

Karin Badar
Eva-Maria Siuda

Erfolgsfaktor Persönlichkeit

Leitfaden für PolitikerInnen



Gestaltung: Annette Baufeldt

0	Vorwort	3
1.	Erfolgsfaktor Persönlichkeit	5
1.1	Positive Grundeinstellung / (Selbst-)Liebe	5
1.2	Persönliche Werte, Ziele und Motivation	7
1.3	Gefühle zeigen mit Respekt	8
1.4	Beziehungen gestalten	9
1.5	Wissen mit Weisheit einsetzen	10
1.6	Eigene Stärken ausbauen und nutzen	10
1.7	Menschenkenntnis	11
2.	Ausdrucksinstrumente	19
2.1	Körpersprache	20
2.2	Stimme	22
2.3	Sprache	23
2.4	Aussehen / Outfit / Erscheinung	24
2.5	Umgangsformen	26
3.	Inszenierung des Auftritts	28
3.1	Kommunikation und Image	28
3.2	Medien	29
3.3	Öffentlichkeitsarbeit	31
3.4	Verhalten	32
3.5	Ausstattung / Equipment	33
3.6	Raumgestaltung und Atmosphäre	33
3.7	Unterstützer	34
3.8	Mitarbeiter	35
4.	Persönlichkeitsschlüssel – Auflösung	37
5.	Literaturliste	39
6.	Autorinnen	40
7.	Impressum	43

Liebe Genossinnen und Genossen,

Politik soll Spaß machen !

Menschen, die tun, was ihnen Freude bereitet, sind erfolgreicher als andere. Nur wenn Du Dich und Deine Stärken kennst, selbst begeistert und überzeugt bist, kannst Du Menschen, Mehrheiten und Wahlen gewinnen!

Die Gesellschaft braucht starke und glaubwürdige Politiker !

Innere Stärke, Bewusstheit über die eigene Identität, den „Platz“ im politischen Kontext zu kennen – nicht jeder gute Landesvater ist auch ein guter Parteivorsitzender –, Gestaltungswille und ein positives Verhältnis zur Gestaltungsmacht sind die Voraussetzungen für eine erfolgreiche Arbeit.

Politiker können sich nicht „nicht inszenieren“ !

Alles ist Kommunikation! Körpersprache, Haltung und Stimme, Kleidung, Sprache, Fotos, Videos, das Verhalten in Gesprächen, die (An-)Teilnahme an öffentlichen Veranstaltungen, die Raumgestaltung oder Atmosphäre in Veranstaltungen bringen zum Ausdruck, wer Du bist, was Dir wichtig ist und wie Du Menschen wertschätzt.

Nur Mut !

Politik – ob ehrenamtlich oder hauptberuflich – zu machen, heißt immer, mit Menschen zu kommunizieren, mit Bürgern, Parteimitgliedern oder Menschen in Institutionen.



Es geht darum, hinzuhören, Menschen ernst zu nehmen, ihre Sorgen, Interessen und Unterschiedlichkeit zu verstehen, zu vermitteln, Verbesserungsvorschläge zu entwickeln und umzusetzen.

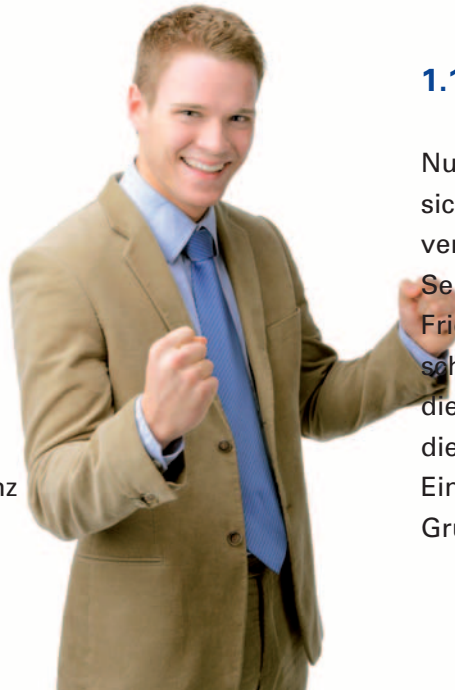
Aus unserer Sicht macht die Persönlichkeit mindestens 50 % des Erfolgs aus. In jedem Menschen steckt Potenzial, das entwickelt und zum Ausdruck gebracht werden will! Dieser Leitfaden soll insbesondere jungen Menschen Mut machen, sich politisch zu engagieren. Er enthält Anregungen und Tipps, die aus unserer Sicht zu einem erfolgreichen Auftritt beitragen.

Recklinghausen, 26.03.2009

Karin Badar

Eva-Maria Siuda

P. S.: Für die liebevolle Gestaltung danken wir ganz herzlich unserer Grafikerin Annette Baufeldt.



1. Erfolgsfaktor Persönlichkeit

Wenn Du Deine Persönlichkeit im gesellschaftlichen und politischen Umfeld erfolgreich einsetzen willst, dann geht es darum, Dich im positivsten Sinne wirkungsvoll und authentisch zu präsentieren. Dazu ist es notwendig, dass Du Dich und Deine Potenziale kennen und nutzen lernst.

Du präsentierst Dich wirkungsvoll, indem Du Deine „Ausdrucksinstrumente“ gezielt und bewusst einsetzt. Aber Vorsicht vor kalter Technik! Authentizität erreichst Du, wenn Du den Mut hast, Deine „Maske“ abzunehmen und Deiner ganzen Person, Deinem Sein, Deinen Gefühlen, Deinem Herzen Ausdruck verleihst.

1.1 Positive Grundeinstellung / (Selbst-)Liebe

Nur wer sich selbst liebt, kann andere lieben. Menschen, die sich selbst nicht lieben, fühlen sich schneller nicht gemocht, vernachlässigt und bringen dies unbewusst zum Ausdruck. Selbstliebe drückt sich u. a. darin aus, dass Du mit Dir im Frieden bist, Deine Grenzen respektierst, an guten und schlechten Tagen liebevoll mit Dir umgehst und Dinge tust, die Dir Freude bereiten. Darin liegt eine große Kraftquelle, die nicht nur Dir nützt, sondern sich auf andere überträgt. Eine positive Grundeinstellung zu Dir selbst ist daher ein Grundbaustein und die Basis für erfolgreiches Handeln.

Als PolitikerInnen habt Ihr eine machtvolle Funktion. Ihr erbringt eine Dienstleistung für die Gesellschaft. Es ist eine verantwortliche Aufgabe, die voraussetzt, dass Du Verantwortung wahrnimmst. Stell Dir folgende Fragen:

Was bedeutet für mich Verantwortung?

Wann und wie nehme ich sie für mich selbst wahr?

Wie gehe ich mit mir selbst um?

Wie viel Verantwortung im Amt möchte ich übernehmen?

(Wirkliche) Selbstsicherheit (ohne Arroganz anderen gegenüber) und heitere Gelassenheit entspringen einer immerwährenden positiven Auseinandersetzung mit den eigenen Werten, Rückbesinnung auf die eigenen Stärken und Akzeptanz der eigenen Schwächen, verbunden mit dem Willen, sich weiterzuentwickeln.

Die Selbstreflektion zu aktivieren und aktiv zu halten, die Wahrnehmungsfähigkeit gegenüber der eigenen Person zu stärken und zu bewahren – mit sich selbst und seinen Emotionen in Kontakt zu bleiben und dann für die eigene Psychohygiene zu sorgen – setzt voraus, erfolgsversprechend mit Frustrationen im politischen Alltagsgeschäft umgehen zu können, um so keinen Bedarf an (ungesunder) Kompensation entstehen zu lassen.

