

Ein Test für den zukünftigen Chef / die zukünftige Chefin

Kurzinformation zum Test

Wege zur charismatischen Persönlichkeit: Das synagement® - Wirkungsmodell

Professor Paul Watzlawick, Psychologe mit Schwerpunkt Kommunikations- und Sozialpsychologie, hat den Satz geprägt „Man kann nicht nicht kommunizieren“. Dem füge ich hinzu: Jede Kommunikation ist intentional. Sowohl mit unserer verbalen wie auch mit der nonverbalen Kommunikation verfolgen wir immer eine Absicht. Wir wollen anderen Menschen signalisieren, dass sie uns in Ruhe lassen sollen. Wir wollen sie für unsere Person und / oder eine Sache gewinnen. Hinter jeder sprachlichen und körpersprachlichen „Handlung“ steckt eine Absicht. Eine bewusste. Oder eine unbewusste.

Beim Verfolgen dieser Absicht gelingt es manchen Menschen ganz offensichtlich schneller und wirksamer, das jeweilige Ziel zu erreichen, während sich andere als kaum wahrgenommene Mauerblümchen unverrichteter Dinge von dannen schleichen. Hier stellt sich die Frage: Lassen sich aus Mauerblümchen überhaupt gewinnende Persönlichkeiten machen? Um diese Frage beantworten zu können, muss untersucht werden, wie und wodurch *Wirkung* überhaupt entsteht.

Was ist Wirkung wirklich?

Nach außen und damit für andere Menschen wahrnehmbar ist zum einen alles Körperliche. Kleidung, modische Accessoires, Düfte, Gestik und Mimik zählen hierzu. Außerdem haben wir unsere Sprache mit den beiden Dimensionen „Worte“ und „Betonung“. Unter diesen beiden von außen wahrnehmbaren Wirkungsfeldern liegen die emotionale und die intellektuelle Basis. Folgt man dem anschaulichen Modell des Gehirns, bei dem die linke Hirnhälfte zuständig ist für Sprache, Logik, Vernunft, Verstand und die rechte für Phantasie, Gefühl, Bilder, Entspannung, so lässt sich folgende Zuordnung der Wirkungsfelder vornehmen:

In der rechten Hirnhälfte sitzen die Kommandozentralen für Sensus (Gefühl) und Corpus (Gestik). Für Intellektus (Struktur) und Lingua (Sprache) ist die linke Hälfte zuständig.

Ein Test für den zukünftigen Chef / die zukünftige Chefin

Kurz-Test-Bogen

synagement® TWQ-Selbstbild

1. Stellen Sie sich bitte vor, Sie wollen einer dritten Person beschreiben, wie Sie auf andere Menschen wirken. (Dazu ist es wichtig, dass Sie Ihrer Vorstellung eine konkrete Situation zugrunde legen. Stellen Sie sich bitte vor, Sie befinden sich in einem Bewerbungsgespräch.)
2. Lesen Sie anschließend die folgenden vier Beschreibungen durch und entscheiden Sie dann durch Vergabe der Ziffern 1 bis 4, welcher Text Sie am schlechtesten skizziert und welcher am besten (1 = trifft am wenigsten auf mich zu / 4 = trifft am meisten auf mich zu). Bitte vergeben Sie jede Ziffer nur einmal.
3. Nachdem Sie diesen Test ausgefüllt haben, lesen Sie sich bitte die entsprechende Kurzbeschreibung des Modells durch. Viel Spaß und Erkenntnis.



S-Quadrant

Durch meine Art kann ich ganz gut und relativ schnell eine gute Stimmung verbreiten. Die Menschen spüren, dass mir eine gute Atmosphäre wichtig ist. Mein Zugang zu anderen erfolgt auch ganz oft über die Emotion. Die Menschen merken, dass mir ihre Stimmung wichtig ist. Als Bauchmensch gewinne ich Sympathie und Vertrauen anderer Menschen relativ leicht und schnell. Sie schenken mir vor allem dann immer gerne ihre Aufmerksamkeit, wenn sie mich als Menschen gerne mögen.



C-Quadrant

In meinem Auftreten ist etwas, was andere Menschen mich wahrnehmen lässt. Der bewusste Einsatz meiner Gestik und Mimik übt auf andere Menschen eine gewisse Anziehungskraft aus. Man sieht mir an, dass ich meinen Körper durchaus als ein Mittel der persönlichen Inszenierung einsetze. Die Menschen spüren, dass ich mich in meiner Haut wohl fühle und verkörpere, was ich sage. Das macht mich glaubwürdig. Dadurch habe ich es leichter, andere Menschen nachhaltig von mir zu überzeugen.



