

In 30 Minuten
wissen Sie
mehr!

30 MINUTEN

Silke Hermann
Frauke Ion

Typisch ich, typisch du

Typengerecht kommunizieren mit Insights Discovery®

GABAL

**Silke Hermann
Frauke Ion**

30 Minuten

Typisch ich, typisch du

**Typengerecht kommunizieren
leicht gemacht**

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

Umschlaggestaltung: die imprimatur, Hainburg
Umschlagkonzept: Martin Zech Design, Bremen
Lektorat: Eva Gößwein, Berlin
Grafiken: The Insights Group Ltd; Abbildung in Kap. 1.3:
Institut für Persönlichkeit, Köln
Fotos: Foto Hermann: Aragon H. Schraga / FILM | FORM;
Foto Ion: Nils Fasel; Foto in Kap. 3.4: Jonas Happel
Satz: Zerosoft, Timisoara (Rumänien)

© 2018 GABAL Verlag GmbH, Offenbach

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit
schriftlicher Genehmigung des Verlags.

Hinweis:

Das Buch ist sorgfältig erarbeitet worden. Dennoch erfolgen alle
Angaben ohne Gewähr. Weder die Autorinnen noch der Verlag
können für eventuelle Nachteile oder Schäden, die aus den im
Buch gemachten Hinweisen resultieren, eine Haftung übernehmen.

ISBN 978-3-95623-804-8

In 30 Minuten wissen Sie mehr!

Dieses Buch ist so konzipiert, dass Sie in kurzer Zeit prägnante und fundierte Informationen aufnehmen können. Mithilfe eines Leitsystems werden Sie durch das Buch geführt. Es erlaubt Ihnen, innerhalb Ihres persönlichen Zeitkontingents (von 10 bis 30 Minuten) das Wesentliche zu erfassen.

Kurze Lesezeit

In 30 Minuten können Sie das ganze Buch lesen. Wenn Sie weniger Zeit haben, lesen Sie gezielt nur die Stellen, die für Sie wichtige Informationen beinhalten.

- *Alle wichtigen Informationen sind blau gedruckt.*
- Schlüsselfragen mit Seitenverweisen zu Beginn eines jeden Kapitels erlauben eine schnelle Orientierung: Sie blättern direkt auf die Seite, die Ihre Wissenslücke schließt.
- *Zahlreiche Zusammenfassungen innerhalb der Kapitel erlauben das schnelle Querlesen.*
- Ein Fast Reader am Ende des Buches fasst alle wichtigen Aspekte zusammen.
- Ein Register erleichtert das Nachschlagen.



Inhalt

Vorwort	6
1. Typologie – eine Einordnung	9
Wurzeln und Entwicklung	10
Carl Gustav Jung – Wegbereiter und Visionär	11
Persönlichkeitsmodelle	15
2. Die vier Farbenergien	21
Farben sagen mehr als Worte	22
Die Bedeutung der vier Farbenergien	24
Die Farbenergien unter Stress	27
3. Verhaltenspräferenzen verstehen	35
Präferenz und Kompetenz	36
Die Einstellung	37
Die Urteilsfunktion	41
Die Wahrnehmungsfunktion	47
4. Wahrnehmung schärfen – praktische Hinweise	53
Selbstreflexion	54
Verhaltenspräferenzen erkennen	57
Kritische Reflexion	64
5. Individueller und unternehmerischer Nutzen	69
Persönlichkeiten verstehen, Konflikte lösen	70
Beispiele aus der Praxis	72

Fast Reader	84
Die Autorinnen	92
Weiterführende Literatur	94
Register	95

Vorwort

„Das ist ja mal wieder typisch für dich!“ Diesen Satz haben wir alle schon gehört bzw. anderen gegenüber geäußert. Aber was ist „typisch“? Und was meinen wir genau, wenn wir auf diese Weise versuchen, unserem Gegenüber zu spiegeln, dass wir ein bestimmtes Verhaltensmuster wahrnehmen, das uns Schwierigkeiten bereitet?

