

**Insider-Tipps
für Ihr Business!**

Erfolgreich führen mit Coaching

Alles, was Sie wissen müssen, um Ihre
Führungsqualitäten zu verbessern.



Inhalt

| | |
|--|----|
| Einleitung | 02 |
| Über mich | 03 |
| Gedanken bewusst steuern | 04 |
| Leadership Coaching | 05 |
| Anders als andere | 07 |
| Zum Kern einer Sache vordringen | 08 |
| Resilienz - Das aktuell stärkste Kaufmotiv | 10 |
| Persönliche Tipps | 12 |
| Kostenloses Coaching | 13 |
| Notizen | 14 |

Rechtlicher Hinweis

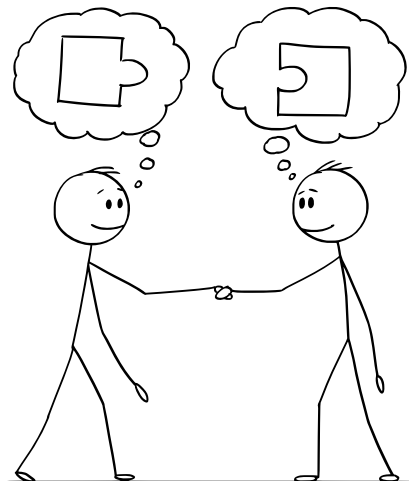
Alle Inhalte dieses Workbooks, einschließlich Text, Bilder, Grafiken sind durch das Urheberrecht und andere geltende Gesetze geschützt. Bilderquellen: Reinhard Lindner, Canva. Es ist untersagt, diese Inhalte ohne ausdrückliche schriftliche Genehmigung zu kopieren, zu reproduzieren, zu verteilen, zu übertragen, zu veröffentlichen oder anderweitig zu nutzen. Jede Verletzung dieser Bestimmungen kann zu rechtlichen Schritten führen. Bitte beachten Sie, dass wir unsere Rechte jederzeit geltend machen können.

Einleitung

Jeder Spitzensportler hat einen Coach. Um auf einem hohen Niveau noch besser zu werden und Bestleistungen erbringen zu können, bedarf es einer Vertrauensperson, die kompetent ist, die Potenziale erkennt und Rahmenbedingungen schafft damit sich diese Talente entfalten können. Ähnliches gilt für Führungskräfte, zumal deren Themenstellungen mindestens genauso herausfordernd sind, wie die von Spitzensportlern.

Was macht ein wirklich guter Coach?

Er stellt die besten Fragen der Welt und bringt so die Denkmachine des Coachees ins Laufen. Die Antwort für ein Problem kann nur von der Person kommen, welche das Problem hat. So wie in einem Holzklotz bereits eine wunderschöne Skulptur enthalten ist, welche vom Künstler mit viel Geschick freigelegt wird, legt auch ein Coach die Lösung durch viel Empathie und meist wenige, aber sehr gezielte Fragen frei. Erstaunlich einfach und logisch erscheint nach diesem Prozess die Antwort auf das Problem in das der Coachee verstrickt war. Coachen heißt auch Knoten lösen und das Herz und die Seele zu Wort kommen lassen. Themen von verschiedenen Perspektiven und ganzheitlich zu betrachten, führen zu einer anderen Wahrnehmung und somit auch zur gewünschten Einsicht und Klarheit.



Über mich

Mein Name ist Dr. Reinhard Lindner. Ich bin seit mehr als drei Jahrzehnten Unternehmensberater und Managementtrainer (mit Spezialisierung auf Personalentwicklung) mit zahlreichen Expertisen in Süd-Ostasien. Ein starkes berufliches Engagement lehrte mich verschiedene Blickwinkel und Herangehensweisen, um komplexe Herausforderungen in der Führung von Organisationen zu lösen. Seit 1996 bin ich mit ca. 4000 Seminaren und etwa 50.000 Teilnehmern, einer der meistgebuchten Managementtrainer im deutschen Sprachraum.