I-Quadrant

Die strukturierte Art, mit der ich einer Sache auf den Grund gehe und die Dinge auf den Punkt bringe, beeindruckt die Menschen. Es gefällt ihnen, wie ich selbst in schwierigen Situationen den Überblick behalte. Und es überzeugt sie, dass ich mich durch eine umfassende Analyse ihrer Situation gründlich auf die Begegnung mit ihnen vorbereitet habe. Vermutlich empfinden mich viele Menschen als einen überlegt und bedacht handelnden Menschen. Und das kommt bei vielen auch gut an.



L-Quadrant

Wenn ich spreche, hört man mir zu. Ich mache immer wieder die Erfahrung, dass andere Menschen mich gerne reden hören und meinen Ausführungen aufmerksam folgen. Meine Stimme wird von den meisten Menschen als angenehm empfunden. Und ich bekomme auch häufig Komplimente wegen meiner gewählten Ausdrucksweise. Wahrscheinlich würden mich die meisten Menschen als eine sehr redegewandte Person beschreiben. Und viele fühlen sich davon sehr angesprochen.

Der Test wurde freundlicherweise zur Verfügung gestellt von:

Präsentainment Group GmbH, Rosenweg 136, 58239 Schwerte
Tel. 02304 / 952 93-0, Fax 02304 / 952 93-20
info@praesentainment.de, www.praesentainment.de



Ein Test für den zukünftigen Chef / die zukünftige Chefin

Auswertung Ihres persönlichen Tests

Mittels des von Ihnen ausgefüllten Trend-Tests haben Sie im Rahmen einer Selbsteinschätzung für sich festgelegt, in welchem Wirkungsfeld Sie zurzeit am stärksten ausgeprägt sind und wo die Handlungspriorität zur Optimierung Ihrer persönlichen Wirkung liegt. Der S-Quadrant beschreibt das Wirkungsfeld Sensus, der C-Quadrant das Wirkungsfeld Corpus, der I-Quadrant das Wirkungsfeld Intellectus und das L-Quadrant das Wirkungsfeld Lingua. Dort, wo Sie Ihre 4 vergeben haben, wirken Sie aktuell am stärksten. Ihr schwächster Bereich ist allerdings nicht dort, wo Sie die 1 vergeben haben, sondern er liegt in dem Bereich, dem Sie die 2 gegeben haben. Im Rahmen von mehreren tausend Tests haben wir festgestellt, dass Menschen beim Trendtest ihre tatsächliche Wirkungsschwäche unbewusst gerne ausblenden und deshalb die 1 dort vergeben, wo sie noch über eine relativ gute Wirkung verfügen. Das von Ihnen vordringlich zu bearbeitende Wirkungsfeld ist also das, das Sie mit einer 2 gekennzeichnet haben.

Ein Mensch mit ausgeprägtem Sensus-Anteil wird von anderen Menschen wahrgenommen als eine Person, die

- sich im Einklang mit sich selbst befindet und andere Menschen achtet und wertschätzt,
- ihren Handlungen ethische und moralische Überzeugungen zugrunde legt,
- in vielen Fällen und Situationen emotional handelt und entscheidet,
- sich im günstigsten Fall selbst durch gezielte Übungen in die gewünschten Stimmungen versetzen kann,
- ein sicheres Gespür für die Stimmungslage anderer Menschen hat,
- es versteht, andere Menschen in die beabsichtigte Stimmung zu versetzen,
- ihrer eigenen Intuition / inneren Stimme vertraut,
- um die Bedeutung der verschiedenen Wahrnehmungskanäle / Sinne weiß und diese in ihren Begegnungen mit anderen Menschen auch gezielt anspricht,
- ein ausgeprägtes visuelles Vorstellungsvermögen hat,
- von Herzen gerne präsentiert und deshalb auch mit Leib und Seele bei der Sache ist.

