

Die Zeitschrift  
für mittelständische  
Unternehmer und  
Führungskräfte

HelpRecht  
*methodik* 1/2018



**Elementare Kernaufgaben:  
10 To-dos, die Chefs und  
Führungskräfte persönlich  
erledigen sollten (Seite 4)**

**Immer wieder aufrichten:  
Expertentipps, wie Sie  
Ihre Resilienz stärken  
und trainieren (Seite 15)**



*Unternehmensgründer, Manager, Berater, ... – viele Menschen leisten großartige Arbeit, doch kaum jemand kennt sie. Andere werden in Öffentlichkeit und Medien als Stars herumgereicht, ohne dass sie wirklich Außergewöhnliches geleistet hätten. Wie also schaffen es einige, sich herausragend zu positionieren, breitere Bekanntheit zu erzielen, höhere Honorare zu generieren? Was haben sie, was andere nicht haben? Vor allem: Was tun sie, was andere nicht tun?*



von Dr. Christiane Gierke

# Geheimnisse erfolgreicher Persönlichkeiten

In allen Bereichen und Positionen des Business gibt es Menschen, die wir als „Persönlichkeitsmarken“ bezeichnen: Menschen, die ihre Persönlichkeit so entwickelt haben, dass sie zu einem positiven Markenzeichen geworden ist. Der Kern solcher Persönlichkeitsmarken liegt – kurz gefasst – oft darin, dass sie leben, was ihnen wichtig ist, dass sie darüber ihre marktentscheidende Positionierung entwickelt haben und dass sie es verstehen, den Menschen wirklich etwas mitzugeben, was diese emotional berührt und wertorientiert bereichert und voranbringt. Werte, Wissen und Emotion – das zusammen macht eine Persönlichkeitsmarke aus. Starke Persönlichkeiten tragen dies mit einer smarten und „freundlichen“, unterstützenden Kommunikation nach außen. Sie betreiben Marketing mit Werten und Wissen: Persönlichkeitsmarketing.

Sie wissen, worauf es – auch in der heutigen Zeit des unaufhörlichen Selbst-Veröffentlichens

und der autoreferenziellen Selbst-Vervielfachung über die diversen Business- und privaten Social-Media-Plattformen – wirklich ankommt: als echt, sympathisch, integer und kohärent empfunden zu werden, also als mit sich selbst im Reinen, verlässlich und gemäß den eigenen ethischen Grundsätzen handelnd. Wer erfolgreich sein will, tut daher gut daran, am eigenen Profil zu feilen. Denn nur wer ein Profil hat, kann Eindruck hinterlassen.

Unser Team von text-ur.de begleitet seit Jahren einige sehr bekannte Persönlichkeitsmarken als Kommunikationsberater und Publizisten. Von daher wissen wir, was sie wirklich erfolgreich macht. Insgesamt sieben „Erfolgsgeheimnisse“ haben wir ermittelt und in einem Beitrag für das Buch „Training ist der Erfolg von morgen“ von Andreas Buhr ausführlich erläutert (siehe Buchtipp, Seite 25). Zwei dieser Erfolgsgeheimnisse stelle ich Ihnen im Folgenden vor:

## 1. Erfolgreiche Persönlichkeiten haben Klarheit über innerste Werte

Menschen, die als Persönlichkeitsmarken erfolgreich geworden sind, haben sich zuvorderst Klarheit über ihre inneren Werte und Überzeugungen verschafft. Sie wissen, dass sie auf Dauer nur stark und resilient, überzeugend und kohärent sein können, wenn sie alles, was sie tun, auf Basis ihrer wahren Beweggründe, ihrer inneren Motivatoren, ihrer echten Werte tun. Das ist der Wind unter ihren Flügeln! Erfolg heißt einfach, die richtigen Ziele zu erreichen. Die richtigen Ziele sind die, die mit Ihren persönlichen Werten in Übereinstimmung stehen.

Können Sie in dieser Sekunde die Top-3-Werte nennen, die Sie wirklich antreiben? Gönnen Sie sich selbst die Zeit und Aufmerksamkeit, eigene Werte-Arbeit zu machen. Das ist entscheidend wichtig, denn nur wer das lebt, was ihn im Innersten antreibt, kann viel leisten, viele Termine wahrnehmen und viele Ideen entwickeln – und fühlt sich kraftvoll und glücklich dabei. Und das strahlen Sie aus, das überträgt sich auf die Menschen in Ihrer Umgebung.