Gedanken bewusst steuern

Dass wir das Produkt unserer Gedanken sind, das wissen wir bereits. Dass unsere Gedanken unser Tun bestimmt und unsere Handlungen zur Gewohnheit werden, wissen wir auch. Aber wie kann ich meine Gedanken besser oder bewusster steuern? Bei den Japanern gibt es ein Sprichwort: „**Make the good things to your habit!**“ Aber wie weiß ich, was wirklich gut für mich ist?

Um dies herauszufinden, helfen folgende Fragen:

- Was fühle ich beim Gedanken an ...?
- Was wäre, wenn ich darauf verzichten müsste?
- Dient es meiner Weiterentwicklung oder meiner Eitelkeit?
- Mache ich es wirklich für mich oder für andere?
- Macht es mich unabhängig und frei?

Wenn ich Dinge tue, wo mein Herz aufgeht, wo ich die Zeit vergesse, wo ich ganz tief in das Thema eintauche, ohne dass mich andere Themen belasten, wer bin ich dann? Gibt es so etwas in meinem Leben und wann habe ich dies das letzte Mal verspürt? Dies sind wichtige Fragen, welche die Maschine des Denkens befeuern.

Leadership Coaching

Coaching allgemein und Coaching für Führungskräfte im Besonderen befindet sich auf dem Weg von einer „neuen Disziplin“ hin zu einer anerkannten Profession. Letzteres bringt mit sich, dass Leadership Coaching auch zu einem Forschungsgebiet geworden ist und es somit relevante Daten über Methodik, Wirkung und das Verhältnis der beiden Begriffe gibt. Die positiven Effekte von Coaching wurden mittlerweile anhand diverser wissenschaftlicher Studien und einiger Metaanalysen ausreichend erforscht und nachgewiesen.

Doch welche konkreten Faktoren lösen die positive Wirkung des Coachings aus? Worin genau besteht die Wirkung, die eine Weiterentwicklung des Coachees auslöst? Ähnlich wie ein Arzt, der sich für eine Medikation bei seinem Patienten entscheiden muss oder ein Rechtsanwalt, der sich auf eine bestimmte Verteidigungslinie für seinen Mandanten einzuschwören hat, steht auch der Coach am Beginn eines Coachingprozesses vor der Herausforderung, für welche Methodik er sich entscheidet, um für seinen Coachee den größtmöglichen Nutzen zu erzielen.

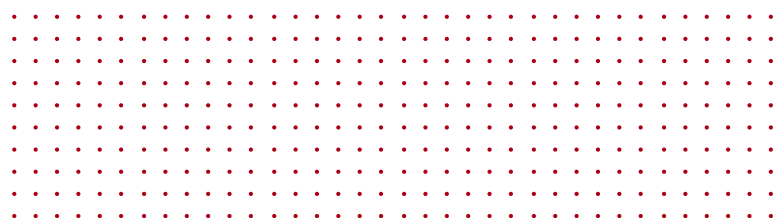
Doch worauf kann sich der Coach stützen, dass der Weg, den er einschlägt, tatsächlich zum Ziel führt? Die Coachingforschung zeigt auf, dass es nicht die ausgefeilten Methoden und gewitzten Techniken sind, die zur Wirksamkeit von Coaching beitragen, sondern vielmehr grundlegende Faktoren. Allen voran eine wertschätzende Beziehungsgestaltung zwischen Coach und Coachee, geprägt von Ehrlichkeit und Offenheit. Mindestens genauso wichtig ist der Blick auf die Potenziale des Coachees. Je besser der Coach über die Talente und auch Entwicklungspotenziale seines Klienten Bescheid weiß, desto mehr Wirkung erzielt er im Coaching. Wertvolle, ja nahezu unverzichtbare Erkenntnisse liefert hier eine professionelle, im Vorfeld durchgeführte Personaldiagnostik. Profiling values eignet sich hier als Instrument besonders gut.

Was sind Wirkfaktoren im Coaching

Aus der Sicht der Wissenschaft bezeichnet man erfolgsrelevante Variablen als „Erfolgsfaktoren“ oder eben auch „Wirkfaktoren“. Ein Wirkfaktor ist also ein Kriterium, das zum Erfolg eines Coachings maßgeblich beiträgt.