Ein Mensch mit ausgeprägtem Corpus-Anteil wird von anderen wahrgenommen als eine Person, die

- ihren Körper als Instrument der persönlichen Inszenierung begreift,
- die eigene Körpersprache (Mimik/Gestik) bewusst wahrnimmt,
- ihre Mimik und Gestik gezielt und bewusst steuern und zielgerichtet einsetzen kann,
- in der Lage ist, ihren Atem genau zu dosieren,
- einen permanenten und intensiven Blickkontakt pflegt,
- ein ausgeprägtes Körperbewusstsein hat,
- großen Wert auf ihr Äußeres legt,
- ihr Äußeres (Hände, Haare, Kleidung, modische Accessoires) zur „Verkörperung“ eines bestimmten Statements nutzt,
- eine hohe Präsenz hat und deshalb auch die körpersprachlichen Signale ihres Visavis genau wahrnimmt,
- in ihrer nonverbalen Kommunikation glaubwürdig erscheint, weil u.a. das gesprochene Wort und die damit einhergehende Körpersprache kongruent wirken.

Ein Test für den zukünftigen Chef / die zukünftige Chefin

Ein Mensch mit ausgeprägtem Intellektus-Anteil wird von anderen wahrgenommen als eine Person, die

- über eine schnelle Auffassungsgabe verfügt,
- optimal auf situative Bedürfnisse Anderer eingehen kann,
- andere Menschen und Situationen gerne analysiert,
- im Vorfeld von Begegnungen mit anderen Menschen antizipiert, in welchen Punkten Zustimmung und wo Widerstände zu erwarten sind,
- die Fähigkeit zur Abstraktion besitzt und übergeordnete Zusammenhänge gut erkennen kann,
- komplexe Sachverhalte mühelos in ihre einzelnen Komponenten zerlegt,
- allem eine genaue Analyse zugrunde legt und sich strukturiert vorbereitet,
- in der Lage ist, ihr Denken klar zu strukturieren und großen Wert auf ein strukturiertes Vermitteln dieser Gedanken legt,
- ihre Ziele und Teilziele exakt im Vorfeld definiert und in der Lage ist, die Gedanken Anderer zielgerichtet zu lenken,
- auch in unübersichtlichen Momenten den Überblick behält.

Ein Mensch mit ausgeprägtem Lingua-Anteil wird von anderen wahrgenommen als eine Person, die

- es liebt, mit der Sprache umzugehen,
- über einen reichhaltigen Wortschatz verfügt,
- einen ausgeprägten Sinn für Wortwitz hat,
- ihre Gedanken klar und verständlich artikulieren kann,
- verbale Äußerungen Anderer geschickt aufzunehmen und für die eigene Argumentation zu nutzen vermag,
- eine deutliche Aussprache und virtuose Betonung hat,
- mit ihrer Stimme und deren Modulation die gewünschten Stimmungen erzeugen kann,
- vorbildlich formuliert und brillant Geschichten erzählen kann,
- ihre Sprache zielgruppengerecht einsetzt, also dem Niveau der jeweiligen Gesprächspartner anpasst,
- durch die Wahl ihrer Worte und die Art der Ansprache anderen Menschen grundsätzlich eher wohlwollend begegnet.

In unserer 22-jährigen praktischen Coaching- und Trainings-Arbeit haben wir durch Beobachtungen und Analysen zunächst diese vier zuvor skizzierten Wirkungsfelder identifiziert und schließlich herausgefunden, dass charismatische Persönlichkeiten Menschen sind, die über einen sehr ausbalancierten Wirkungsradius verfügen. Das bedeutet, sie wirken in jedem der vier Felder gleich stark.

Wichtig für Ihren Kurztest: Den größten Trainingsbedarf haben Sie wahrscheinlich bei dem Wirkungsfeld, dem Sie die Nummer 2 gegeben haben!

Menschen mit einer so ausgeprägten Balance können andere Menschen leichter, schneller und nachhaltiger von sich überzeugen und für sich gewinnen - weil sie in der Lage sind, sich dem jeweiligen Gegenüber bestmöglich anzupassen und sich dennoch zugleich dabei selbst treu zu bleiben. Sie verfügen also über eine hohe situative Intelligenz gepaart mit einer ausgeprägten Authentizität.

Ausführliche Informationen zum synagement® – Wirkungsmodell und den Möglichkeiten, die Erweiterung des persönlichen Wirkungsrepertoires gezielt zu trainieren, bekommen Sie von:

Präsentainment Group GmbH, Rosenweg 136, 58239 Schwerte

Tel. 02304 / 952 93-0, Fax 02304 / 952 93-20,

info@praesentainment.de, www.praesentainment.de