Mein Tipp: **Stellen Sie eine Liste der zehn Werte auf, die Ihnen für Ihr Leben und Ihre persönliche Entwicklung wirklich wichtig sind.** Nehmen Sie sich mindestens 20 Minuten Zeit dafür, denn es ist viel schwieriger, als es klingt. Achten Sie darauf, Worte zu nutzen, die grundlegende Werte und Geisteshaltungen ausdrücken – also nicht: „ein schönes Leben haben“, sondern „Freiheit, Anerkennung, Begeisterung, Disziplin, Verlässlichkeit, Macht, Toleranz“ und Ähnliches. Es geht in dieser Aufstellung nur um Sie selbst, nehmen Sie keine Rücksicht auf vermutete Ansprüche der Familie oder der Gesellschaft. Ganz wichtig: Bewerten Sie diese Werte nicht nach „erwünscht“, „besser oder schlechter“ oder „unerreichbarer Wunschtraum“. Wenn Frieden für Sie ein Wert ist, dann schreiben Sie ihn auf.

**Stellen Sie dann eine zweite Liste von zehn Werten auf, die Ihnen in beruflicher Hinsicht wichtig sind.** Machen Sie sich dabei frei von dem, was „der Markt verlangt“. Seien Sie auch hier möglichst präzise, indem Sie grundlegende Vokabeln suchen wie „Abwechs-

lung, Gerechtigkeit, Kompetenz, Führung, Kreativität, Teamgeist, Gestaltungsfreiheit, Freizeit, Tradition, Prestige, Pünktlichkeit“ und Ähnliches. Sie sollten sich auch für diese Aufstellung mindestens 20 Minuten Zeit nehmen. Lassen sich die Werte der beiden Listen vereinbaren? (Wo) gibt es Wertkonflikte? Können Sie unterschiedliche Werte zu einem höheren „Wozu“ zusammenfassen?

## Persönliche Top-Ten-Listen: Welche Werte treiben Sie an?

**Priorisieren Sie jetzt die Werte auf beiden Listen, sodass insgesamt zehn Worte übrig bleiben. Und dann drei.** Et voilà – kaum eine Stunde Arbeit, und schon kennen Sie Ihre (aktuellen) Top-3-Werte.

Denken Sie daran, dass Werte nicht „gut“ oder „schlecht“ sind. Das Wertesystem Ihrer Umwelt, Ihres Partners oder Ihres Unternehmens ist genauso plausibel und „wahr“ wie Ihres. Das macht Ihnen den Umgang mit anderen übrigens um vieles leichter – denn Sie verstehen künftig schnell(er), wann Sie dem Gegenüber unabsichtlich in den inneren Garten getrampelt sind und dass Sie dessen Werte erst mal genauso wertschätzen müssen. So beginnt positive Kommunikation.

## 2. Erfolgreiche Persönlichkeiten entwickeln alle Intelligenzen und (wenige) Kernkompetenzen

Lange Zeit galt der klassische Intelligenzbegriff, ausgedrückt im Intelligenzquotienten (IQ), als Maßstab für Erfolg. Nach neueren Erkenntnissen ist jedoch der emotionale Intelligenzquotient (EQ) eines Menschen weit ausschlaggebender für seinen persönlichen und beruflichen Erfolg. Mit „emotionaler Intelligenz“ wird eine ganze Reihe von Fähigkeiten und Kompetenzen beschrieben, und dieses erfolgreiche „Konzept“ ist nicht neu: Früheste philosophische wie religiöse Texte beschreiben schon die Überzeugungskraft der emotionalen Kompetenz (hervorragender Persönlichkeiten); Jo-

hann Wolfgang von Goethe sprach schlicht von „Herzensbildung“. Neu ist allerdings die systematische Nutzung des EQ-Konzeptes als Erklärungsmuster für erfolgreiches Persönlichkeitsmarketing und für den wirtschaftlichen Erfolg im Beruf.