Erfolgreich ist ein Coaching dann, wenn die vereinbarten Ziele – oder andere im Rahmen einer Evaluation als positiv definierte Ergebnisse – nachhaltig erreicht werden. Es kann hier auch der Fall sein, dass sich das zunächst angestrebte Ziel des Klienten während des Coachingprozesses ändert, weil er zu der Erkenntnis kommt, dass ein anderes Ziel lohnenswerter ist. Gelingt es also dem Coach, die Beziehungsebene zu stärken, so entsteht Vertrauen, der Coachee ist bereit, sein Verhalten zu reflektieren, neue Zugänge anzunehmen und einen Veränderungsprozess in sich zu initiieren. Im Coaching geht es immer darum, das vorhandene Potenzial des Coachees freizulegen, mit dem zu arbeiten, was bereits an Talenten und Fähigkeiten beim Coachee vorhanden ist. Intrinsisch motiviert, gelingt es dem Coachee, selbst Lösungen zu finden, gestützt und begleitet vom Coach. Viel Empathie ist erforderlich, um zum Kern der Coachingthemen vorzudringen, das Wesen und den Charakter der Problemstellung zu durchschauen, um dann den Blickwinkel zu verändern, neue Sichtweisen auszuloten und Lösungen zu kreieren. Das ist das Einmaleins des Coachings. Um sicherzugehen, ob man als Coach auf einem guten Weg ist, empfiehlt es sich, im Laufe des Coachingprozesses immer wieder folgende Reflexionsfragen zu stellen:

- Inwieweit ist es mir gelungen, die Beziehung zu meinem Klienten wertschätzend und vertrauensvoll zu gestalten?
- Herrscht Klarheit über konkrete Ziele?
- Ist das ursprünglich angepeilte Ziel immer noch erstrebenswert oder bedarf es einer Kurskorrektur?
- Habe ich die Potenziale meines Klienten in ausreichendem Maße aktiviert oder revitalisiert?
- Habe ich eine Basis dafür geschaffen, dass Selbst- und Problemreflexionsprozesse meines Klienten tatsächlich ergebnisorientiert sind?
- Habe ich Zwischenevaluationen zur Prozessreflexion berücksichtigt?



- War ich flexibel genug, um mein Vorgehen bestmöglich an die Persönlichkeit und die individuelle Situation des Klienten zu adaptieren?
- Habe ich die Bedeutung von Werten ausreichend ins Spiel gebracht, welche auf die Sinnfrage des Klienten antworten?

Mit diesen oder ähnlichen Fragen wird der Fokus auf die zentrale Aufgabe des Coachings gerichtet, nämlich: Wirkung zu erzielen. Aus konstruktivistischer Perspektive ließe sich dadurch sogar die Wirklichkeit der Klienten positiv beeinflussen. Oder, in den Worten von Kurt Lewin, einem bedeutenden Psychologen des 20. Jahrhunderts: „Wirklich ist, was wirkt.“

Synchronisation als wesentliches Wirkprinzip

Der integrative Ansatz beim Coaching verfolgt einen selbst gesteuerten Problemlösungsprozess, wobei bestimmte Phasen mit der Berücksichtigung diverser Wirkfaktoren zusammentreffen. Angestrebtes Ziel ist es, möglichst gute Rahmenbedingungen für den Klienten zu schaffen, sodass Hilfe zur Selbsthilfe realisiert werden kann. Das wesentliche Wirkprinzip während des gesamten Coachingprozesses ist das Prinzip der Synchronisation. Unter Synchronisation versteht man die kontinuierliche, dynamische Ab- und Einstimmung zwischen dem Coach und dem Klienten, um ein größtmögliches Maß an gegenseitigem Verständnis zu erreichen. Primär geht es nicht darum, möglichst große Harmonie zu erzeugen, sondern um das gemeinsame Überwinden von „Krisen“. Für eine gelingende Synchronisation ist aber nicht unbedingt eine möglichst enge Beziehung anzustreben, sondern eine Anpassung beider Kommunikationsseiten. Empirische Studien geben deutliche Hinweise darauf, dass die Gefahr einer Rückzugsruptur (der Klient zieht sich in sein Schneckenhaus zurück) hoch ist, sobald der Coach eine fixe Hypothese hat, während der Klient unsicher ist, wie er darauf antworten soll. Mitunter kann in einem solchen Fall das Coaching ganz abgebrochen werden, ohne dass explizit eine Begründung artikuliert wird. Liegt hingegen eine ähnliche Einschätzung der jeweiligen Faktoren für die Synchronisation vor, ist Kommunikation „auf gleicher Wellenlänge“ möglich. Die Synchronisation erfordert dabei nur eine geringe

