

Führungskräfte Training und Entwicklung



Verlag Wirtl, Redaktion: 1150 Wien, Tautenhayngasse 21, Verlagspostamt 1150 Wien, P.b.b. 14z040140, € 7,-

In dieser Ausgabe

INTERNE TRAINER: Vorteile und Risiken

EMPLOYER BRANDING: Von innen nach außen

KONGRESSBERICHT: Betriebliches Gesundheitsmanagement

RECRUITING: Neue Wege

KOMMUNIKATION: Auswege aus der Namensfalle

RECHT: Massenkündigungen

Ich bin nicht blöd – ich tick nur anders!

Warum ist es so, dass wir uns mit gewissen Menschen auf Anhieb verstehen – und mit anderen absolut nicht? Antworten darauf gibt das Process Communication Model®.



Gastautor Gerald Wahl

ist zertifizierter
PCM®-Trainer und
Coach in Wien.

Als Inhaber von
brandzwo, dem Büro für
Markenlebendigkeit,
beschäftigt er sich seit
20 Jahren mit Identität
und Kommunikation.

www.brandzwo.at

VERSTEHEN UND VERSTANDEN werden sind wesentlich für unsere Beziehungen – in der Familie, unter Freunden und vor allem für unseren Erfolg im Beruf. Was manchmal von ganz alleine funktioniert, weil die Gesprächspartner die »gleiche Wellenlänge« haben, kann in anderen Fällen unglaublich schwierig sein. Dann sind es oft dieselben Menschen, Typen oder ähnliche Situationen, in denen unsere Botschaft nicht aufgenommen wird. Und wenn wir unsere Bedürfnisse nicht erfüllen können, weil wir nicht verstanden werden, fallen wir in unsere sich stets wiederholenden Stressmuster. Und dieses unproduktive Programm steht einer erfolgreichen Interaktion erst recht im Wege.

Vom Modell in die Praxis

Persönlichkeitsmodelle versuchen, im Verhalten und der Kommunikation unterschiedlicher Menschen Muster zu erkennen, um Kategorien zu bilden, Menschen, ihr Verhalten und ihre Kommunikation, ein wenig voraussagbar zu machen. Nun ist jedoch jeder Mensch ein Unikat. Dennoch gelingt es in einigen Modellen, Gemeinsamkeiten von Persönlichkeitstypen zu erkennen, um mit diesem Wissen eine erfolgreiche Kommunikation zu gestalten. Das heißt nun nicht, dass wir in die Schubladen der Modelle passen, die uns rundum erklären. Jedoch hilft uns die Beschäftigung mit den Mustern oft, nicht nur uns selbst besser verstehen zu lernen, sondern auch über den Tellerrand der

eigenen Persönlichkeit zu schauen. Das Process Communication Model (PCM)® nach Taibi Kahler beschäftigt sich weniger mit theoretischen Ideen, sondern mit sehr viel praktischen Lösungen für unsere Kommunikation. Es funktioniert einfach, ohne dabei simpel zu sein. Es konzentriert sich auf die Stärken, ohne Schwächen aus den Augen zu verlieren.

Basierend auf Erkenntnissen aus der Verhaltenspsychologie beschreibt PCM, wie Menschen ihre Umgebung unterschiedlich erleben: Ihre Wahrnehmungen über Denken, Meinungen, Gefühle, Reflexionen, Reaktionen oder Aktionen folgen demnach mindestens 6 verschiedenen Mustern. Diese unterschiedlichen Wahrnehmungsweisen sind Filter, wie wir unsere Umgebung aufnehmen. Sie bestimmen die Art und Weise, wie wir zu anderen Kontakt herstellen und wiederum die Art der Kontaktaufnahme, die wir von anderen bevorzugen. Sie sind die Basis dafür, wie wir Konflikte bewältigen. Sie geben einen Hinweis darauf, wie wir uns selbst motivieren und motivieren lassen. Es gibt in diesem Modell kein schlecht oder gut, nur unterschiedliche Arten zu kommunizieren. Je mehr Sie über Ihre eigene Persönlichkeitsstruktur und die Ihres Gegenübers wissen, desto eher können Sie Sender-Empfänger-Missverständnisse vermeiden und positive Interaktionen bewirken. PCM ist kein »Schubladenmodell«, das uns stereotyp beschränkt. Im Gegenteil: Das Herzstück sind die 6 Persönlichkeitstypen Empathiker, Logiker, Beharrer, Träumer, Macher und Rebell, von denen jeder in uns mehr oder weniger ausgeprägt vorhanden ist. Grundsätzlich zeigen wir die Charakteristika von allen 6 Typen, unsere Strukturanteile sind mit einem individuellen PCM-Persönlichkeitsprofil messbar.