1.2 Sich der persönlichen Werte, Ziele und Motivation bewusst werden

Bist Du ein Vorbild für andere Menschen? Kennst Du Deine Werte? Weißt Du, was Dich politisch antreibt und warum Du so handelst, wie Du handelst? Wo sind die Grenzen Deiner Kompromissbereitschaft?

Der Motivationspsychologe Charles Garfield fand heraus, dass das persönliche Wertesystem die Motivation zu 80 % beeinflusst. Passen Deine Werte nicht zu Deinen Zielen, kannst Du Deine Ziele nie erreichen! Daher setzt erfolgreiches Auftreten bewusstes und gezieltes Handeln auf der Basis Deiner Werte voraus.



Darüber hinaus brauchen die Menschen glaubwürdige, wahrhaftige PolitikerInnen mit Vorbildcharakter. Es darf nicht sein, dass politische Arbeit durch Skandale über Manipulationen, Trickereien und Bereicherungen einzelner in ein „schlechtes Licht“ gerückt und damit zweifelhaft wird.

Daher gilt es immer wieder das eigene Handeln auf Wahrhaftigkeit zu überprüfen: Nur wenn Du wirklich an das glaubst, was Du sagst, dann berührst und erreichst Du Menschen!

1.3 Gefühle zeigen mit Respekt

Gefühle zeigen ist Lebendigkeit.
Lebendigkeit ist Ausdrucksstärke –
und Ausdrucksstärke überzeugt und begeistert.
Auch in der Politik!



Allerdings sind nicht alle Gefühle und vor allem deren
Ausdruck (anderen gegenüber) angebracht und erfolgs-
versprechend für eine gelungene Kommunikation.

Respekt mir gegenüber bedeutet erst einmal, dass ich alle
Gefühle „haben“ darf. Respekt dem anderen gegenüber
besagt, dass ich ihn nicht dazu benutze, mich ohne „Punkt
und Komma“ willkürlich und unkontrolliert „auszuleben“.
In der Politik ist es nicht immer einfach, sich zu „beherr-
schen“ und die Kommunikation auf einem positiven Niveau
zu halten, weil häufig eine aggressive Kommunikations-
kultur mit Zynismen und Provokationen gelebt wird. Wenn
ich aggressive oder andere unerwünschte Gefühle bei mir
wahrnehme, hilft es, mich mit Vernunft für folgendes Ziel zu
entscheiden: „Ich **habe** das Gefühl“ und nicht: „Ich **bin**
das Gefühl“ und so für die eigene Psychohygiene zu sorgen.

Es geht darum, Mitgefühl und Respekt für mich **und** für
andere in einer gesunden Balance zu halten: Weder ego-
zentrisches Gebaren, noch meine Stimmungen oder Macht



auf Kosten anderer „auszuleben“, noch mich anzubiedern,
sind gewinnbringende Verhaltensweisen und zielen auf eine
erfolgreiche Kommunikation ab.

1.4 Beziehungen gestalten

Der Mensch ist nicht allein, insbesondere nicht die Politiker-
Innen. Auf ihnen ruhen alle Augen. Ihre Aufgaben sind es
u. a., verschiedene Interessengruppen zu berücksichtigen,
Entwicklungen gezielt voran zu treiben, Verhandlungen zu
führen, Kompromisse oder Konsense zu schaffen ... Hier
kommt der bewussten Gestaltung von Beziehungen eine
große Bedeutung zu! Nur über eine für alle Beteiligten zu-
friedenstellende Beziehungsebene können Menschen und
Inhalte „bewegt“ werden.

Faktoren für den Erfolg bilden eine gute Selbst- und Fremd-
wahrnehmung, Sensibilität und Empathie für sich und andere,
Kontaktfähigkeit, Neugier und Offenheit für neue Impulse.
Um Deine Selbst- und Fremdwahrnehmung sowie Deine
Handlungskompetenz auf der Beziehungsebene zu verbes-
sern, beantworte – allein und im Gespräch mit vertrauens-
würdigen Personen – folgende Fragen:

Wer bin ich? Wie sehe ich die Welt und welches Menschen-
bild habe ich? Was sind meine Glaubenssätze? Was bewirke

ich in der Welt? Wie wirke ich auf andere? Wie möchte ich sein? Wie möchte ich auf andere wirken? Was möchte ich in der Welt bewirken?

Die daraus entstehende Klarheit, verbunden mit Empathie und Kontaktfähigkeit, lässt Dich Beziehungen bewusst gestalten und ermöglicht Wachheit und Konzentration auf den Moment.

1.5 Wissen mit Weisheit einsetzen

Viel Wissen beeindruckt erst einmal. Aber erfolgreich und zum Wohle aller wird Wissen erst, wenn es mit Weisheit (Lebenserfahrung, kombiniert mit Einsicht) eingesetzt wird. Damit hat es eine nachhaltige Wirkung!

1.6 Eigene Stärken ausbauen und nutzen

In unserer Gesellschaft herrscht die Gewohnheit, zuerst den Mangel zu sehen. Da braucht es schon Mut, gegen den Strom zu schwimmen, sich zu trauen, das zu benennen, was an Ressourcen, an Positivem bei sich und bei anderen vorhanden ist. Der Blick auf die Stärken stärkt das Selbstbewusstsein und motiviert, sich zu entwickeln. Gleichzeitig fördert er das Bewusstsein und die Akzeptanz der individuellen Unterschied-



lichkeiten. Es geht dabei nicht um „schönreden“, sondern darum, Stärken zu stärken, Talente zu entwickeln und diese gezielt in die Politik einzubringen.

In diesem Sinne zählst Du zuerst (!) auf, was Du an persönlichem Rüstzeug/Stärken mitbringst, was quasi sofort einsetzbar ist, um ein guter und erfolgreicher Politiker bzw. eine ebensolche Politikerin zu werden. Und dann widmest Du Dich der Frage, was Du darauf aufbauen oder verbessern möchtest und welche Maßnahmen dafür sinnvoll sind.

1.7 Menschenkenntnis – Politikertypen kennen und erkennen

Stell Dir vor, Du sagst etwas, und jeder hört etwas anderes! So unterschiedlich die Menschen sind, so unterschiedlich ist ihre innere Prägung, sind ihre Wahrnehmungen und Eindrücke. Jeder von uns ist einzigartig und hat eine einmalige Persönlichkeitsstruktur, die das eigene Fühlen, Denken und Handeln bestimmt.

Wir möchten Dir ein Persönlichkeitsmodell anbieten, dass Dir hilft, dich selbst und andere besser zu verstehen. Es unterstützt Dich dabei, Deine politische Arbeitshaltung, Dein (Beziehungs- und Kommunikations-)Verhalten, Deine Gefühle und Stärken zu erkennen und Deine Handlungsfähig-



keit zu steigern. Du bekommst einen Blick für das Potenzial und die Bedürfnisse der anderen Menschen. Daneben kannst Du überlegen, wie Deine politische Funktion oder Aufgabe zu Deinen Neigungen passt. In der Regel gilt, dass Menschen dann erfolgreich sind, wenn Sie sich auf ihre Stärken konzentrieren und Dinge tun, die Ihnen leicht fallen und Spaß machen!

key-4-you – der Persönlichkeitsschlüssel

Das Modell geht zurück auf die Psychoanalytiker C. G. Jung und Fritz Riemann und wurde von dem Personal- und Organisationsentwickler Peter Kropp, key-4-you GmbH Herrsching/München, weiterentwickelt. Darin geht es um vier verschiedene Grundstrebungen (Temperamente) oder Persönlichkeitsstrukturen, die in jedem Menschen angelegt und unterschiedlich ausgeprägt sind.* Sie alle sind gleich wichtig und richtig, denn sie werden im täglichen Leben gebraucht und benutzt. Jede Struktur hat Stärken und Schwächen, wobei wir den Focus auf die Stärken legen. Bei den meisten Menschen steht die Prägung in einem oder zwei Bereichen im Vordergrund.