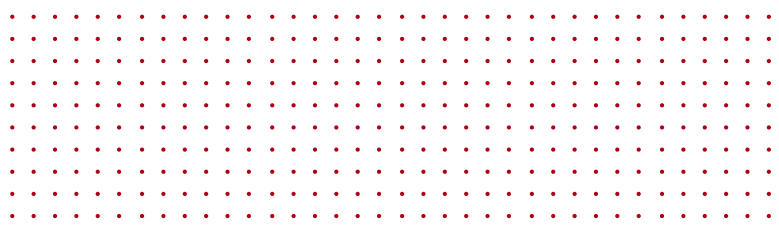


Koppelungskraft, damit synchron, aber nicht im völligen Gleichtakt miteinander gearbeitet werden kann. Das verständnisvolle „Einschwingen“ ermöglicht auch Flexibilität auf beiden Seiten. Nur so können emergente Prozesse neue Muster entstehen lassen.

Fünf Faktoren individueller Synchronisation können festgemacht werden:

1. Emotionale Stabilität
2. Empathisches Gespür
3. Passung der Interventionen
4. Aufnahmebereitschaft
5. Verarbeitungstiefe

Ein exzellentes Leadership Coaching zeichnet sich dadurch aus, dass der Coach in der Lage ist, die besten Fragen der Welt zu stellen. Dies setzt voraus, der er außergewöhnlich gut zuhören kann und ein ehrliches Interesse an seinem Coachee als Mensch hat.



Anders als andere

„Be different or die“, lautet ein berühmter Spruch in der Marketingbranche. Es ist essenziell seine Unterscheidungsmerkmale genau herauszuarbeiten. „More of the same“ ist nicht gefragt. Unternehmen, denen es gelungen ist, ihre Einzigartigkeit hervorzuheben, erzeugen für ihre Produkte am Markt eine Begehrlichkeit. Es gilt einen Mehrwert für den Kunden spürbar zu machen und dieser kann sich auf die verschiedenste Art und Weise ausdrücken. Es geht von individuellen Maßanfertigungen, über Punkten durch Innovation und Design bis hin zu ganz einfachen Arbeiten, die andere nicht mehr machen, weil es sich für sie (angeblich) nicht lohnt. Entscheidend ist beim Anders sein aber immer authentisch zu bleiben. Seine Kernkompetenz nicht aus den Augen zu verlieren und sich immer wieder die Fragen stellen: Können wir das wirklich und passt das zu uns? Oft benötigt das Anders sein aber auch Geduld und Konsequenz. Die beste Idee nützt uns nichts, wenn die Zeit noch nicht dafür gekommen ist.

Was haben andere anders gemacht?