Sich selbst und andere wirklich zu verstehen – hinter diesem Wunsch steht das zutiefst menschliche Bedürfnis, stabile Beziehungen gestalten zu können. Wir alle kennen Gefühle von Ratlosigkeit bis Verzweiflung, wenn wir reden, ohne verstanden zu werden, oder es uns wiederholt nicht gelingt, das Verhalten eines anderen Menschen nachzuvollziehen. Gleichzeitig wünschen wir uns, dass unsere „typischen“ Eigenheiten Akzeptanz erfahren oder großzügig über sie hinweggesehen wird.

Auch in Unternehmen sind die Ausprägungen gestörter Kommunikation vielfältig. Sie reichen von subtilen Verstimmungen bis zu handfesten Konflikten, die häufig gravierenden wirtschaftlichen Schaden anrichten. Während Zuschreibungen schnell gemacht sind, scheint es herausfordernd, ohne „Schubladisierung“ zu hinterfragen, warum man die Zusammenarbeit mit einem Teammitglied als mühelos und angenehm, mit einem anderen schlichtweg als anstrengend erlebt. In Zeiten virtueller Zusammenarbeit und sich schnell verändernder Teamkonstellationen ist es besonders wichtig, sich situationsgerecht auf unterschiedlichste „Typen“

einstellen zu können, ohne sich in der eigenen Persönlichkeit zu verbiegen.

Das vorliegende Buch möchte Ihnen einführendes Wissen über das Diagnoseinstrument Insights Discovery® vermitteln, das mithilfe eines Vier-Farbenergie-Modells individuelle Verhaltenspräferenzen abbildet. Insights Discovery® basiert auf der Typologielehre C. G. Jungs und ist in vielen Anwendungsbereichen vom Einzelcoaching über Teamentwicklung bis zu organisationalen Veränderungsprozessen hochwirksam einsetzbar. Sie lernen, wie Sie typengerechter kommunizieren und die Zusammenarbeit erfolgreicher gestalten. Die Annahme, einen anderen Menschen ändern zu können, ist eine Illusion, die wir ablegen müssen, wenn wir aufrichtiges Interesse an gelingender Kommunikation haben. Wir laden Sie daher ein, Ihre eigenen Präferenzen und deren Auswirkungen auf Ihr Arbeitsumfeld zu reflektieren. Tipps und Beispiele aus dem Unternehmensalltag helfen Ihnen dabei, das neu gewonnene Wissen sofort umzusetzen.

Eine Warnung vorweg: Es ist wahrscheinlich, dass Sie bislang „schwierige“ Menschen nach der Lektüre in einem völlig neuen Licht sehen. Erschrecken Sie also nicht, wenn Gespräche plötzlich unkomplizierter und zielführender ablaufen. Und nein – Ihr Gegenüber ist nicht über Nacht ein anderer Mensch geworden.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß bei der Lektüre!
Silke Hermann und Frauke Ion



30 MINUTEN

Was ist Typologie?

Seite 10

**Wie beeinflussten Carl Gustav
Jungs Erkenntnisse die heutige
Typologie-Lehre?**

Seite 11

**Welchen Nutzen haben
Persönlichkeitsanalysen für
Unternehmen?**

Seite 15

1. Typologie – eine Einordnung

Die Typologie oder auch Typenlehre hat das Ziel, Menschen nach ihren Persönlichkeitseigenschaften in **verschiedene Verhaltenstypen** zu kategorisieren. Demnach ist Verhalten „typisch“. Wenn Sie bei diesem Satz mit dem Kopf schütteln und sagen, dass Menschen sich nicht in Schemata pressen lassen, dann haben Sie recht. Die Typologie will sie auch nicht in Schubladen stecken, sondern **Verhaltenstendenzen** aufzeigen, in denen sich Menschen mehr oder auch weniger stark wiederfinden können.

Das Interesse an der Typologie ist nicht neu. Schon vor über 2500 Jahren beschäftigten sich Philosophen, Naturforscher und Mediziner mit der Frage: „Wieso verhalten sich Menschen unterschiedlich?“ Um die Entstehung der Typologie besser zu verstehen, lassen Sie uns einen kurzen Ausflug in die Historie der Typenlehre unternehmen.