Beispiel einer
Persönlichkeits-
architektur

Copyright und Quelle:
Kahler Communications

Die Persönlichkeitsarchitektur

Jeder von uns hat eine dominierende Wahrnehmungs-Art und eine »Lieblings-Weise« sich auszudrücken. Dieser Basis-Persönlichkeitstyp ist mit der Geburt oder innerhalb der allerersten Lebensmonate angelegt, er beeinflusst uns Zeit

unseres Lebens am stärksten. Um diese Basis herauszufinden, ist der Persönlichkeits-Fragebogen zentraler Bestandteil jeder Beratung oder jedes Seminars mit dem Process Communication Model®. Mit dessen Auswertung sind Sie in der Lage, Ihre eigene Persönlichkeitsarchitektur zu entdecken. Das didaktische Bild eines Gebäudes hilft bei der Visualisierung Ihrer Persönlichkeitsstruktur. Jedes Stockwerk dieses Gebäudes beherbergt einen der sechs Persönlichkeitstypen. Die Größe der Stockwerke zeigt die Energiemenge, die Ihnen zur Verfügung steht, wenn Sie den entsprechenden Persönlichkeitstyp benutzen möchten. Das Bild des Aufzugs veranschaulicht die Fähigkeit, alle Ihre »Stockwerke« zu erreichen und die dazugehörigen Ressourcen zu nutzen. (Siehe Grafik links unten.)

Unsere psychischen Bedürfnisse

Jedem Persönlichkeitstyp entsprechen bestimmte Motivationsfaktoren, deren Befriedigung unser Energieniveau wesentlich bedingt. So ist es zum Beispiel für einen Empathiker besonders wichtig, als Person anerkannt zu werden, er will sich geliebt fühlen. Dem Logiker ist es hingegen wichtiger, wenn wir seine geleistete Arbeit wertschätzen. Der Beharrer stellt sich in den Dienst dessen, was er für sich und die Gesellschaft im Allgemeinen für das Beste hält. Für ihn ist es wichtig, dass sein Engagement geschätzt wird und seine Meinung gefragt ist. Spiel, Humor und Lachen hält den Rebellen frisch. Er liebt es, den Rahmen zu verlassen oder am besten erst gar nicht zu betreten. Der Macher sucht die Herausforderung und die Aufregung. Kraftquelle ist für ihn das neue Projekt, der Wettkampf – die Aktion. Der Träumer hingegen findet seine Kraft im Rückzug in sich selbst, er braucht Zeit, Alleinsein und Ruhe.

Werden diese Bedürfnisse nicht befriedigt, dann fallen wir in ein für unseren dominierenden Persönlichkeitstyp typisches Stressmuster. Von Kindheit an hat nämlich jeder Mensch gelernt, dass es besser ist, negative Aufmerksamkeit zu bekommen, als gar keine: Wir sprechen von negativer Bedürfnisbefriedigung. Darunter leiden dann naturgemäß unsere Arbeit und unsere Beziehungen.

Kein Anschluss unter dieser Nummer

Die von uns benutzten Kommunikationskanäle sind speziell mit unserem Persönlichkeitstyp verbunden. Sie reichen von fürsorglich, informativ oder direktiv bis hin zu spielerisch. Selbst wenn der Inhalt einer Botschaft die Zustimmung eines Gesprächspartners finden könnte, stört eine schlecht angepasste Formulierung



Gesunde Leistungsstärke mit Freude, Spaß & Humor

Monika Herbstrith-Lappe
Keynote Speaker & Autorin
Mehrfach "Trainer of the Year"

IMPULS & WIRKUNG
Herbstrith Management Consulting GmbH
www.impuls.at




WIFI MANAGEMENT FORUM
WERT ZU WISSEN WKO

Fachtagung GmbH 2015

- Update Unternehmens- und Gesellschaftsrecht
- Strafrechtsprävention für GmbH-Geschäftsführer
- Bilanz- und Steuerrecht (RÄG 2014 und Steuerreform 2015/16)

Detailprogramm unter www.wifiwien.at/401095



Moderation: Univ.-Prof. DDr. Thomas Ratka, LL.M.
Termin: Di 22. September 2015, 8.45–17.00 Uhr
Beitrag: € 490,-
Buchungsnr.: 40109 015

Information und Anmeldung:
Marion Moya, T 01 476 77-5232, wmf@wifiwien.at

www.wifi.at/managementforum



seine Wahrnehmung. Wenn also das Kommunikations-Angebot und dessen Annahme nicht auf demselben Kanal geschehen, sprechen wir von »Miss-Kommunikation«.

Flexible Kommunikation ist der Schlüssel zur erfolgreichen Interaktion. Bevor man sich über Fakten austauscht oder Anweisungen erteilt, ist es wichtig, eine gute Beziehungsebene herzustellen. Dazu genügt es, den bevorzugten Kanal des Gesprächspartners zu benutzen. Wenn die Kommunikation erst einmal hergestellt ist, kann man den Kanal auch wechseln. Allerdings setzt das Energie und Engagement für die Selbsterforschung sowie eine Achtsamkeit dafür, WIE wir WAS sagen, voraus. Den optimalen Einstieg dafür bietet die Erstellung des eigenen Persönlichkeitsprofils oder ein PCM-Grundlagenseminar. Denn für Führungskräfte, in Teams oder im Verkauf ist erfolgreiche Kommunikation einfach ein wesentlicher Schlüssel zum Erfolg. **T**