Die VermittlerInnen

VermittlerInnen brauchen und suchen die Nähe zu anderen Menschen. Sie sind vertrauensvoll und nehmen Rücksicht auf andere. Sie mögen Menschen, sind warmherzig, gefühlvoll, einfühlsam und kontaktfreudig. Ihre Bedürfnisse stellen

* Weitere Infos: Fritz Riemann, *Grundformen der Angst*, München 2003; Reinholt Ruthe, *Typen und Temperamente*, Moers 2006

sie häufig zu Gunsten von anderen Menschen zurück oder suchen den Kompromiss. Ihnen fällt es leicht, sich in andere hineinzusetzen und andere Standpunkte zu verstehen. Im zwischenmenschlichen Leben ist ihnen Harmonie besonders wichtig, und sie versuchen, sie herzustellen.



VermittlerInnen arbeiten gerne im Team und versuchen, dort zu gemeinsamen Entscheidungen zu kommen. Sie sind loyal, kooperativ und versuchen,

tendenziell anderen Menschen zu gefallen. In Kontakt mit ihnen suchen sie gefühlsbetonte Beziehungen und keine oberflächlichen Kontakte.

Ihre Stärken in politischen Zusammenhängen liegen in der Kommunikation und der Gestaltung von Beziehungen. Grundsätzlich suchen sie eher das Verbindende als das Trennende.

VermittlerInnen können gut mit den unterschiedlichsten Menschen umgehen und diese für sich einnehmen. Sie fühlen sich von ihnen wahr- und ernstgenommen. Sie beziehen andere Menschen in Gestaltungs- und Entscheidungsprozesse ein. Räume und Anlässe versuchen sie so zu gestalten, dass für alle Beteiligten eine angenehme Atmosphäre entsteht.

Die AnalytikerInnen

Die AnalytikerInnen sind das Gegenteil und die Ergänzung zu den VermittlerInnen. Sie sind sachorientiert, rational und nutzen am meisten ihren Verstand. So lieben sie das Abstrakte, Fakten, Theorien und ihre Eigenständigkeit. Menschen begegnen sie eher reserviert, distanziert bis kühl. Sprachlich haben sie ein starkes Ausdrucksvermögen und zeigen sich gewitzt, ironisch, sachlich, trocken bis amüsant.

Sie verfügen über eine scharfe Beobachtungsgabe, sind unabhängig in ihrem Denken und Handeln, selbstsicher und deshalb besonders durchsetzungsstark. In der Kommunikation sind sie direkt und vertreten konsequent ihre Interessen. Sie analysieren (versachlichen) menschliche Beziehungen und sind im Umgang mit Konflikten eher sachlich. Sie sind kritische Denker mit einer scharfen Beobachtungs- und schnellen Auffassungsgabe.

Entscheidungen treffen sie schnell und unabhängig. In der Argumentation und der Wissensvermittlung legen sie Wert auf logische und beweisbare Zusammenhänge.

Ihre Stärken in politischen Zusammenhängen liegen vor allem in ihrer Unabhängigkeit und Durchsetzungsfähigkeit, insbesondere in den Bereichen der Strategieentwicklung, der Entwicklung und Überprüfung neuer Theorien/Gesetze sowie der Finanzen.



Die RealisiererInnen

Die RealisiererInnen mögen das Vertraute und Gewohnte, denn sie lieben Ordnung und Sicherheit. Aus diesem Grund begegnen sie Veränderungen und Neuerungen mit Skepsis. Sie fühlen sich tief verbunden mit ihren Aufgaben, die sie



pflichtbewusst, zuverlässig und mit Vollendung erledigen. Sie schätzen alles, was mit Struktur, Richtlinien u. ä. zu tun hat und sich als umsetzbar, konkret und praktisch erweist. Deshalb betrachten sie Visionen, Ideale und Sehnsüchte mit einer gewissen Nüchternheit.

In ihrem Handeln sind sie abwägend, vorsichtig, überlegt und verlassen sich auf ihre Empfindungen und Erfahrungen. Dabei besitzen sie einen sicheren Instinkt für das, was erfolgreich ist. Haben sie sich für etwas entschieden, verfolgen sie es ausdauernd, geduldig und gradlinig. Sie sind ein Meister der Umsetzung!

In ihrem Arbeitseinsatz versuchen sie, anderen ein Vorbild zu sein. Im menschlichen Kontakt sind sie ruhig und besonnen, wobei ihnen verlässliche und tragfähige Beziehungen wichtig sind.

Ihre Stärken im politischen Kontext liegen in ihrer Loyalität und Beharrlichkeit zu einem guten Ergebnis zu kommen, ihrem Arbeitswillen sowie ihrer Planungs- und Umsetzungsstärke.



Die EntdeckerInnen

Die EntdeckerInnen sind der Gegensatz zu den RealisiererInnen. Sie mögen überhaupt keine Festlegung, sondern sind freiheitsliebend, lebhaft, impulsiv, spontan und strahlen Lebensfreude aus. Die Welt betrachten sie optimistisch und so wie sie sich für sie darstellt. Sie sind von sich überzeugt und möchten gesehen und bewundert werden. Es fällt ihnen leicht, andere zu begeistern und zu motivieren. Gekonnt setzen sie sich in Szene oder gehen wagemutig neuen Zielen entgegen. Sie sind in ihrem Handeln flexibel, entwickeln neue und innovative Ideen, suchen ständig neue Mittel und Wege.

Ihre Neugier ist groß, weshalb sie schon mal Ideen und/oder Projekte nicht konsequent verfolgen, sondern neue spannende Aktivitäten für sich entdecken. Auch wenn die EntdeckerInnen scheitern, haben sie kein Problem, neu zu beginnen. Sie sind ein Meister des Neuanfangs! Ihre Stärken im politischen Kontext liegen in ihren Fähigkeiten, Visionen zu entwickeln, zu motivieren und in ihrer schier unerschöpflichen Energie.

Einen ersten Hinweis auf Deine Grundprägung kann der Kurzschlüssel auf Seite 18 geben. Wenn du mehr erfahren möchtest, kannst du einen umfassenden Persönlichkeits- und Entwicklungsschlüssel bei einem key-4-you-Coach ausfüllen und diesen besprechen.

Alle vier beschriebenen Grundprägungen sind übrigens gleich richtig und wichtig!

Die meisten Menschen haben einen Schwerpunkt in einem oder zwei Bereichen. Diese sind leichter zu erkennen, als Menschen, die in allen vier Bereichen eine gleich starke Gewichtung aufweisen. Bereichernd sind Gesprächsrunden oder Teams, in denen sich unterschiedliche Typen befinden, weil diese ungleiche, sich ergänzende Sichtweisen haben.

Persönlichkeitsschlüssel: Welchen PolitikerInnen-Typ habe ich vor mir?

Schätze jemanden aus Deinem politischen Umfeld ein. Überlege, welche Eigenschaften auf sie oder ihn am ehesten zutreffen. Gehe die Eigenschaftspaare in der Tabelle durch, und kreise, ohne lange zu überlegen, pro Zeile einen Wert auf der Skala ein. Vermeide, wenn es geht, die Mitte und versuche, Tendenzen zu finden. Wenn Du damit fertig bist, mach es einmal für Dich selbst. Wenn Du Lust hast, kannst Du Dich auch von anderen einschätzen lassen, und damit Deine Selbstwahrnehmung überprüfen.



Erklärung:

1 = trifft manchmal zu; er/sie ist ein bisschen ...

2 = trifft meistens zu; er/sie ist überwiegend ...