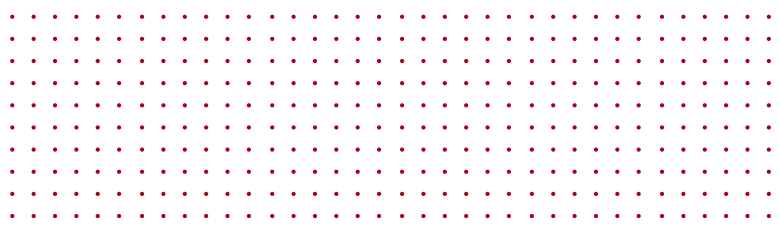
Was ist erfolgreichen Unternehmen gelungen und anderen nicht? Red Bull hat es geschafft sich von der Wahrnehmung eines Getränkeherstellers zu lösen, hin zu einem Inbegriff für Life Style. Es war nicht die Innovationskraft und auch nicht die Finanzkraft, welche das Unternehmen an die Weltspitze gebracht hat. Vielmehr war es ein ausgeklügeltes Marketingkonzept. Man hat auf Radsportarten gesetzt, welche bei der Zielgruppe eine hohe Aufmerksamkeit erregen und das Sponsern der Akteure leistbar war. So wurde unbewusst das Produkt in Verbindung gebracht mit „Grenzen überschreiten“ oder „das Unmögliche möglich machen“. Gepaart mit dem Credo „Red Bull verleiht Flügel“ wurden potenzielle Kunden emotional berührt und zum Kauf angeregt. Leo Hillinger war einfach „Bauernschlau“ und ein exzellenter Selbstvermarkter. Die Tatsache, dass er mit einem Budget von 50.000 Schilling mit einem einfachen Trick den Zutritt in die Spitzengastronomie mit seinem Wein geschafft hat, ist beeindruckend. Er hat seine engsten Freunde gefragt, ob sie auf seine Kosten in den feinsten Restaurants in Wien Essen gehen möchten. Die einzige Bedingung war, dem Kellner nach einen Hillinger Wein zu fragen und empört zu sein, wenn dieser nicht auf der Weinkarte zu finden war.

Gleich am nächsten Tag hat sich Leo Hillinger dann persönlich beim Einkäufer oder Restaurantbesitzer gemeldet und ihm seinen prämierten Wein angeboten. Und die Rechnung ist aufgegangen. Natürlich stecken auch noch viel Fleiß und Engagement dahinter, um den endgültigen Durchbruch zu erreichen. Die Schifirma Original Plus beispielsweise stellt einen maßgeschneiderten Schi, wo der Kern für jeden Kunden individuell gefräst wird, zu einem leistbaren Preis her. Abgerundet wird das Konzept noch von der Tatsache, dass jeder Kunde das Design auch noch selbst bestimmen kann. Somit ist jeder Schi ein Unikat und auf das Fahrkönnen und Nutzungsverhalten des Kunden präzise abgestimmt.

Raus aus der Vergleichbarkeit

Wir sehen also, es zahlt sich richtig aus sich darüber Gedanken zu machen, die Unterscheidungsmerkmale seines Produktes oder seiner Dienstleistung sauber herauszuarbeiten. Ist man mit dem, was man verkaufen möchte, vergleichbar, zählt nur noch der Preis. Und es wird immer jemanden geben, der das Gleiche oder ein sehr ähnliches Produkt zu einem günstigeren Preis anbietet. Jetzt beginnt sich die Preisspirale zu drehen aus der man meist nur sehr schwer wieder herauskommt. Anders sein kann sich aber auch in seiner Persönlichkeit ausdrücken. Menschen sind emotionale Wesen. Es reicht oft einem Kunden ein besonders gutes Gefühl zu vermitteln, um sein Vertrauen zu gewinnen. Sich gut aufgehoben, behütet, wertgeschätzt zu fühlen, kann auch schon kaufentscheidend sein. Unterschätzen wir nicht die Macht der Gefühle, welche in der Lage sind Menschen emotional zu berühren und zu Handlungen motivieren.

Das Spiel bleibt also spannend, wie es uns auch künftig gelingt, die Gunst der Kunden zu erlangen. Kreativität, Innovation aber vor allem auch Ehrlichkeit und Konsequenz sind ein guter Mix um im Spiel zu bleiben.



