



Die Persönlichkeitstypologie nutzen,  
um Angehörige mit ins Boot zu holen.

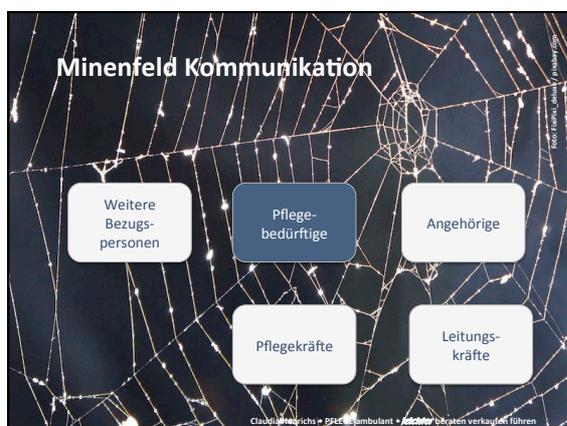
Typgerechte Sprache verwenden um Angehörigen  
auf Augenhöhe zu begegnen

So werden auch schwierige Angehörige zu Ihren  
Unterstützern



Das alles kennst Du schon.

Entscheide am Ende, was Du davon auch  
umsetzen willst.



Das Problem bei der Kommunikation ist die  
Illusion, dass sie stattfindet. (G. B. Shaw)

Gesagt ist nicht gehört  
Gehört ist nicht verstanden  
Verstanden ist nicht einverstanden  
Einverstanden ist nicht beibehalten  
Beibehalten ist nicht umgesetzt.  
(Konrad Lorenz)



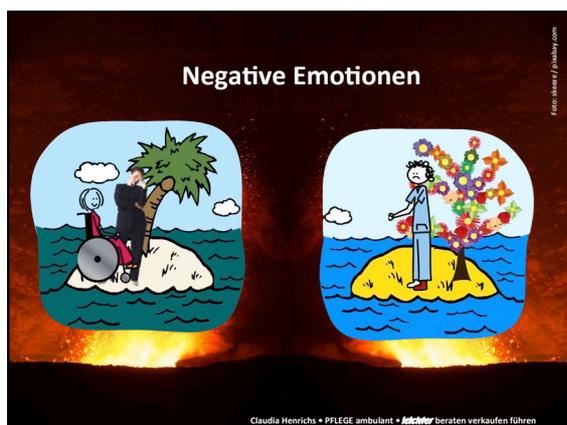
Bekannte Aussagen von Angehörigen.



Bei allen Aussagen sind negative Emotionen beim Angehörigen im Spiel:  
Ärger, Enttäuschung, Angst vor Übervorteilung, Misstrauen, Hilflosigkeit



Wenn Dich diese Aussagen ärgern oder aufregen, hast Du ebenfalls negative Emotionen. Wir haben also gleich zwei brodelnde Vulkane.



Ihr sitzt auf zwei verschiedenen Inseln und ärgert Euch übereinander.



Suboptimale Handlungsstrategien, um Angehörige zu Unterstützern zu machen

Flüchten bzw. nachgeben  
okay, ich tue alles, was Sie sagen und wollen

Totstellen  
ich nehme die Situation, die Emotionen nicht wahr. Ich reagiere nicht darauf.

Kämpfen bzw. verteidigen  
angreifen, belehren



Wunschzustand:  
Ich begeben mich nicht in einen emotional negativen Zustand. Ich bleibe gelassen und empathisch.

Was bedeutet Empathie?



Der zweite Teil der Definition ist die Herausforderung!



Will ich WIRKLICH die Insel des anderen erkunden?



Selbstbild / Fremdbild  
Wir alle haben „blinde Flecken“ = Eigenschaften und Verhaltensweisen, die andere an mir sehen und die mir nicht bekannt sind.

Wir alle haben eine Vorstellung von uns selbst:  
Das Selbstbild

Das sehen andere möglicherweise anders

Ich halte mich für kreativ, andere finde ich sei chaotisch  
Ich halte mich für durchsetzungsstark, andere sagen, ich sei rücksichtslos

Ich finde, ich bin emphatisch, andere halten mich für ein Weichei

Ich halte mich für strukturiert, andere finden, ich sei pedantisch

Die meisten Menschen glauben, das eigene Weltbild gelte auch für alle anderen.

„So, wie Du die Welt betrachtest, so wird sie sich entfalten!“

Beispiel: Eine PDL sagte: „Jetzt habe ich das Gespräch mit dem schwierigen Angehörigen!“

Das Gespräch wird bestimmt mühsam geworden sein.

