

MARTINA SCHMIDT-TANGER

Charisma-Coaching



Von der Ausstrahlungskraft
zur Anziehungskraft

Präsenz für Wesentliches

Martina Schmidt-Tanger

Charisma-Coaching

Von der Ausstrahlungskraft zur Anziehungskraft

Martina Schmidt-Tanger

Charisma-Coaching

Von der Ausstrahlungskraft zur Anziehungskraft

Präsenz für Wesentliches



**Junfermann Verlag • Paderborn
2010**

© Junfermannsche Verlagsbuchhandlung, Paderborn 2009
2. Auflage 2010

Zur Printausgabe gehört eine Praxis-CD

Covergestaltung/Reihenentwurf: Christian Tschepp
Coverfoto: © chris74 - Fotolia.com
Illustrationen: Christian Martial

Erscheinungsdatum dieser eBook-Ausgabe: 2011

Alle Rechte vorbehalten.

Satz und Digitalisierung: JUNFERMANN Druck & Service, Paderborn

ISBN der Printausgabe: 978-3-87387-732-0
ISBN dieses eBooks: 978-3-87387-803-7

Danke

Ich möchte mich bedanken bei Friderike Böcker, Claudia Maurer, Uwe Manasse und Thomas Böcker für das Lesen des Manuskripts. Ein besonderer Dank geht an Dr. Ludger Brüning für seine wertvollen Hinweise und an Michael, Luisa und Lucky für das Geschenk von Zeit und Ruhe fürs Schreiben.

Vorwort

Ich möchte Sie einladen, Ihre Wirkung zu steigern, zu entfalten, zu vervielfältigen, mehr Freude im Leben zu haben und mehr Sinn zu spüren. Das Gefühl von Selbstwirksamkeit zu genießen und zu spüren, wie es ist, wenn etwas passiert, von dem ich die Energiequelle bin, ich der Inspirationspunkt bin. Nichts ist lebensbejahender und aufbauender als zu merken, die Kraft, der Impuls, die Idee geht von mir aus, andere sind fasziniert und folgen mir gern. Wenn Sie nach einer neuen, effektiveren Ausrichtung Ihrer vorhandenen Energien schauen, werden Sie hier fündig. Wenn Sie Lust und Mut haben, Pläne zu verwirklichen, den Mund aufzumachen und dadurch zufriedener zu werden, sind Sie richtig. Oder sehnen Sie sich nach Gelassenheit und innerer Zufriedenheit? Räumen Sie gerade Ihr Leben und Ihren Energiehaushalt auf? Auch das hat Begeisterung über erlebte Selbstwirksamkeit zur Folge und macht Sie charismatischer.

Einmal ehrlich: In welchem Maße haben Sie sich bisher um sich und Ihre Außenwirkung gekümmert? Wie viel Zeit und Geld stecken Sie in persönliches Wachstum, wie viel Energie wenden Sie für sich auf? Charisma ist lernbar, hat aber nichts mit mechanischer Attitüde zu tun. Ich habe die neuesten Erkenntnisse zusammengetragen, die Psychologie und Hirnforschung zu bieten haben, um Sie bestmöglich bei Ihrer persönlichen Entfaltung zu unterstützen. Der essentielle Punkt bei faszinierender charismatischer Ausstrahlung ist persönliche Reife. Die ist nicht an ein

Lebensalter gebunden. Je besser Sie sich kennen und Ihr Potenzial entfalten, umso intensiver werden Sie das Vergnügen spüren, am Leben zu sein, es bewusst zu gestalten und andere durch Ihre Anziehungskraft zu begeistern. Indem Sie dieses Buch lesen, erfahren Sie entscheidende Impulse und hilfreiches Wissen, wie Sie Ihr Charisma effektiv entfalten, um es dann auch „wirk“lich wirkungsvoll einzusetzen, sodass Sie sich über Ihre Wirkkraft freuen und Ihren Einfluss genießen können.