Nach der Theorie von Howard Gardner verfügt jeder Mensch über ein Muster von mindestens acht Intelligenzen (siehe Infokasten), die jeweils unterschiedlich stark ausgeprägt sind. Damit kann man dieses Muster zum Verständnis seiner selbst und anderer sehen und nutzen. Außerdem wird derzeit am Nachweis weiterer Intelligenzmuster wie beispielsweise der spirituellen Intelligenz geforscht. Und auch die „Bauchintelligenz“, die sogenannte „somati-

sche Intelligenz“, setzt sich begrifflich durch. Sie ist nicht – wie die körperlich-kinästhetische in Gardners Modell – auf das Begreifen körperfremder Dinge gerichtet, sondern darauf, den eigenen Körper zu verstehen und auf ihn zu hören, da sie nach der passenden Bewegung und nach der richtigen Ernährung „fragt“.

Besonders interessant für das Persönlichkeitsmarketing ist die Entwicklung der interpersonellen Intelligenz (nach Gardner), die am ehesten mit dem verglichen werden kann, was heute als emotionale Intelligenz oder „EQ“ bekannt ist. Mit dem gleichnamigen Buch von Daniel Goleman (EQ. Emotionale Intelligenz, dtv, 1997) ist das Konzept der emotionalen Intelligenz als Begriff etabliert worden. Das Besondere an diesem Konzept ist, dass es dabei sowohl um den Umgang mit sich selbst als auch um den Umgang mit anderen Menschen geht. Emotionale Intelligenz beschreibt einerseits das Selbstmanagement und die Selbsterfahrung und andererseits Kompetenzen und Fähigkeiten im Umgang mit anderen Menschen.

Für die emotionale Intelligenz sind vor allem folgende Kompetenzen entscheidend:

- **Selbstbewusstheit:** Die realistische Einschätzung der eigenen Persönlichkeit, also das Erkennen und Verstehen der eigenen Gefühle, Bedürfnisse, Motive und Ziele, aber auch das Bewusstsein für die persönlichen Stärken und Schwächen.
- **Selbststeuerung:** Die Fähigkeit, die eigenen Gefühle und Stimmungen durch einen inneren Dialog konstruktiv zu beeinflussen und zu steuern.
- **Motivation:** Sich selbst motivieren zu können bedeutet, immer wieder Leistungsbereitschaft und Begeisterungsfähigkeit aus sich selbst heraus zu entwickeln und damit über eine höhere Frustrationstoleranz zu verfügen.
- **Empathie:** Empathie heißt Einfühlungsvermögen. Gemeint ist damit das Vermögen, sich in die Gefühle und Sichtweisen anderer Menschen hineinzusetzen und angemessen darauf zu reagieren. Es geht darum, Mitmenschen in ihrem Sein wahrzunehmen und zu akzeptieren. Dabei heißt „akzeptieren“ nicht automatisch „gutheißen“, sondern ih-

### Die acht Intelligenzen nach Gardner

1. **Sprachliche Intelligenz:** Sensibilität für gesprochene und geschriebene Sprache, Sprachen lernen, Sprache zu bestimmten Zwecken einsetzen
2. **Logischmathematische Intelligenz:** Probleme logisch analysieren, mathematische Operationen durchführen, wissenschaftliche Fragen untersuchen
3. **Musikalische Intelligenz:** Begabung zum Musizieren und Komponieren
4. **Körperlichkinästhetische Intelligenz:** Körperliche Sinne zum Problemlösen oder zum kreativen Gestalten einsetzen
5. **Räumliche Intelligenz:** Vorstellungsvermögen und praktischer Sinn für Strukturen und Räume
6. **Interpersonale Intelligenz:** Absichten, Wünsche und Motive anderer Menschen verstehen, empathisch
7. **Intrapersonale Intelligenz:** Selbstverständnis, lebensgerechtes Eigenbild entwickeln, sich im Gesamtzusammenhang (Metaebene) betrachten
8. **Naturkundliche Intelligenz:** Sachverstand im Erkennen, Hinterfragen und Klassifizieren von natürlichen Phänomenen

**Quelle:** Howard Gardner: Die Vielfalt des menschlichen Geistes, Klett-Cotta, 2008



Foto: Hellequence/unsplash.com

*Top-3-Werte herausarbeiten: Machen Sie sich doch mal schriftlich klar, welche Werte Ihnen privat und beruflich besonders wichtig sind. Das ist eine gute Grundlage, um die eigene Persönlichkeit zu schärfen und weiterzuentwickeln.*

nen mit Respekt entgegenzutreten und Verständnis für ihr Tun und Denken zu haben.