Damit wir uns selbst besser kennenlernen können und das Wertesystem anderer Menschen besser verstehen lernen, haben sich Persönlichkeitstypologien entwickelt.

Ich arbeite mit dem DISG Modell von persolog®



# PERSOLOG® Persönlichkeitstypologie

## PERSOLOG® zum Kennenlernen – Grobe Einschätzung der Persönlichkeit

Legen Sie nun bei dieser kleinen Einschätzung 10-mal eine Reihenfolge von 1 bis 4 innerhalb einer Wortgruppe mit jeweils vier Begriffen fest.

Beim Ausfüllen entscheiden Sie sich bitte in jeder Wortgruppe für den Begriff, der Ihnen „am ehesten“ entspricht (4 Punkte), dann für den Begriff, der Ihnen „am wenigsten“ entspricht (1 Punkt), zuletzt für die beiden dazwischen liegenden Wörter (3 Punkte für „am zweitbesten“ und 2 Punkte für „am zweitwenigsten“) Tragen Sie die Punkte in die leere Spalte ein.

optimistisch	
selbstsicher	
genau	
harmonisch	

ergebnisorientiert	
beständig	
enthusiastisch	
selbstdiszipliniert	

nachdenkend	
kontaktfreudig	
zuhörend	
wagemutig	

positiv	
risikofreudig	
zurückhaltend	
unterstützend	

geduldig	
spontan	
entscheidungsfreudig	
kontrolliert	

kritisch	
impulsiv	
zuverlässig	
zielorientiert	

bestimmend	
sorgfältig	
teamfähig	
begeistert	

gesellig	
unauffällig	
furchtlos	
strukturiert	

vertrauensvoll	
analytisch	
beliebt	
kraftvoll	

hartnäckig	
überzeugend	
planend	
vermittelnd	

In der Auswertungstabelle entspricht jede Eigenschaft einem Buchstaben.

Zählen Sie die Punkte jeweils für alle vier Buchstaben (D,I,S,G) zusammen und halten Sie die Summe als Ergebnis fest. (Gesamtsumme = 100)

D	I	S	G

Der Buchstabe mit der höchsten Punktzahl repräsentiert Ihr am meisten ausgeprägtes Verhalten; die Summe der anderen Buchstaben zeigen entsprechend Ihre Verhaltenstendenzen in den übrigen drei DISG® Bereichen. Sie werden feststellen, dass Sie Verhaltensdimensionen aus allen drei Bereichen haben. Es gibt keinen Typ in Reinkultur. Jeder Mensch hat von jeder Dimension Anteile.

# PERSOLOG® Persönlichkeitstypologie

---

## Auswertungsbogen „Grobe Einschätzung der Persönlichkeit“

optimistisch	I
selbtsicher	D
genau	G
harmonisch	S

nachdenkend	G
kontaktfreudig	I
zuhörend	S
wagemutig	D

geduldig	S
spontan	I
entscheidungsfreudig	D
kontrolliert	G

bestimmend	D
sorgfältig	G
teamfähig	S
begeistert	I

vertrauensvoll	S
analytisch	G
beliebt	I
kraftvoll	D

ergebnisorientiert	D
beständig	S
enthusiastisch	I
selbstdiszipliniert	G

positiv	I
risikofreudig	D
zurückhaltend	G
unterstützend	S

kritisch	G
impulsiv	I
zuverlässig	S
zielorientiert	D

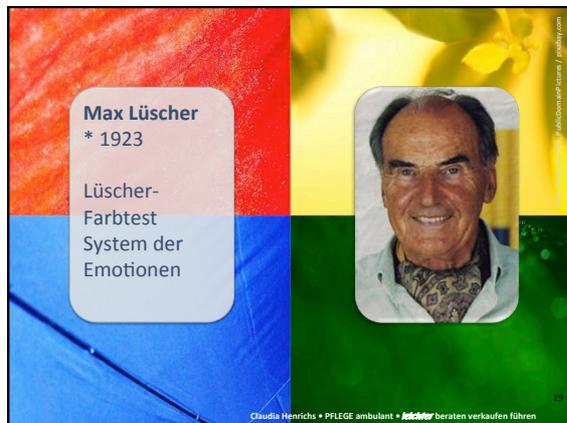
gesellig	I
unauffällig	S
furchtlos	D
strukturiert	G

hartnäckig	D
überzeugend	I
planend	G
vermittelnd	S

Bei diesem Kurz-Check handelt es sich um einen oberflächlichen Trend. Wenn Sie an einem ausführlichen und fundierten Verhaltensprofil interessiert sind, dann schauen Sie sich auf der Seite von persolog um. [www.persolog.de](http://www.persolog.de)