Dieses Buch ist ein wichtiger Schritt, der Ihnen hilft, die richtige Richtung einzuschlagen und durch äußerst wirkungsvolle Hinweise und Methoden Ihre Ausstrahlungs- und Anziehungskraft zu erhöhen. Sollten Sie weitere spezielle Unterstützung wollen, finden Sie diese in meinen Seminaren oder in persönlichen Coachings. Damit Ihre Strahlkraft zur Anziehungskraft wird, muss sie wie ein Muskel trainiert werden.

Ich wünsche Ihnen, dass Sie zu denen gehören, die den Mut haben, ihre Kraft und Faszinationskraft in diesem Leben zu nutzen, Ziele zu erreichen und Spuren zu hinterlassen.

Ihre Martina Schmidt-Tanger

1. Charisma heute - Mut und Ehrlichkeit

In diesem Buch geht es um Wirkung, Begeisterung, Ehrlichkeit und Überzeugungskraft. Möchten Sie mehr davon? Für sich selbst, für andere, für Ihre Arbeit? Sie haben gute Ideen, Erfahrungen, eine Meinung, die wertvoll für andere ist, und es wäre gut, das in die Welt zu tragen? Aber Sie zögern, warten, sagen nichts, unternehmen nichts, obwohl Sie gern mehr und öfter Ihren Beitrag leisten würden. Sie wollen gesehen und gehört werden. Aber Ihre Unentschlossenheit, Trägheit und Wirkungslosigkeit sabotieren Ihre besten Pläne oder verschieben sie auf den Sankt Nimmerleinstag. Ach hätte ich doch ...!

Täglich passieren Dinge, die andere entschieden haben, obwohl Sie dem Leben doch Ihren eigenen Stempel aufdrücken wollten und dies auch könnten. Taten, die andere umsetzen, obwohl es durch Sie genauso gut oder sogar besser gewesen wäre. Das kann sich ändern.

Vielleicht spüren Sie bereits Charisma, persönliche Wirkkraft in sich? Vielleicht lehren Sie, trainieren, coachen oder führen Sie andere? Überlegen Sie einmal, wen Sie täglich alles führen, wen Sie alles beeinflussen wollen oder auch müssen. Ihren Lebenspartner, Ihre Kinder, Ihre Kollegen, Ihre Kunden, Ihre Mitarbeiter, Ihren Chef, Ihren Hund, sich selbst. Wen führen Sie gut? Wo könnten Sie Ihre persönliche Wirksamkeit noch steigern? Denn wenn Sie schon in Kontexten wirken, in denen Charisma, also

persönliche Wirkkraft gebraucht wird, sollten Sie es auch einsetzen. Um noch besser zu werden, müssen Sie nicht unbedingt noch mehr über Ihr (Fach-)Gebiet wissen, hilfreicher wäre es, Ihre Wirkung zu steigern, Ihr persönliches Charisma zu nutzen, Ihre Überzeugungskraft zu kultivieren.

„In Amerika werden schon Dreijährige im Kindergarten angehalten, ihr Lieblingsspielzeug mitzubringen und den anderen Kindern ihre Begeisterung dafür zu erklären, »Redenhalten« als Highschool-Fach ist selbstverständlich, und Barack Obama beeindruckte die Deutschen mit einer neuen Lässigkeit, von der deutsche Politiker nur träumen können.“ Dies konstatierte der „Spiegel“ (Nr. 31, 28.7.2008) und verwies dabei zugleich auf die für Deutschland typischen politischen Tretmühlenstrukturen der Oberbezirke, Zwischenbezirke, Unterbezirke und Ortsvereine, in denen man sich bei Sommerfesten mit Limo-Ausschenken und Würstchen-Wenden als Politiker hochdienen muss.

Würstchen-Wenden geht jedoch auch ohne Charisma. Strukturen, die die Demokratie einst schützen sollten und die Deutschen vor den Verführungskünsten Einzelner bewahren sollten, leisten nun dem Mittelmaß Vorschub und verhindern notwendiges Engagement. Es gab gute Gründe, lange Zeit mit dem Thema Charisma vorsichtig umzugehen, aber die oftmals anzutreffende Gehemmtheit und Langeweile jener Menschen, die eigentlich andere begeistern sollen (Politiker, Führungskräfte, Lehrer), öffnen

