur und bleiben Sie auf der sachlichen Ebene. Nur wenn Sie die richtigen Worte wählen und klare Ansagen machen, erhalten Sie, was Sie benötigen und wollen.

Persönliche Empfehlung

Merken Sie, wie sich Ihre Wahrnehmung und Beobachtungsgabe schärft, wenn Sie die Menschen Ihres Umfeldes betrachten? Sie lernen in Farben und Farbtypen zu denken!

Wenn Sie dies üben und im Laufe der Zeit automatisieren, werden Sie zukünftig in der Lage sein, bei Ihrer nächsten Begegnung, zum Beispiel während eines Verkaufsgesprächs oder bei einem Cocktail an der Hotelbar, eine direkte characterspezifische Einschätzung Ihres Gegenübers vorzunehmen. Sie werden wissen, welche Farbe bei Ihrem Gesprächspartner dominiert, und haben die Chance, das Verhalten des anderen binnen kürzester Zeit besser zu verstehen. Sie entscheiden, ob Sie sich auf diesen Menschen typengerecht einstellen. Spielen Sie mit Ihrem eigenen Temperament, denn es liegt in Ihrer Hand, sich je nach Gesprächspartner ein wenig zurückzunehmen oder sich auch auf das eigene Temperament zu kaprizieren.

Der Charaktercode beruht auf dem Verhalten eines Menschen. Der Charaktercode bietet Ihnen die Möglichkeit, Veränderungen herbeizuführen und Situationen zu steuern. Sie können sich Ihr eigenes Leben, egal ob im privaten oder beruflichen Bereich, wesentlich farbenfroher gestalten. Nutzen Sie Ihre Chance, indem Sie sich Ihr eigenes Temperament sowie die Temperamente anderer bewusst zunutze machen.



Erfolgstipp: Reflektieren Sie Ihr Verhalten. Wie haben Sie heute Ihre Stärken im Berufs- oder Privatleben eingesetzt? Wie schnell konnten Sie Ihr Gegenüber einschätzen? Was hat sich dadurch in der Zusammenarbeit verbessert?

Die 7 Schlüssel zum Charaktercode

1. Trainieren Sie Ihre Wahrnehmung im Umgang mit sich und anderen.
2. Aktivieren Sie Ihre Stärken.
3. Geben Sie sich jeden Tag den Impuls, etwas Neues auszuprobieren.
4. Sehen Sie in Ihrem Gegenüber einen Freund – konzentrieren Sie sich auf das Positive!
5. Sehen Sie die Andersartigkeit Ihres Gegenübers als Chance zur persönlichen Weiterentwicklung.
6. Trainieren Sie den Umgang mit einem Ihnen gegensätzlichen Typen und freuen Sie sich über Ihre Erfolge.
7. Nur wer es schafft, sich selbst zu kennen und auf den anderen einzugehen, hat eine erfolgreiche Kommunikation und ein besseres Miteinander gefunden.

ENTSCHLÜSSELN SIE DAS GEHEIMNIS IHRES GANZ PERSÖNLICHEN ERFOLGS!

Warum gelingt es manchen Menschen scheinbar kinderleicht, ihre Ziele zu erreichen und andere mühen sich ihr Leben lang ab? Weshalb gibt es Unternehmer, die immer die richtigen Entscheidungen treffen? Woran liegt es, dass manche Führungskräfte ihre Mitarbeiter begeistern und andere es nicht schaffen, diese zu motivieren? Was macht einen Verkäufer zum Spitzenverkäufer? Wie schafft es der eine Kollege, befördert zu werden und der andere nicht? Warum lieben manche Menschen ihre Kunden und anderen fehlt das Verständnis für sie?

Sabine Oberhardt gibt Ihnen mit dem Menschencode® eine Technik in die Hand, um sich und andere ganzheitlich zu erkennen. Als Expertin für Profilanalytik hat sie bereits tausende von Führungskräften und Vertriebsmitarbeitern gecoacht, erfolgreich begleitet und sie in ihrer Persönlichkeit und ihren Fähigkeiten weiter entwickelt.

»Ein absolutes Praxishandbuch und für jede Führungskraft empfehlenswert.«

Prof. Dr. Michael Gehrer, Hochschule Furtwangen

»Der Menschencode® ermöglicht es jedem, seine Stärken zu erkennen und authentischer aufzutreten.«

Nicola Tiggeler, Schauspielerin und Regisseurin

»Sabine Oberhardt lehrt neue Kernkompetenzen, die für eine moderne Unternehmensführung hilfreich sind.«

Prof. Dr. h. c. mult. Reinhold Würth, Gründer der Adolf Würth GmbH & Co. KG

»Alles, was man braucht, um andere Menschen vollständig zu erfassen.«

Axel Robert Müller, Diplom-Journalist und Radio- und TV-Moderator bei BAYERN 3 und ARD-Alpha