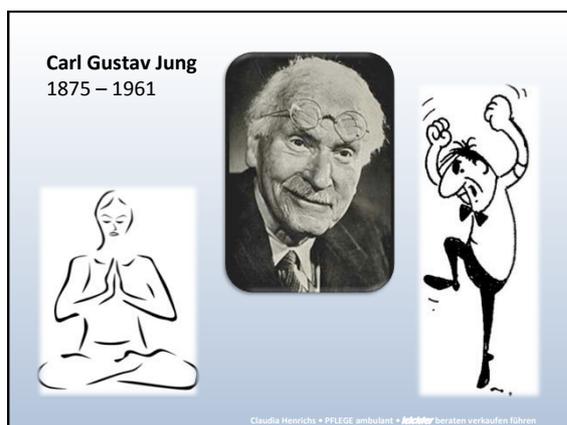


Alle vier Personen beschäftigen sich mit der selben Aufgabe und haben alle eine andere Herangehensweise.



Persönlichkeitstypologien basieren auf zwei wissenschaftlichen Grundlagen:

1. Lüscher Farbttest  
80% aller Menschen schreiben diesen vier Farben die selbe Wirkung zu



2. Die Archetypen von Carl Gustav Jung

Er forschte darüber, wie der Mensch seine Umwelt wahrnimmt und wie er auf sie reagiert.

Er unterschied Extravertierte und Introvertierte sowie Denk-, Fühl-, Intuitions- und Empfindungstypen



# Persönlichkeitstypen nach dem persolog® Modell

**Wertsystem:**  
Ziel und Ergebnis

**Wirkung bei Zuviel:**  
rücksichtslos

## Fokus

**Sache**



**Beziehung**



## Verhalten im Umfeld

**bestimmend**

**zurückhaltend**

**Wertsystem:**  
Perfektion, Struktur

**Wirkung bei Zuviel:**  
pedantisch

**anstrengend**

**entspannt**

**Wahrnehmung der Umwelt**

**Wertsystem:**  
Stabilität, Harmonie

**Wirkung bei Zuviel:**  
unflexibel



Zwischen welchen Werte-Typen gibt es das höchste Konfliktpotential?



Die Werte-Typen in der Diagonale haben keine Gemeinsamkeiten.

Suboptimal: Übereinander lästern  
Optimal: Sich ergänzen wollen



Im Gegensatz zur Folie 8 hat die PDL hier die Mundwinkel nach oben.



Sie ist bereit, die Insel der Angehörigen erkunden zu wollen.

### Die Empathie-Formel

1	<b>WPA</b> Worte persönlicher Anerkennung		Vulkan löschen
2	<b>Bedürfnis deuten</b>		
3	<b>AB</b> Absicherungsfrage		Sachebene erreichen
4	<b>Vorschlag mit typgerechtem Nutzen</b>	Mein Vorschlag:	

Claudia Henrichs • PFLEGE ambulant • **leichter** beraten verkaufen führen

Nur mit einer gelassenen empathischen Haltung kann die Empathie-Formel authentisch angewendet werden.

Die Formel ist bekannt aus der Validation.

Validierende Gesprächsführung basiert auf der Gewaltfreien Kommunikation nach Rosenberg und der klientenzentrierten Kommunikation von Carl Rogers

Ziel: Den Vulkan löschen, um auf die sachliche Ebene kommen zu können

### Die Empathie-Formel

1	<b>WPA</b> Worte persönlicher Anerkennung	Gut, dass Sie das sagen Das ist ein ganz wichtiges Thema Danke, dass Sie das so klar ansprechen ...	Vulkan löschen
2	<b>Bedürfnis deuten</b>	Geld spielt ja heutzutage eine große Rolle. Das Sie im Vergleich zu unseren Einsätzen weniger Pflegegeld bekommen, irritiert Sie.	
3	<b>AB</b> Absicherungsfrage	Nicht wahr?	Sachebene erreichen
4	<b>Vorschlag mit typgerechtem Nutzen</b>	Mein Vorschlag: Wir schauen uns noch einmal ganz genau, gemeinsam an, welche Vorteile Sie haben und welche Ziele Sie mit unserer Unterstützung erreichen. (AB) Wollen wir das so machen? Einverstanden?	

Claudia Henrichs • PFLEGE ambulant • **leichter** beraten verkaufen führen

Beispiel:

Warum bekommen Sie so viel mehr Geld als ich, der sich 24 Stunden um die Mutter kümmert?

Das größte Bedürfnis von Menschen ist SOZIALE Anerkennung.