medialen Kunstprodukten ohne wirkliche Substanz Tür und Tor. Casting-Shows, die Superstars, Dschungelkönige und Topmodels hervorbringen sollen, sind manchmal an Peinlichkeit nicht zu überbieten. Aber auch aufgeblasene Motivationsgurus, selbstverliebte Rhetorikkünstler, Vertriebspäpste und Marketinggötter sollen bei Großveranstaltungen in Unternehmen das einbringen, was die eigenen Führungskräfte scheinbar nicht leisten können: andere begeistern. Dem entsprechend werden auch Charisma-Trainings allenfalls zurückhaltend unterstützt. Der Grund: Mitarbeiter sollen nicht zu viel Charisma bekommen, und der Chef hat es, nach Selbsteinschätzung, sowieso. Die Oberflächlichkeit, mit der jedoch bei Großveranstaltungen oftmals aus „normalen Mitarbeitern“ „hochmotivierte Mitstreiter“ gemacht werden sollen, zeigt die unreflektierte Umsetzung des großen Bedürfnisses nach Charisma und Wirkkraft. Blender und einfachst gestrickte Botschaften finden als Fastfood-Empowerment leider häufig genug Anklang.

1.1 Der Klügere schweigt?

Die Scheu vor Demagogie und Verführung hält Menschen, die wirklich etwas zu sagen haben, oft genug davon zurück, mit Schwung, Emotionalität und Begeisterung ihre Ideen zu vertreten. In Deutschland hat immer noch derjenige die größere Reputation, gilt immer noch der als seriös und glaubhaft, der sachlich-trocken und emotionslos sein Wissen vorträgt. So erlebt man auch in der

Kommunikationspsychologie, eines der wichtigsten Themen unserer Zeit, oftmals ermüdende, akademische Belehrungen auf der einen Seite und flachstes Infotainment auf der anderen. Kluge Menschen, die etwas zu sagen haben und mit Ehrlichkeit und Erfahrung ein Thema voranbringen könnten (sogenanntes Content Speaking), scheuen oft genug die mediale Präsenz, um sich ihren Ruf nicht zu ruinieren.

Aber es ist Zeit für einen Wechsel. Menschen muss der Mut gegeben werden, das, was sie beizutragen haben an Wissen, Erfahrung und Fähigkeiten, anderen in einer Art nahezubringen, die Begeisterung auslöst und nicht belehrend ist. Das Feld darf nicht den seichten Botschaften in Werbung und Fernsehen überlassen werden. Wie viel Fach- und Erfahrungswissen ginge sonst verloren? Der Ermutigung, sie selbst zu sein und ihr Wissen zu teilen, bedürfen deshalb alle Experten, sei es der ambitionierte Jugendsporttrainer, die engagierte Mutter im Elternbeirat (übrigens ein treffendes Beispiel für ermüdende „Zurückhaltungsdemokratie“), die quer denkende Führungskraft, der warmherzige Lehrer, die intelligente Ärztin oder der unkonventionelle Coach.

Strukturen in Bildung, Führung und Öffentlichkeit brauchen mutige, ehrliche und authentische Menschen, die ihre Qualitäten angstfrei einbringen und nicht aus falsch verstandener Seriosität eine abwartende Zurückhaltung pflegen und das Feld den narzisstischen Schwätzern überlassen, die keine Gnade kennen bei der Verbreitung

von mentalem Flachsinn. Zunehmend mehr Menschen müssen die innere Erlaubnis und das nötige Know-how bekommen, ihren Einfluss geltend zu machen. Sie müssen wissen, wie das sinnvoll geht, damit unsere Demokratie der neue Boden ist für Leidenschaft und Gelassenheit, um mit großen und kleinen Ideen Verbesserungen zu ermöglichen. Nach 60 Jahren Schutz der Demokratie vor übertriebenem Pathos sollte die biedere Angestrengtheit und Lustlosigkeit des Mittelmaßes endlich dem ehrlich eingesetzten, persönlichen Charisma weichen. Wenn möglich auf jeder Ebene und in jedem Bereich.