0 = sowohl als auch; ich weiß nicht so genau

1	vertrauensvoll	2	1	0	1	2	kritisch	9
2	ruhig	2	1	0	1	2	lebhaft	10
3	reserviert	2	1	0	1	2	kontaktfreudig	11
4	spontan	2	1	0	1	2	überlegt	12
5	konsequent	2	1	0	1	2	kompromiss- bereit	13
6	vorsichtig	2	1	0	1	2	wagemutig	14
7	gefühlvoll	2	1	0	1	2	sachlich	15
8	begeisterungs- fähig	2	1	0	1	2	nüchtern	16

Quelle: www.key-4-you.de

Die Auflösung findet Ihr unter Punkt 4 auf Seite 37/38.

2. Ausdrucksinstrumente

Gut ist, wenn Du weißt, **was** Du sagen willst, besser ist aber noch, wenn Du weißt, **wie** Du es sagen willst!

Wir drücken uns durch unseren Körper bewusst und unbewusst aus. Wir können es nicht verhindern, dass wir uns zu jeder Zeit, ob wir wollen oder nicht, zum Ausdruck zu bringen: „Man kann nicht nicht kommunizieren.“ (Paul Watzlawick)

Jede Handbewegung ist ein Ausdruck von Kommunikation, wirkt im Außen und wird von den Beobachtern „bewertet“ Der Körper, ebenso die Stimme, lügt nicht. Interessant ist vor allem, was wir auf unbewusster körpersprachlicher Ebene unserem Gegenüber senden. Deshalb sind Körpersprache und Stimme in der zwischenmenschlichen Kommunikation und ebenso in der Präsentation der eigenen Persönlichkeit von großer Bedeutung. Wissenschaftliche Studien beweisen, dass 93 % der Ausstrahlung und Wirkung eines Menschen auf Stimme und Körpersprache/Aussehen/Erscheinung zurückzuführen sind, und nur 7 % auf den Inhalt des Gesagten!

„Der Schauspieler ist ein Athlet des Herzens“ (Antouin Artaud).
Aber was haben SchauspielerInnen und PolitikerInnen gemeinsam?





Als PolitikerIn nimmst du eine (berufliche) Rolle wahr, und auch die SchauspielerInnen spielen eine Rolle, einen Charakter. Wenn sie eine Rolle sehr überzeugend spielen, liegt es einmal daran, dass sie das sehr bewusst tun. Sie können ihre „Ausdrucksinstrumente“ (Stimme und Körpersprache) sehr gezielt einsetzen und sind darin gut trainiert – wie auch in ihrer Wahrnehmungs- und Kontaktfähigkeit.

Tun sie dies jedoch nur „technisch“, dann sind sie keine besonders guten SchauspielerInnen. Der Rolle fehlt die Seele. Sie müssen ihre Person in einem bestimmten Maße mit der Figur verbinden bzw. die Rolle sein. Sie müssen sie leben, und diese Wahrhaftigkeit muss wiederholbar, reproduzierbar sein, denn ein Theaterstück wird selten nur einmal gespielt.

Deshalb eignen sich Übungen aus der Schauspielpädagogik sehr gut dafür, an der eigenen Präsenz/Präsentation zu arbeiten.

2.1 Körpersprache



Körpersprache untergliedert sich in Mimik, Gestik, Bewegung, Haltung und die Positionierung im Raum. Durch die Körpersprache drückt sich der Körper mit seinen Emotionen aus.

Ein Glaubenssatz, also das, wovon wir bewusst oder unbewusst überzeugt sind, zeigt sich durch die Art, wie wir stehen,

wie wir uns bewegen, wie wir gestikulieren, wie wir sprechen. Hast Du negative innere Überzeugungen von Dir selbst, werden diese äußerlich sichtbar und haben Einfluss auf Deine Präsenz. Negative Gedanken können aber durch ein mentales Training positiv verändert werden, so dass sich auch der körperliche Ausdruck weiterentwickelt. Ebenso hat eine äußerliche Veränderung eine Wirkung nach innen, und kann damit einen Überdenkungsprozess in die Wege leiten.

Zum Beispiel: Ich habe eine positive Grundeinstellung zu meiner Person, und ich glaube daran, dass ich das Recht habe wie jeder andere auch, meine Meinung frei zu äußern. Auf körpersprachlicher Ebene drückt sich das in einer aufrechten Körperhaltung und einer entsprechend lauten Stimme und verständlicher Artikulation aus. Trifft dies an positiver Grundeinstellung nicht auf mich zu, dann äußert sich das vielleicht mit einer verhaltenen stimmlichen und körpersprachlichen Präsenz.

Jeder kennt nervöse Gesten, wie an den Haaren zu zupeln, an den Fingern zu knibbeln oder in der Tasche mit Kleingeld zu spielen. Entdecke Deine individuellen Gesten über Videoaufnahmen und lasse sie zukünftig weg. Du wirst merken, dass Deine Gestik an Prägnanz gewinnt. Gesten sind wirkungsvoll, wenn sie das Gesagte unterstreichen!



2.2 Stimme

Kriterien der Stimme als Ausdrucksorgan sind die Lautstärke, der Klang, die Rhythmik, das Tempo, die Tonhöhe und die Artikulation. Gemäß der eigenen Person, der Situation und der Kommunikation mit dem Gegenüber, in der Du Dich befindest, ist die Stimme der innere Ausdruck der momentanen Befindlichkeit. Über die Stimme kann der Zuhörer eine Menge Informationen über den Gefühlszustand, die Stimmung, den gesellschaftlichen Rang und die Herkunft gewinnen.

Übe, mit Deiner Stimme „zu spielen“ und Deine unterschiedlichen Gefühle auszudrücken! Wie klingt Deine Stimme, hart oder weich, wann hell oder dunkel, wann grob oder zärtlich, natürlich oder künstlich?

Die Arbeit mit der Stimme beinhaltet ebenso viel individuelles Entwicklungspotenzial wie die Körpersprache. Veränderbar ist nur, was selbst erkannt und akzeptiert wird!

Spreche ich lauter bzw. mit einer volleren Stimme, als ich es gewohnt bin, löst es in meinem Inneren eine Reaktion aus. Sie gibt mir die Möglichkeit, meine inneren Überzeugungen zu überprüfen, zu bearbeiten und sie zu verändern. Übe ich öfter mit voller und lauter Stimme zu sprechen, kann das in meinem Innern eine Veränderung bewirken.



Darüber hinaus kann die Stimmqualität Prozesse im Publikum beeinflussen. Wenn Du möchtest, dass es etwas visualisiert, sprich schneller. Wenn Du möchtest, dass es innerlich etwas wahrnimmt, sprich langsamer und rhythmischer. Wenn Du möchtest, dass es Gefühle spürt, sprich noch langsamer und tiefer.

2.3 Sprache

Die meisten Menschen bevorzugen eine bestimmte Art zu „denken“: Sie denken dabei in Gefühlen, Bildern oder Klängen. Willst Du diese Menschen erreichen, solltest Du Dein Vokabular auf ihren Denkstil abstimmen. Da Gruppen im Regelfall gemischt sind, nutze im Wechsel Worte, die den unterschiedlichen Denkstilen entsprechen, damit sich alle angesprochen fühlen. Verwende so wenig Fachausdrücke wie möglich und, falls es doch notwendig ist, erkläre diesen Begriff kurz und prägnant.

In der Werbung wird dieser Zusammenhang so ausgedrückt: Sprechen Sie in jedem Fall die Sprache Ihrer Zielgruppe. Die Wahl der Sprache, der Worte in der Kommunikation bestimmt Deine Wirkung auf die Kommunikationspartner.



2.4 Aussehen / Outfit / Erscheinung

Zählst Du auch zu denjenigen, die mit Vorliebe auf der Bank sitzen und mit ihrem Nachbarn über die Vorbeilafenden tratschen? Über deren Frisur, deren Kleidung, deren Art, sich zu bewegen oder zu verhalten? Was glaubst Du, wie lange brauchen wir, um zu entscheiden, ob uns ein Mensch sympathisch ist? Dreißig Minuten, drei Minuten oder drei Sekunden? Es sind drei Sekunden, die darüber entscheiden, in welche Schublade wir jemanden stecken und ob wir an einem Kontakt interessiert sind! Diese drei Sekunden können Türen öffnen oder schließen ...