■ **Soziale Kompetenz:** Die Fähigkeit, Kontakte und Beziehungen zu anderen Menschen zu knüpfen und solche Beziehungen auch dauerhaft aufrechtzuerhalten. Also gutes Beziehungs- und Konfliktmanagement, Führungsqualitäten und das Vermögen, funktionierende Teams zu bilden und zu leiten.

■ **Kommunikative Kompetenz:** Einerseits die Fähigkeit, sich klar und verständlich auszudrücken und somit ein Anliegen deutlich und transparent zu übermitteln; andererseits die Fähigkeit, anderen Menschen aktiv und aufmerksam zuzuhören, und das, was sie sagen, zu verstehen und einzuordnen.

Was bringt Ihnen nun Ihre emotionale Intelligenz? Knapp und pragmatisch fasst es der zitierte amerikanische Buchtitel zusammen: „Mit IQ bekommen Sie vielleicht einen Job, aber mit EQ kommen Sie weiter.“ Kurz: Ihre emotionale Intelligenz und die damit verbundenen Kompetenzen sind ein wichtiger Faktor des Persönlichkeitsmarketings. Menschen mit einer hohen emotionalen Intelligenz sind oft sehr erfolgreich, da sie gut mit Menschen umgehen können und über Führungsqualitäten verfügen, was sie natürlich auch im privaten Umfeld „unwiderstehlich“ macht. Sie können Konflikte konstruktiv meistern und mit sich selbst und anderen Menschen gut umgehen. Emotional intelligente Menschen können aktiv zuhören und akzeptieren ihre Mitmenschen so, wie sie sind.

Damit sind sie meist sehr beliebt und pflegen tiefgehende Beziehungen und Freundschaften. Sie sorgen aber auch gut für sich selbst und sind deshalb meist zufrieden und ausgeglichen. Damit haben Sie ein wertvolles Element – oder besser: Kompetenzbündel – der charismatischen Persönlichkeit.

## Menschen begeistern – das können Sie auch

**Fazit:** Die Geheimnisse erfolgreicher Menschen, erfolgreicher Persönlichkeitsmarken und ihres kompetenzorientierten Persönlichkeitsmarketings beruhen auf ihren Werten und ihrem Willen, ihre Persönlichkeit positiv weiterzuentwickeln, auf ihrem Wissen, auf ihrer klaren, bestimmten und wahren Kommunikation zu ihren Expertenthemen in ihren klug aufgebauten Netzwerken und auf ihrer unterstützenden, fast absichtslosen Freigebigkeit. So erreichen sie das Herz und Hirn anderer Menschen, ob diese nun Mitarbeiter, Kollegen, Kunden, Vorgesetzte oder Multiplikatoren sind. So werden sie als echte Persönlichkeitsmarke zum Begeisterer. Und das können Sie auch! ■

*Dr. Christiane Gierke ist Unternehmerin, Autorin und Expertin für Persönlichkeitsmarketing sowie werte-volles Marketing für Mittelständler ([www.text-ur.de](http://www.text-ur.de)).*

### Zum Weiterlesen

*Der (deutlich längere) Originalbeitrag von Dr. Christiane Gierke mit einer Erläuterung aller „sieben Geheimnisse erfolgreicher Persönlichkeiten“ erschien in diesem Buch von Andreas Buhr:*

ANDREAS BUHR (Hrsg.)

### TRAINING IST DER ERFOLG VON MORGEN



So bringen Sie Ihr Unternehmen voran

go! LiveVerlag

*Andreas Buhr (Hrsg.): Training ist der Erfolg von morgen. So bringen Sie Ihr Unternehmen voran. go! LiveVerlag Düsseldorf, 2016, Hardcover, 167 Seiten, 29,99 Euro. ISBN 978-3-9818220-0-7*