1.2 Angst vor Charisma

Aber wie geht das, was genau muss man können, um seine eigene Wirkkraft zu entfalten? Neben dem angeborenen Geschenk, der „Gnadengabe“, hat Charisma, Gott sei Dank, viele erlernbare Anteile. Wenn Sie wissen, wie nonverbale zwischenmenschliche Kommunikation funktioniert oder wie unterschiedlich Ihre Sprache auf Menschen wirkt, fällt es Ihnen leichter, Ihre persönlichen Stärken und Ihre Lebenserfahrung einzubringen. Sie fühlen sich sicher, einfach besser und gefestigter im Leben und leisten einen wichtigen Beitrag.

Dennoch haben Menschen häufig eine nicht reflektierte, aber doch vorhandene Scheu vor ihrer eigenen Wirkung. Diese Ängste und Befürchtungen führen zu unbewussten Blockaden und Widerständen. Häufig genug werden sie als sachliche Argumente kommuniziert (*„... das ist sowieso zu*

spät.“ „Meine Meinung ist hier nicht gefragt.“ „Ich wollte mich nicht aufdrängen.“ „Da wissen andere besser Bescheid.“ „Wenn das wichtig ist, wird es schon einer sagen - nachher denken die andern, ich wollte mich aufspielen ...“). Oder diese Ängste und Befürchtungen zeigen sich einfach als innere Verweigerung in kleinen Unzulänglichkeiten wie Unpünktlichkeit, „vergessenen“ Unterlagen oder falscher Kleidung. Und manchmal auch in Sabotage, wie nicht abgeschickte Bewerbungen, verpasste Termine oder nicht gelesene Mails. Selbst bei Kindern sind die Anfänge dieser Scheu - Selbstbeschränkung und Zurückhaltung - schon anzutreffen. Meine Tochter sagte zu Beginn der 6. Klasse zu mir: „Mama, ich würde gern Klassensprecherin werden, aber dann sind die anderen vielleicht böse. Aber wenn gewählt wird, kann ich ja jemand anderen wählen und nicht mich.“

Das gewohnte und vertraute Wirken im Schatten wird oft dem unbekannten Risiko, der Einflussnahme und Civilcourage vorgezogen, obwohl es den Wunsch danach gibt. Ich habe meiner Tochter dann gesagt: „Warum wählst du dich nicht selbst? Wenn du nicht zu dir stehst, wie sollen es die anderen tun?“

Neugier, Mut und Toleranz für Misserfolge oder Ablehnung durch andere führen auch beim Erlernen von Charisma zu einem notwendigen Such- und Experimentierverhalten. Geben Sie nicht so schnell auf. Auch Sie können sich wichtige Energiequellen wie innere Unabhängigkeit und

Fehlertoleranz (wieder) aneignen, um bei sich und anderen Wirkung in Gang zu setzen.

1.3 „Sei wie das Veilchen im Moose ...“

Erinnern Sie sich? Hatten Sie auch ein Poesiealbum oder standen Sinsprüche auf Ihren Kommunions- oder Konfirmationskarten? Oder hörten Sie die Sätze vielleicht sogar live? „*Sei wie das Veilchen im Moose, sittsam, bescheiden und rein, und nicht wie die stolze Rose, die stets bewundert will sein.*“ „*Wer morgens pfeift, den holt abends die Katz.*“ „*Wenn es dem Esel zu wohl wird, geht er aufs Eis.*“ „*Man fang das Lied zu hoch nicht an, das man es zu Ende singen kann.*“ „*Dummheit und Stolz wachsen auf demselben Holz.*“ Das sind Sinsprüche, die immer wieder betonen, dass es nicht gut ist, im Mittelpunkt zu stehen, und dass es nicht ungefährlich ist, große Pläne zu haben oder gut gelaunt an Dinge heranzugehen, und schon gar nicht sich stolz und wohlzufühlen, denn das kann einen leicht zu Dummheit und Unvorsichtigkeit verführen. Alles in allem sei es besser, nichts Besonderes zu sein. Bescheidenheit, Zurückhaltung, Unauffälligkeit sind demnach erstrebenswerte Eigenschaften.