Entscheidend für den ersten Eindruck sind nonverbale Signale wie Aussehen, Kleidung und Körpersprache (zu 55 %). Outfit ist Kommunikation und enthält Botschaften: die Frisur, das Make-up, die Körperproportionen, die Kleidung, die Accessoires und die Qualität der Kleidung. Ist die Frisur modern, klassisch oder altbacken? Sind die Haare fettig oder frisch gewaschen? Ist das Make-up dezent passend zum Hauttyp gewählt oder zu grell? Ist jemand extravagant oder unauffällig gekleidet, passt er sich Konventionen an oder betont seine Individualität? Schafft die Kleidung Distanz oder signalisiert sie Unkompliziertheit?

Unterstreichen die Farbe, Stoffqualitäten und Accessoires die Persönlichkeit oder verschwindet sie dahinter? Welche



„kleinen Merkwürdigkeiten“ steigern die individuelle Ausdruckskraft und bleiben als typische Merkmale der Person positiv im Gedächtnis haften? Denken wir an Franz Müntefering mit seinem roten Schal, an Karl Lauterbach mit seiner Fliege, Gerhard Schröder mit bestem Schuhwerk und italienischer Garderobe ...

PolitikerInnen heute stehen in punkto Mode in einem Spannungsfeld: Die Menschen wünschen sich einerseits charismatische Persönlichkeiten mit einem persönlichen, ausgeprägten Geschmack. Andererseits dürfen diese nie zu sehr aus dem Rahmen fallen, denn sie sollen Autorität und Glaubwürdigkeit ausstrahlen. Sie sollten auch ein wenig sein wie „Du und ich“, kumpelhaft, „zum Anfassen“, nicht unnahbar und abgehoben. Sicher jedenfalls ist, dass gutes Aussehen und Attraktivität dem persönlichen Erfolg dienen – auch in der Politik!

Daneben bewirken eine Verbesserung des Aussehens, und die damit verbundenen positiven Rückmeldungen, auch eine innerliche Veränderung. Das Selbstbewusstsein wächst, Du gewinnst an Sicherheit, Souveränität und wirst (noch) sichtbarer! Wer will das nicht?!

Es gibt viele Details und persönlichkeitsabhängige Variablen (Hautfarbe, Proportionen, Temperament ...), die durch eine individuelle Beratung den Auftritt erfolgreicher machen



können. Unbedingt beachten solltest Du jedoch folgende Grundsätze: gepflegte Haare mit zur Gesichtsform passender Frisur, dezentes Make-up, gepflegte Haut und Augenbrauen, gepflegte Kleidung, die zum Anlass passt, wenig Accessoires, gute Qualität der Kleidung und vor allem ein Wohlgefühl in der Kleidung.



2.5 Umgangsformen – mehr als Businessetikette

Im alltäglichen Miteinander geht es nicht nur um die Einhaltung von Regeln. Diese sollen das Miteinander vereinfachen und leichter machen. Sondern es geht vor allem darum, wie Du anderen Menschen begegnest.



Grüßt Du? Wie ist Dein Blickkontakt bei der Begrüßung, und wie ist Dein Handschlag? Blickst Du freundlich und offen Deinem Gesprächspartner in die Augen? Bist Du aufmerksam und ihm zugewandt, oder gleitet Dein Blick im Gespräch durch den Raum? Bemerkest Du, ob sich zwei Personen alleine unterhalten wollen oder offen sind für weitere Gesprächsteilnehmer? Lässt Du andere ausreden, oder fällst Du ihnen eher ins Wort? Wie achtest Du

auf Distanzzonen? Zeigst Du freundliche Gesten, wie anderen eine Tür auf zu halten oder jemandem in den Mantel zu helfen? Beachtest Du Rauchverbote und die Bedürfnisse von Nichtrauchern? Beherrschst Du die Kunst, andere zum Reden zu bringen (Small Talk)?

Die zentrale Frage dahinter ist, mit wie viel Respekt und Achtsamkeit Du anderen Menschen begegnest. Menschen, die sich so verhalten, werden deshalb gemocht und geliebt, weil sie anderen das Gefühl geben, etwas wert zu sein. Die Einhaltung von Tischsitten, Regeln beim Smalltalk oder der Begrüßung sind weitere Elemente, die den Umgang miteinander erleichtern und ohne großen Aufwand zu erlernen sind.



3. Inszenierung des Auftritts

Der politische und persönliche Auftritt will gestaltet und der Wähler „verführt“* werden. Es geht darum, Sympathien, Menschen und Wahlen zu gewinnen, ähnlich wie im Business. Nur dass es im Geschäftsleben nicht um Wahlen geht, sondern um Produkte, die die Konsumenten wählen. Die MandatsträgerInnen können nur gewinnen, wenn es ihnen gelingt, ihre politisch-emotionalen Projekte überzeugend zu kommunizieren, sich in Szene zu setzen und im optimalen Fall zur Marke zu machen.

3.1 Kommunikation und Image

PolitikerInnen arbeiten im „öffentlichen Raum“ und stehen immer in Bezug zu den Bürgern. Sie werden von anderen beobachtet, wahrgenommen und beurteilt. Dies gilt sowohl für ehrenamtlich als auch hauptberuflich Tätige. Jede Art des Auftritts erweckt immer einen positiven oder negativen (ersten) Eindruck. Er erzeugt ein Bild und Gefühl beim Gegenüber, dem Betrachter und Zuhörer. Deshalb sollte sich jede/r, die/der sich auf die öffentliche Bühne wagt, überlegen, wie sie/er wirkt und welchen Eindruck sie/er durch ihren/seinen Auftritt bewirken will. Diese Chance solltest Du nutzen, indem Du diesen Prozess bewusst und wirkungsvoll gestaltest!

* Siehe A. Köckritz und T. Prüfer, *Politik ohne Pullunder*, DIE ZEIT Nr. 11, 06.03.2008

Für die Kommunikation nach außen geht es darum, ein einheitliches Bild ohne Irritationen und Widersprüche zu entwickeln und authentisch zu sein. Ziel ist es, immer mit einem klaren, einmaligen, unverwechselbaren Profil, Menschen und Wahlen zu gewinnen.

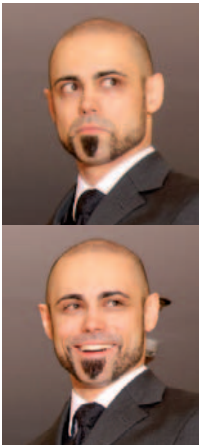
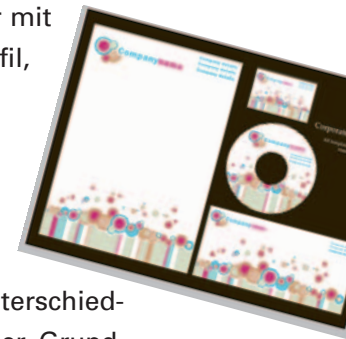
3.2 Medien

Neben dem persönlichen Auftritt transportieren unterschiedlichste Medien Informationen, Botschaften und Bilder. Grundsätzlich gilt, dass alle Medien (wie z. B. Visitenkarten, Flyer, Homepage, Rollup ...) einheitlich gestaltet sein sollten.

Beispiele

Fotos: Ein Foto kann einen Menschen sympathisch oder unsympathisch, lebendig oder tot, interessant oder langweilig erscheinen lassen. Erst kürzlich berichtete ein Personalleiter in einer WDR-5-Reportage, dass das erste Auswahlkriterium im Bewerbungsverfahren das Foto ist. Wer nicht sympathisch, offen und kompetent erscheint, wird aussortiert! Warum sollte das bei den Bürgern anders sein?