# Die Empathie-Formel

1	<b>WPA</b> Worte persönlicher Anerkennung	Gut, dass Sie das sagen Das ist ein ganz wichtiges Thema Danke, dass Sie das so klar ansprechen ...	 <h2 style="text-align: center;">Vulkan löschen</h2>
2	<b>Bedürfnis deuten</b>	Geld spielt ja heutzutage eine große Rolle. Das Sie im Vergleich zu unseren Einsätzen weniger Pflegegeld bekommen, irritiert Sie.	
3	<b>AB</b> Absicherungsfrage	Nicht wahr?	
4	<b>Vorschlag mit typgerechtem Nutzen</b>	Mein Vorschlag: Wir schauen uns noch einmal ganz <b>genau</b> , <b>gemeinsam</b> an, welche <b>Vorteile</b> Sie haben und welche <b>Ziele</b> Sie mit unserer Unterstützung erreichen. (AB) Wollen <b>wir</b> das so machen? <b>Einverstanden?</b>	 <h2 style="text-align: center;">Sachebene erreichen</h2>

# Anleitung zum weiteren Gebrauch des Buches

Teil 1 ■

## WICHTIGE „D“-INFORMATION!

**1.** Buch durchblättern und zumindest Zwischen-**Überschriften** und Zusammenfassungen **lesen**.

**2.** Markieren, was nötig ist.

**3.** Umsetzen und weitere → „1x1“-Exemplare sofort bestellen.

Die Autoren

**Sehr geehrte „G“-Leserin, sehr geehrter „G“-Leser!**  
In diesem Buch wurden Informationen im Umfang von 11.257 Seiten insbesondere aus US-amerikanischen Quellen verarbeitet; es stellt so für Sie ein qualifiziertes Nachschlagewerk dar. 134 Cartoons, 39 Grafiken, 64 Tabellen, 10 Bilder sowie 23 weiterführende Literaturhinweise geben Ihnen die nötigen Informationen, die Sie zur Einführung ins Thema „Persönlichkeit“ brauchen. Es wurden sowohl ausführliche Beschreibungen als auch synoptische Übersichten verwendet. Die statistischen Werte des persolog® Persönlichkeits-Modells wurden im Kaplan-Report (Minneapolis, Minnesota 1983) und einem deutschen statistischen Bericht der persolog GmbH (Remchingen 1995) nachgewiesen.

Obwohl alle Seiten von mehreren Lektor(inn)en Korrektur gelesen wurden, teilen Sie uns bitte eventuelle Druck- oder Satzfehler mit, damit wir diese in der nächsten Auflage korrigieren können.

Giengen und Heidelberg, 14. Dezember 1995, 8.57 Uhr

Hochachtungsvoll

Die Autoren

P.S.: Auf die Möglichkeit zur Folgebestellung weiterer Leseexemplare wird auf den entsprechenden Anzeigenseiten hingewiesen.

**Liebe „I“-Freunde,**

wir haben hier ein schönes Buch, das Euch bestimmt begeistern wird. Vielleicht habt Ihr beim Lesen auch so viel Freude wie wir beim Schreiben?!

Wir haben für Euch extra großen Wert auf Bilder, Farben und Geschichten gelegt, damit Ihr viel Spaß beim Durchsehen habt.

■ Bitte beim Lesen beachten, dass sich der Mensch nur drei Dinge auf einmal merken kann.

■ Bitte nicht alles auf einmal umsetzen wollen und nicht vergessen: „Weniger ist mehr.“

■ Bitte weitere „1x1“-Exemplare für alle Kollegen, Freunde und Kunden bestellen, und vergesst nicht, einen persönlichen Gruß reinzuschreiben ...

Bis bald



Eure Autoren

☛ P.S.: Faxt uns eine wahre Geschichte, die Ihr nach dem Lesen des „1x1“-Buches erlebt und erfolgreich umgesetzt habt. Die beste Story wird mit Eurem Bild veröffentlicht.

**Guten Tag, liebe „S“-Leserin,  
guten Tag, lieber „S“-Leser,**

*blättern Sie das Buch erst einmal kurz durch, um sich einen Überblick zu verschaffen. Sie werden feststellen, dass den verschiedenen Anwendungen immer die gleiche Struktur zugrunde liegt.*

*Sie werden sich schnell an die interessante Schreibweise gewöhnen. Machen Sie sich selbst keinen Druck, und lesen Sie einfach Seite für Seite, besprechen Sie die Inhalte mit einem/r guten Freund/in, und tauschen Sie sich darüber mit anderen aus.*

Mit freundlichen Grüßen

Ihre Autoren

☛ Falls Sie mit dem „1x1 der Persönlichkeit“ gute Erfahrungen gemacht haben, können Sie es zu Geburtstagen oder Weihnachten an Ihre guten Bekannten verschenken. Sie können das Buch bei Ihrem Buchhändler oder bei den im Anhang angegebenen Adressen bestellen.