Aber dennoch gibt es andere Menschen, die diesem vorgegebenen Maß an Selbstbeschränkung nicht zu unterliegen scheinen. So verschieden sie auch sind, sie sind irgendwie dort, wo „vorne“ ist, und sie leisten oder sind etwas Besonderes. Und dann spricht irgendjemand von Charisma. „*Der/Die hat aber Charisma*“, hört man dann

bewundernd oder erklärend. Wenn man diesen Satz hört, denkt man sofort an strahlende Persönlichkeiten mit einem besonderen, angeborenen Talent und einer unerklärlichen, schillernden Aura. Menschen, denen ihre Wirkung und ihre Taten einfach so zufallen.

Aber wer hat denn Charisma? Der Dalai Lama, Franz Beckenbauer, Angela Merkel, Nelson Mandela, Alice Schwarzer, Victoria Beckham, der Papst, Mozart, Dieter Bohlen oder Paris Hilton, Heidi Klum oder Barack Obama, Steffi Graf oder Steven Jobs? Von einigen, die ich gefragt habe, hörte ich natürlich auch Charlie Brown oder Hitler, die eigene Großmutter oder der Mathematiklehrer.

Fragen, die jeder sich schon einmal gestellt hat, der sich damit beschäftigt, was persönliche Wirkung ausmacht oder wie sie sich steigern lässt, sind:

- *Was sind die Kriterien für Charisma, und inwieweit ist es eine angeborene Eigenschaft?*
- *Oder, wenn es nicht angeboren ist, welche Anteile des charismatischen Verhaltens sind von jedem Normalsterblichen erlernbar und wie?*
- *Wofür könnte Charisma sinnvoll sein?*
- *Ist Charisma überhaupt erstrebenswert?*
- *Wie verfügbar ist das besondere Gut „Charisma“ und für wen?*

1.4 Der Wunsch, etwas Besonderes sein zu wollen

Schon immer wollten Menschen wirken oder etwas bewirken. Und wenn es aus sich selbst heraus nicht gelingt, gelingt es ja vielleicht mit Hilfsmitteln.

Wussten Sie's?

Zahlreiche Produkte schmücken sich mit dieser klingenden Vokabel. Da gibt es das Bett mit dem Namen Charisma, die Saunaanlage, die Waschtischarmaturen, den Füllfederhalter und das Highboard fürs Wohnzimmer. Es muss also wohl doch nicht alles von innen kommen, man kann auch mehr oder weniger kostengünstig nachhelfen ... Erstaunlicherweise gibt es so gut wie keine wirklichen Luxusgüter, die sich mit diesem Begriff verkaufen sollen. Scheinbar wird der Käuferschicht, die sich Luxusdinge leisten könnte, unterstellt, sie hätte schon Charisma. Allerdings fanden sich auf einer Schönheitswebseite ein Mittel zum Unterspritzen von Falten und eine Kollagencreme mit der Produktbezeichnung „Charisma“.

Bei all dem zeigt sich der Wunsch, etwas Besonderes sein zu wollen, in irgendeiner Form wichtig und wahrgenommen zu werden und im Mittelpunkt zu stehen. Der Wunsch, sich aus der alltäglichen Bedeutungslosigkeit auf den roten Teppich des Lebens zu begeben, ist sicher nichts Schlechtes. Die liebevollen Fotos der Herrschaften, die sich nach einem Konzert mit ihren Lieblingssängern ablichten lassen und diese Bildchen dann stolz herumzeigen, sprechen Bände. Gesehen werden, gehört werden und wichtig sein wollen sind urmenschliche Bedürfnisse.

Charisma scheint allerdings aller Produkte zum Trotz nicht käuflich erworben werden zu können.

1.5 Definition von Charisma

Charisma ist deutlich mehr als oberflächliche Wirkung, auch wenn die Werbung und die bunten Blätter uns pausenlos damit versorgen. Denn es sollte immer unterschieden werden, ob ich etwas *bewirken* oder nur *wirken* will.

Wussten Sie's?