Flyer: Flug- und Faltblätter enthalten in übersichtlicher Form Informationen zu verschiedenen Anlässen, Themen oder Kandidaten und sollten gezielt verteilt werden.



Entscheidend für einen guten Eindruck sind folgende Aspekte: Papier von guter Qualität, gut lesbare Strukturierung und Schrift, sauberer Druck; übersichtliche Gliederung und ein möglichst kurzer, dafür prägnanter Text; gute Fotos, Kontaktdaten, ggf. Slogan und Inhalt unter Nutzenaspekten der Zielgruppe.

Imagebroschüre: Diese enthält ausgewählte und deutlich mehr Informationen als ein Flyer sowie Fotos zu Deiner Person. Hier stellst Du Dich dar, so wie Du wahrgenommen werden möchtest. Die Menschen lieben „Home-Stories“, weil sie mehr über öffentliche Personen erfahren wollen, als das, was die Berufsrolle in den Medien her gibt. Beliebte Themen sind beispielsweise Einblicke in das „Privatleben“, Hobbies und eine gesunde Lebensführung.



Homepage: Diese ist in der heutigen Zeit unverzichtbar. Sie bietet flexiblere Möglichkeiten zur Selbstdarstellung als eine Broschüre, denn sie ermöglicht, die Sinne des Betrachters über Filme, Fotos, Musik, Stimmen stärker anzusprechen. Erfolge, Begegnungen, Reden, Dokumente und Kommentare zu brennenden Themen können ständig aktualisiert werden.

Blog: Ein Blog oder Weblog ist ein auf einer Website geführtes und damit – meist öffentlich – einsehbares Tagebuch oder Journal. Ein Blog ist ein für den Herausgeber („Blogger“) und

seine Leser einfach zu handhabendes Medium zur Darstellung von Aspekten des eigenen Lebens und von Meinungen zu oftmals spezifischen Themengruppen. Weiter vertieft, kann es auch sowohl dem Austausch von Informationen, Gedanken und Erfahrungen als auch der Kommunikation dienen. Weblog-Einträge können von allen Lesern kommentiert werden. Insofern kann ein Blog einem Internetforum ähneln, je nach Inhalt aber auch einer Internet-Zeitung.

3.3 Öffentlichkeitsarbeit

Auch hier gilt: Man kann nicht nicht kommunizieren! Jede Art von Aktivität – auch unterlassene Aktivität –, jede Daseinsform von PolitikerInnen enthält Botschaften. Durch gelenkte, geplante, konzeptionell und strategisch durchdachte Öffentlichkeitsarbeit soll neben Informationen mit Gebrauchswert für die Bevölkerung, auch die Kompetenz der Politikerinnen vermittelt werden. Öffentlichkeitsarbeit versucht, ein klares, geschlossenes und glaubwürdiges Bild zu vermitteln und die eigenen Überzeugungen auf eine möglichst breite gesellschaftliche Basis zu stellen.

Für die Öffentlichkeitsarbeit können z. B. folgende Medien genutzt werden: Leserbriefe, Pressegespräche und -konferenzen, Hintergrundgespräche, Ortsvereinszeitungen, redaktionelle Berichte vor und nach Veranstaltungen in Tageszeitungen,

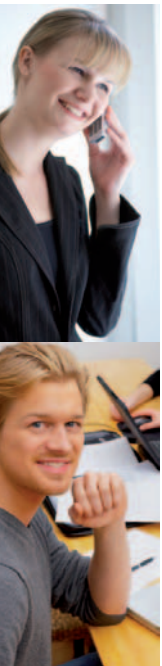


Anzeigenblätter, Schüler-, Stadtteil-, Szenezeitungen; Kommentare in Foren/Blogs, Homepage, Newsletter; Kommunikationsstände/-orte im Stadtteil, Besuche öffentlicher Veranstaltungen; Interviews, Moderation von Expertenrunden zu regionalen Themen, Hausbesuche, Handzettel und Hauswurfsendungen, Homepage, Plakate und Wandgestaltungen ...

3.4 Verhalten

Politik zu machen ist eine Dienstleistung. Und Verhalten in der Öffentlichkeit ist immer auch Ausdruck einer inneren Haltung gegenüber Menschen, die nach außen hin sichtbar wird. Sei Dir bewusst, dass Bürger, Kollegen und die Presse Dich beobachten, und nutze diese Chance. Überlege, was Du tun kannst, damit Dein Gegenüber sich willkommen, wahrgenommen, gesehen und geschätzt fühlt. Such Wege, wie Du Deinem Gesprächspartner oder den Zuhörern auf Augenhöhe begegnen kannst. Bau keine „künstlichen Barrieren“ wie Infotische auf, sondern schaffe kommunikationsfreundliche Orte mit runden Tischen und richte den Blick nach außen und nicht zu Deinen Parteigenossen, denn die sind schon überzeugt!

Stell Dir vor, Du liebst alle diese Menschen. Wie würdest Du Dich verhalten? Und wie willst Du wirken? Als jemand, der „nur“ viel redet, oder jemand, der mit anpackt?



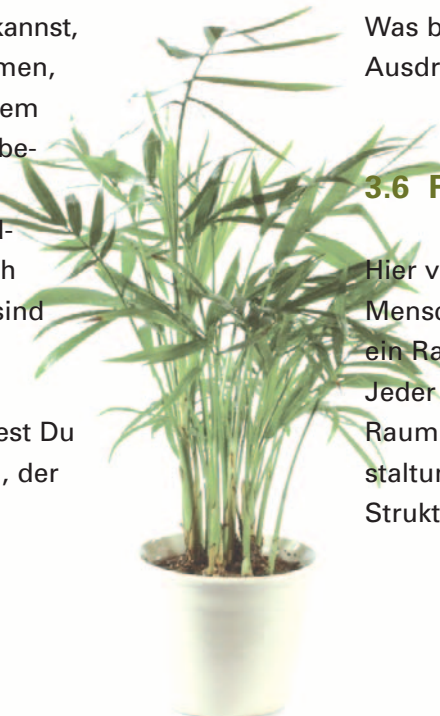
Plane Aktivitäten und die Besuche möglichst vieler Veranstaltungen, die zu Deiner Persönlichkeit und Deinem Programm passen, und wo sich die Menschen aufhalten, die Du gewinnen willst.

3.5 Ausstattung/Equipment

Bei öffentlichen Auftritten ist auch immer die Frage zu beantworten, kommst Du zu Fuß, fährst Du mit dem Rad zur Veranstaltung, mit dem Auto oder mit einem Fahrer? Falls mit dem Auto, mit welcher Marke? Opel oder Mercedes? Passt der Fahrzeugtyp zu Dir? Hast Du nachgedacht über die Farbe oder Beklebung Deines Fahrzeugs im Wahlkampf? Was bringst Du damit zum Ausdruck oder willst Du zum Ausdruck bringen?

3.6 Raumgestaltung und Atmosphäre

Hier verhält es sich ähnlich wie bei der Begegnung mit Menschen. Innerhalb von Sekunden entscheidest Du, ob Dir ein Raum sympathisch ist und ob Du Dich darin wohlfühlst. Jeder Raum hat eine Ausstrahlung, die mit Elementen der Raumpsychologie zu tun hat, und Botschaften, die die Gestaltung der Räume an das Unbewusste sendet (räumliche Struktur, Möbel und ihre Stellung, Materialien, Licht,





Pflanzen, Aquarien, Wasserspiele, akustische Signale wie Musik oder Vogelgezwitscher, Hintergrundgeräusche, kleine kulinarische Köstlichkeiten usw.). Deshalb empfiehlt sich auch hier, darüber nachzudenken, unter welchen Gesichtspunkten Du Räume für Aktivitäten aussuchst und welche Atmosphäre Du erzeugen willst. Es macht einen Unterschied, ob Du das Ziel hast, möglichst viele Menschen miteinander ins Gespräch zu bringen, oder sie mit einem Vortrag begeistern willst.