**TYPGERECHTE KOMMUNIKATION**

Anleitung zum weiteren Gebrauch des Buches

**WICHTIGE „D“-INFORMATION!**

1. Buch durchblättern und zurechtfinden Überschriften und Zusammenfassungen lesen.
2. Markieren, was nötig ist.
3. Umsetzen und weitere bestellen.  
→ „11“-Exemplare sofort bestellen.

Die Autoren

Ein Beispiel aus: Das 1x1 der Persönlichkeit persolog, Lothar J. Seiwert / Friedbert Gay

Claudia Henrichs • PFLEGE ambulant • **leichter** beraten verkaufen führen

Jeder Wertetyp nutzt und braucht eine andere Sprache.

Was soll mit diesen unterschiedlichen Texten erreicht werden?

Die verschiedenen Persönlichkeitstypen sollen das Buch kaufen.

Das selbe Buch mit vier verschiedenen Argumenten.

**Zwei Action-Steps**

1. Nimm Dir einmal die Aussagen der Angehörigen vor (Seite 2 fünfte Folie) und überlege die eine Antwort mit den drei Schritten der Empathie-Formel.

**PRAXISBEISPIEL**

„Ihre Pflegekräfte sind nie pünktlich!“

Wie sprechen Sie das Bedürfnis an?

Welchen Vorschlag mit welchem Nutzen unterbreiten Sie?

Claudia Henrichs • PFLEGE ambulant • **leichter** beraten verkaufen führen

2. Wenn Du den Kurz-Check für Dich gemacht hast, kennst Du Deine höchste Ausprägung (jedenfalls in der Tendenz)

Schreibe bitte einmal für die drei anderen Werte-Typen auf, was genau D an diesen am meisten schätzt.

**SELBST-REFLEXION**

<b>D</b> dominante Entscheider	<b>I</b> innovative Macher
<b>G</b> gewissenhafte Analytiker	<b>S</b> sicherheitsbewusste Stetige

Was schätze ich an der jeweils anderen Verhaltensdimension am meisten?

Claudia Henrichs • PFLEGE ambulant • **leichter** beraten verkaufen führen

**MEHR VON MIR**

**Auf meiner Webseite:**  
[chc-team.com](http://chc-team.com)

**Im Podcast**

Anhören auf  
**Apple Podcasts**

Available on the Android  
**App Store**

Claudia Henrichs • PFLEGE ambulant • **leichter** beraten verkaufen führen

Bleiben wir in Kontakt  
Ich freue mich darüber, wenn Du auf meiner  
Webseite viele Impulse findest, die Dir die  
Praxis leichter machen.

Bis demnächst!

Deine Claudia :)

**QUELLEN UND BILDNACHWEISE**

Objekt	Quelle	Seite
Grafiken und Informationen zu Persönlichkeitspsychologie	Persolog GmbH, Remchingen / Das 1x1 der Persönlichkeit	14-18, 21-23, 27-29
Foto Spinnennetz	FixPix_deLuxe / pixabay.com	2,3,5
Foto Leuchtturm	Hans-Dirk Reinartz	4, 14-17
Foto Vulkanausbruch	skeeze / pixabay.com	6-10, 24
Fotos Inseln	OpenClipart-Vectors / pixabay.com, Clier-Free-Vector-Images / pixabay.com	8, 24, 25
Foto Fluchtweg	CC0 Creative Commons / pixabay.com	9
Foto Pilschhund	JulieLouis / pixabay.com	9
Foto Herzvulkan	kropekt_pl / pixabay.com	10, 11, 24-26
Foto Boxhandschuhe	© Einur - Fotolia.com	9
Foto nachdenklicher Mann	© Fernando Cortés - Fotolia	12, 13
Foto Max Lüscher	wikipedia	19
Foto Carl Gustav Jung	wikipedia	20
Foto rot	Stux / pixabay.com	19, 21-23, 28, 29
Foto gelb	Pexels / pixabay.com	19, 21-23, 28, 29
Foto grün	Scoreits / pixabay.com	19, 21-23, 28, 29
Foto blau	PublicDomainPictures / pixabay.com	19, 21-23, 28, 29
Fotos Claudia Henrichs	Sonja Dräger, Fotografie Köln	30

32  
Claudia Henrichs • PFLEGE ambulant • **leichter** beraten verkaufen führen