Charisma ist vom Wortursprung schon sehr alt und ein ursprünglich theologisches, frühchristliches Konzept. Dies basiert vor allem auf den Bibelkapiteln 1. Korinther 12 und 14 sowie Römer 12. Laut Neuem Testament handelt es sich bei Charisma um eine vom Heiligen Geist bereitgestellte „Gnadengabe“ für den von Gott gesegneten Menschen. Sie ermöglicht dem Träger ein authentisches und wirkungsvolles Auftreten. Wir sprechen von hoher Überzeugungskraft, aber auch von freiwilliger Selbstzurücknahme, Konflikt- und Leidensfähigkeit. Die „Wirkung“ des heiligen Geistes wird sichtbar in überzeugender, authentischer freier Rede, der Fähigkeit, wertschätzend und einigend mit Konflikten umgehen und Menschen in positiver Weise „heilend und integrierend“ beeinflussen zu können.

Das ist eine ganze Menge. Zumal der Theologieprofessor Kurt Erlemann von der Universität Wuppertal dazu

anmerkt, dass die Apostel und frühchristlichen Missionare den Ruf hatten, ungebildet zu sein, und daher als Vermittler einer Botschaft mit Wahrheitsanspruch nicht akzeptiert wurden: „*Höhere Bildung bestand in der Antike unter anderem aus einer fundierten philosophischen und rhetorischen Ausbildung ... Eine solche Bildung konnten die Jünger, die sich großenteils aus der galiläischen Unterschicht rekrutierten, nicht vorweisen, gleichwohl brachten sie den Mut auf, öffentlich zu verkündigen, ... ohne Scheu vor der Auseinandersetzung mit der intellektuellen Schicht ihrer Zeit, ‚in Freimut‘ (griech. *parrhesia*), wie es heißt.*“ Die Missionare und Apostel waren von Gott beschenkte Charismatiker.

In der Bibel geht es nicht um Glamour, um Zuckerwattewirkung, nicht um narzisstische Selbstdarstellung, nicht um Eitelkeit gepaart mit überzogenem Medieninteresse, sondern um authentische, mutige und sinntiefe Überzeugungskraft.

2. Der Retter auf dem weißen Pferd

Charisma ist vor allem auch ein soziales Phänomen und entsteht durch Interaktion. Daher ist es wichtig, sich die Frage zu stellen, welche Effekte sich Menschen durch Charisma erhoffen und welche unerwünschten Nebenwirkungen durch eine das individuelle Charisma fördernde Kultur möglicherweise ausgelöst werden. Welche Risiken gehen mit diesem Thema einher, wenn vielleicht unreflektierte Begeisterung, Not oder falsche Hoffnungen der Nährboden für Hingabe an scheinbare Charismatiker sind? Nicht nur in der Politik, sondern auch in der Wirtschaft ist der Schutz vor selbstverliebtem Pathos und aktionistischer, egoistischer Entscheidungswut notwendig und sinnvoll (wie die Finanzkrise hinlänglich gezeigt hat).

2.1 Charisma als Zuschreibung

Charisma wird als soziales Phänomen einem Menschen durch andere Menschen in bestimmten Situationen, unter bestimmten Bedingungen zugeschrieben und ist daher nicht nur im biblischen Sinn eine Gnadengabe des Heiligen Geistes, sondern ein Interaktionsphänomen, das unter bestimmten Bedingungen verstärkt auftritt. Eine wichtige Rolle spielen dabei die menschlichen Urbedürfnisse nach Sicherheit, Bindung und Selbstwerterhalt bzw. Selbstwerterhöhung (ich nenne es der Kürze halber den „SBS-Faktor“). Diese neurobiologisch nachweisbaren

Grundstrukturen beeinflussen das menschliche Verhalten dann besonders stark, wenn vielfältige individuelle und gesellschaftliche Veränderungsprozesse zu verarbeiten sind.

Der Wunsch nach machtvollen, mitreißenden Personen wird immer dann besonders deutlich, wenn der SBS-Faktor in bestimmten wirtschaftlichen und sozialen Strukturen nicht oder nicht mehr befriedigt wird. Dann möchten Menschen andere Menschen mit Einfluss um sich herum haben, die ein Garant dafür sein könnten, dass die Bedürfnisse doch noch befriedigt werden. Bei eigener empfundener Machtlosigkeit ist der Ruf nach der starken Hand, dem eisernen Besen, dem großen Helden, der schützenden und helfenden Mutter schnell da - einschließlich der daraus resultierenden Gefahren.