3.7 Unterstützer

Heute ist Erfolg zunehmend ein Ergebnis von Teamarbeit, guten Beziehungen, Image und Leistung, wobei die Beziehungen eine hohe Gewichtung haben. Bestes Beispiel ist Barack Obama, dessen Berater ein gut funktionierendes Unterstützernetz über Internet, E-Mails und SMS aufgebaut hatten. Sein Geheimnis war es, Ideen von Anhängern und Fans ernst zu nehmen, ihnen Freiraum für Wahlpartys, Veranstaltungen und Aktionen sowie Verantwortung im Wahlkampf zu geben und sie mit „First Informations & Messages“ oder mit Treffen, Essen oder Theaterbesuchen zu belohnen* .

Erfolgreich ist der, der auf ein stabiles und gut funktionierendes Netz von Unterstützern zurückgreifen kann, die ggf. bereit sind, ihre Begeisterung in mündlichen oder schrift-

* „Die große schwarze Hoffnung – Auf Wahlkampfreise mit Barack Obama“, Rolling Stone 4/2008

lichen „Testimonials“ zu vermitteln. Was gibt es Überzeugenderes, als eine in einer Anzeige oder in einem Prospekt verwendete Empfehlung eines zufriedenen Kunden, eines sympathisierenden Prominenten?!

Eine interne Befragung von IBM Mitte der neunziger Jahre brachte das überraschende Ergebnis, dass Kontakte und Beziehungen zu 60 % verantwortlich sind, ob jemand Karriere macht. Solch ein Netzwerk aufzubauen, erfordert eine positive Lebenseinstellung mit dem Blick auf das halbvoll Glas. Denn nur dieser ermöglicht Dir, die Fähigkeiten und Kompetenzen der anderen zu erkennen und wertzuschätzen. Darüber hinaus fördern die Neugier auf den/die anderen, die Bereitschaft zu geben und zu nehmen, persönliche Präsenz, die Bereitschaft, sich darzustellen und Kontakte zu pflegen, den Aufbau Deines persönlichen Netzwerkes.



3.8 Mitarbeiter

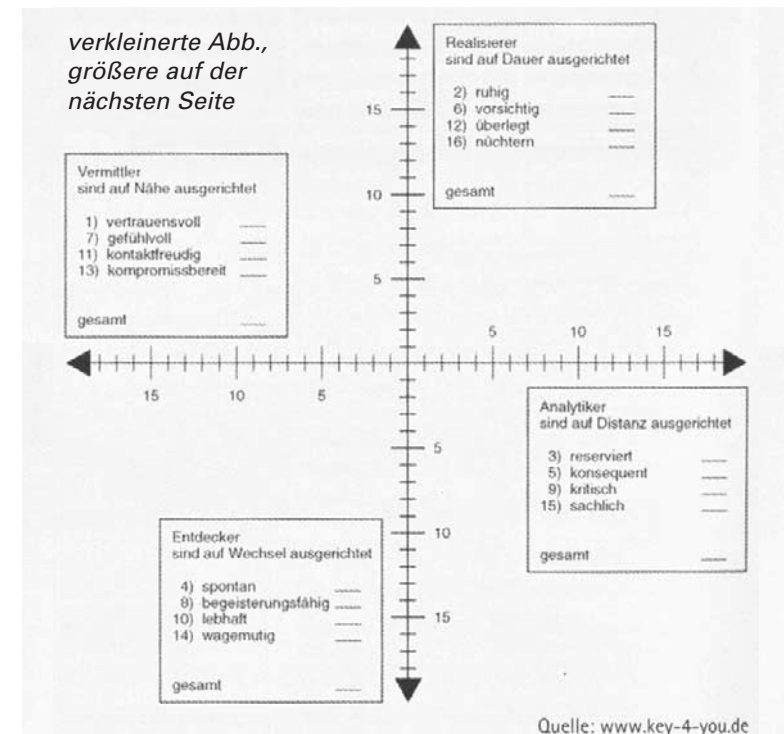
Du kennst das Gefühl von Beruhigung und Sicherheit, wenn Du Dich auf Menschen verlassen kannst, zuhause, im Büro, in der Partei, auf Veranstaltungen ... Nicht nur darauf bezogen, dass sie ihren „Job“ machen, sondern auch darauf, wie sie ihn machen. Machen Sie ihn mit Freude und Begeisterung, Liebe, bringen Sie Ideen und eigene Meinungen ein? Sind sie loyal?

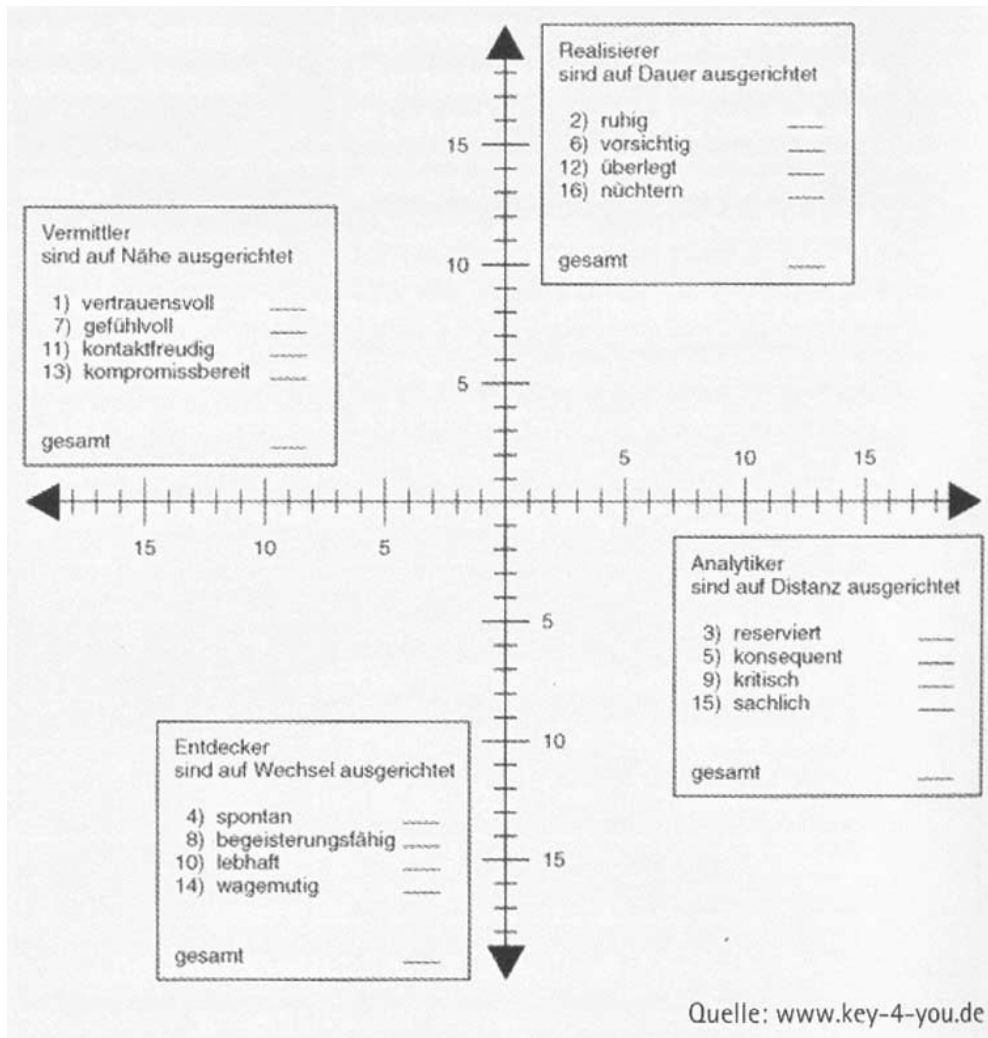
Um das zu fördern, muss man die Menschen mit ihren Fähigkeiten, Kenntnissen, Werten, Erfahrungen und Stärken einschätzen können und gezielt für bestimmte Aufgaben auswählen. Darüber hinaus ist es unabdingbar, Menschen mit ihren Interessen, Wünschen, Ideen und Potenzialen in Entwicklungs- und Veränderungsprozesse einzubeziehen. Das Ganze ist immer mehr als die Summe seiner Einzelteile und birgt jede Menge Potenzial!