Wussten Sie's?

Besonders hoch ist der Ruf nach einem charismatischen Führer, wenn man sich mit der eigenen Sterblichkeit beschäftigt. Das ergab eine Studie amerikanischer Wissenschaftler unter Jeff Greenberg von der Universität von Arizona in Tucson (12/2008). 190 Studenten sollten sich mit ihrem Tod auseinandersetzen und mussten anschließend einen angeblichen Politiker auswählen. Die Probanden konnten zwischen einem charismatisch visionären Kandidaten, einem aufgabenorientierten Kandidaten oder einem, der Zusammenarbeit und Verantwortungsbewusstsein forderte, entscheiden. Die Studenten gaben dem charismatischen Visionär achtmal so

viele Stimmen wie ihre Kommilitonen, die sich zuvor keine Gedanken über das Sterben gemacht hatten. Die Wahl ging vor allem zu Lasten des Kandidaten, der für Zusammenarbeit plädierte. Das Wissen um die eigene Sterblichkeit erhöht bei vielen das Bedürfnis nach Sicherheit und einer Führungskraft, die ihr Selbstwertgefühl wieder aufbaut. Mit ihren Tests bestätigten die Forscher ihre Vermutung, dass vor allem ein charismatischer und visionärer Kandidat von Ängsten der Wähler profitiert. Wenn ich das verstanden habe, werden viele zwischenmenschlich-kommunikativen Prozesse durchschaubar und erklärbar.

2.1.1 Menschliche Grundbedürfnisse: Sicherheit, Bindung und Selbstwert

Was sind nun diese Bedürfnisse genau, die seit Tausenden von Jahren sogar als Hirnstrukturen bei uns angelegt sind? An erster und oft wichtigster Stelle stehen Sicherheit und Kontrolle. Uns geht es einfach besser, wenn wir wissen, dass uns das Dach nicht auf den Kopf fällt, wir nicht angegriffen werden und wir etwas zu essen haben. Oder kurz gesagt: Wenn unser physisches Überleben sichergestellt ist, können wir entspannen. Daher sorgen wir für unsere Sicherheit und lieben die Kontrolle über Situationen. Wenn wir genau wissen, was passiert bzw. uns nicht passiert, glauben wir, alles im Griff zu haben. Die sichere Höhle, der volle Bauch, die Rente, der Bausparvertrag, die Krankenversicherung, der sichere

Beamtenjob, das zeitlich terminierte Baby, der Eckplatz im Restaurant, das sind alles Manifestationen unseres Sicherheitsbedürfnisses. Sicherheit in großen lebensentscheidenden Dingen ist natürlich letztlich eine Illusion, daher kann das Kontrollieren alltäglicher (menschlicher) Interaktionen wenigstens eine kleine Erfahrung von Sicherheit bieten (die freilich manchmal etwas aus dem Ruder läuft, wenn jemand zigmals kontrollieren muss, ob die Herdplatten aus oder die Autotür abgeschlossen ist).

Das zweite Bedürfnis ist Bindung. Wir wollen nicht allein sein, wir wollen zu anderen gehören, Mitglied einer Gruppe sein. Nicht unbedingt nur aus Fortpflanzungsgründen, sondern auch aus dem einfachen Grund, dass, wenn wir zu zweit sind und der hungrige Tiger kommt, sich die Chance halbiert, gefressen zu werden. Sind wir zu dritt, muss ich nicht schneller rennen als der Tiger, sondern nur schneller als die beiden anderen. Auch sichert die Bindung an eine Familie/Gruppe natürlich mein Überleben in vielfältigster Form, gerade in „schwachen“ Phasen, wie bei Schwangerschaft, in der Kindheit, bei Krankheit, bei Verletzung oder im Alter.

Wussten Sie's?

Auf Island waren früher keine Gefängnisse notwendig. Wer der Gemeinschaft geschadet hatte, wurde einfach ausgeschlossen und in der Mitte der Insel, in der Steinwüste allein ausgesetzt, was meist den sicheren Tod bedeutete. Ohne Bindung gibt es weniger Sicherheit.