4. Persönlichkeitsschlüssel – Auflösung

Trage bitte die Werte Deiner Einschätzung in das Schaubild auf der nächsten Seite ein und markiere die entsprechende Punktzahl auf der Achse. Verbinde dann die vier Markierungen mit Linien, die parallel zu den Achsen verlaufen, so dass ein Viereck entsteht. Dieses Viereck gibt einen ersten Hinweis, wie Deine individuelle Grundprägung aussehen kann.





5. Literaturliste für alle, die mehr wissen wollen

Asgodom, Sabine: Reden ist Gold – So wird ihr nächster Auftritt ein Erfolg. Ullstein Verlag, 2006

Croos-Müller, Claudia: Überzeugend auftreten – Körpersprache und Selbstpräsentation für Frauen. Kösel Verlag, 2004

Enkelmann, Nikolaus B.: Charisma – Beruflicher und privater Erfolg durch Persönlichkeit. Redline Wirtschaft Verlag, 2005

Gálvez, Cristián: Du bist, was Du zeigst – Erfolg durch Selbstinszenierung. Droemer/Knauer Verlag, 2007

Hunkel, Karin: Ganzheitliche Farbberatung – Ein Ratgeber zur richtigen Farbentscheidung. Schirner Verlag, 2005

Kmoth, Nadine: Körper-Rethorik. mvg Verlag, 2005

Molcho, Samy: Körpersprache des Erfolgs. Heinrich Hugendubel Verlag, 2005

Molcho, Samy: Körpersprache der Promis. Goldmann Verlag, 2003

Mühleisen/Oberhuber: Karrierefaktor Soft Skills. Rudolf Haufe Verlag, 2005

O'Connor/Seymour: Weiterbildung auf neuem Kurs – NLP für Trainer, Referenten und Dozenten. VAK Verlags GmbH, 2003

Öttl, Christine/Härter, Gitte: Selbstmarketing. Gräfe und Unzer Verlag, 2005

Quittschau, A./Tabernig, Ch.: Business-Knigge – Die 100 wichtigsten Benimmregeln. Haufe Verlag, 2008

Pease, Allan und Barbara: Der Tote Fisch in der Hand und andere Geheimnisse der Körpersprache. Ullstein Verlag, 2003

Roetzel, Bernhard/Piras, Claudia: Der gute Stil – 500 Styling-Tipps für ihn. Rowohlt TB Verlag, 2007

Roetzel, Bernhard/Piras, Claudia: Der gute Stil – 500 Styling-Tipps für sie. Rowohlt TB Verlag, 2007

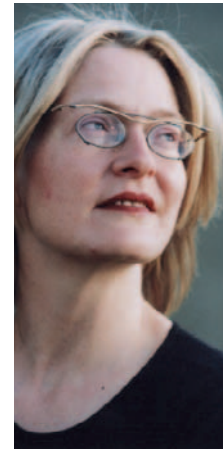
Schmidt-Hildebrand, Anke/Hildebrand Dietrich: Image + Stil = Erfolg – Maßgeschneiderte Tipps für den perfekten Businessauftritt. Redline Wirtschaft, 2008

Strasberg, Lee: Ein Traum der Leidenschaft – Die Entwicklung der „Method“. Eine Theorie der Schauspielkunst, Schirmer/Mosel Verlag, 1987

Von Au, Franziska: Erfolgreich auftreten im Beruf. Gräfe und Unzer Verlag, 2007

Will, Hermann: Mini-Handbuch Vortrag und Präsentation. Beltz Verlag, 2000

6. Autorinnen



Karin Badar, geb. 1962

Präsentationstrainerin, Schauspieltrainerin, Theaterpädagogin (BUT), Schauspielerin, Sängerin.

Aus- und Fortbildung:

- Diplom-Sozialpädagogin
- Grundausbildung in Schauspiel und Theaterpädagogik (bei Prof. Dr. Jaroslav Plichta), FH Hagen
- Jugend- und Kulturmanagement.

Langjährige künstlerische Weiterbildung u. a.:

- Sprecherziehung (Jana Altmannova)
- Gesang (Martin Sauermann),
- Clownerie und Körpertheater (Benito Gutmacher, Max Herbrechter)
- Improvisationstheater (Bernd Witte)
- Regie- und Stückentwicklung (Yvonne Racine, Dr. Jan Borna)
- Tanzimprovisation (Gerlinde Lambeck)
- Körperpsychotherapie (HAKOMI-Institut)
- Theatertherapie und -pädagogik (Akademie Remscheid)

Internet: www.praesentationstraining-karinbadar.de



Eva-Maria Siuda, geb. 1962

Selbstständige Unternehmensberaterin und Coach (seit 1993), Persönlichkeitsentwicklerin, Farb- /Typstylistin, aktives Mitglied in der AGS UBV Gelsenkirchen.

Aus- und Fortbildung:

- Erzieherin
- Diplom-Sozialpädagogin
- Gestaltpädagogin
- Farb-/Typstylistin (Imago)
- Sozialmanagement

Zusatzausbildungen:

- systemische Beratung
- systemische Organisationsberatung
- systemisches Coaching
- Qualitätsmanagement (EFQM)
- Persönlichkeitsmodelle (u. a. key-4-you)
- NLP(Practitioner)
- ganzheitliche Moderationsmethoden (WPPF), World-Café-Methode

Internet: www.stark-mit-stil.de

7. Impressum

© Text: Eva-Maria Siuda, Karin Badar

© Gestaltung, Layout: klarO. – Konzept und Kommunikation Annette Baufeldt, Gelsenkirchen. Internet: www.klarO-ge.de

Bildnachweis:

Chromorange: S. 24; *dbb – Deutscher Beamtenbund*: Titel, S. 7; *Fotolia.com*: Yuri Arcurs (S. 4/5, 10, 19: 4x, 21, 24, 27, 32), Blue-Fox (S. 13), demarco (S. 15), DeVlce (S. 30), Anne Katrin Figge (S. 25), Peter Funke (S. 17), Wolfgang Jargstorff (S. 3), Angela Jones (S. 29), key-for-you (S. 37), Kzenon (S. 36), Magic of Art (S. 6), Maria. P. (S. 30), mao-in-photo (S. 34), Roland Marz (S. 28), Stefan Michalski (S. 1 ff.), Kati Molin (S. 31), Nathalie (S. 22), Franz Pfluegl (S. 32, 35), Phoenixpix (S. 14), Mark Poprocki (S. 11), Doreen Salcher (S. 20), Daniel Schmid (S. 12), sonne07 (S. 33), ta_samaya (S. 8: 3 x), SyB (S. 29: 2x) Patrizia Tilly (S. 26), Bertold Werkmann (S. 16), Lisa F. Young (S. 24); *Goldschmiede Schiffmann*: S. 26; *Mauritius Images*: S. 20; *Ulrike Schulz*: S. 24; *Illustrationen*: Annette Baufeldt

1. Auflage

Gelsenkirchen, März 2009