Zum Kern einer Sache vordringen

Was wir im Westen von den Japanern wirklich lernen können, ist zum Kern einer Sache vordringen. Es ist ein wesentlicher Unterschied zwischen „kennen“ und „können“. Können im japanischen Sinne bedeutet, etwas in die unbewusste Kompetenz bringen. Etwas zu tun in höchster Qualität, ohne darüber nachdenken zu müssen. Komplexe Themen auch in einer Stresssituation authentisch abrufen zu können. In der japanischen Sprache gibt es hierfür einen Begriff: Shu 守

Eine Reise zu mehr Wissen: Shu 守

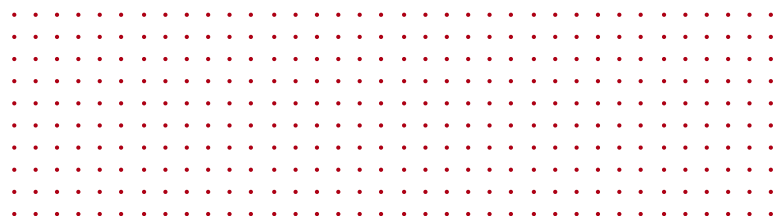
Shu 守 bedeutet „studieren“, sich einer Sache widmen, etwas seine ganze Aufmerksamkeit schenken. Japaner werden nicht müde, etwas aus den verschiedensten Perspektiven zu betrachten, immer und immer wieder. Sie interessieren sich für jedes Detail, auch wenn es noch so unwesentlich erscheint. Sie fotografieren alles und das mehrmals, für Europäer oft unverständlich und nicht nachvollziehbar. Shu heißt wirklich zum Kern einer Sache vorzudringen, das Wesen zu verstehen und verinnerlichen. Japaner verstehen darunter auch die Sicherheit zu erlangen, dass alle Beteiligten vom Gleichen reden, um Missverständnisse vorzubeugen. Tiefgang bedeutet Einsicht, aus Oberflächlichkeit resultiert Fehleranfälligkeit. „Go for the mastery, average is waste of time“, war ein oft zitierter Spruch meines Meisters Hidetaka Nishiyama. Gelebtes Shu erzeugt Selbstvertrauen. Aus Selbstvertrauen resultiert Gelassenheit. Und die Gelassenheit ist das Tor zur Intuition.

10.000 Stunden üben

Um etwas in die Perfektion zu bringen, benötigt man die berühmten 10.000 Stunden. Das heißt 10.000 Stunden üben. Dies bedeutet zwei Stunden täglich sieben Mal in der Woche und das ganze 13 Jahre lang. Unabhängig davon, ob dies das Erlernen eines Musikinstrumentes, das Ausüben einer Sportart oder das Zubereiten von Köstlichkeiten in der Küche ist, es sind überall diese 10.000 Stunden. Die Lehrzeit eines Sushi Koches in Japan beträgt 10 Jahre. Dann hat er die Lehre abgeschlossen und ist noch lange kein Sushi Meister. Die Herstellung eines Katanas (japanisches Schwert) von einem Schwertschmiedemeister dauert zirka zwei Jahre.

Allein das Schleifen der Klinge dauert 21 Tage durchgehend neun Stunden pro Tag.

So tief in ein Thema einzutauchen, bedarf einer gehörigen Portion an Ausdauer und Disziplin. Und davon haben Japaner deutlich mehr als die Menschen aus dem Westen. Der Grund dafür liegt in der Erziehung, aber vor allem im Erlernen der Schrift. Die europäischen Sprachen haben zwischen 26 und 35 Buchstaben. Pädagogen bestätigen, dass ein durchschnittlich intelligentes Kind 5 Buchstaben pro Tag erlernen kann. So gesehen wären wir mit dem Studium unserer Schrift in einer Woche durch. Die Asiaten fragen sich in der Tat, was unsere Kinder in der Schule all' die Jahre machen. Die chinesische Schrift besteht aus rund 10.000 Schriftzeichen. Im Japanischen sind es zwar deutlich weniger, dafür kommen aber noch die beiden japanischen Silbenalphabete 56 Katakana und 56 Hiragana dazu und es gibt jeweils zwei unterschiedliche Arten des Lesens. Allein sich also dem Schreiben und dem Lesen mächtig zu machen, bedarf es viel mehr Ausdauer und Disziplin in Südost Asien als in der westlichen Welt.

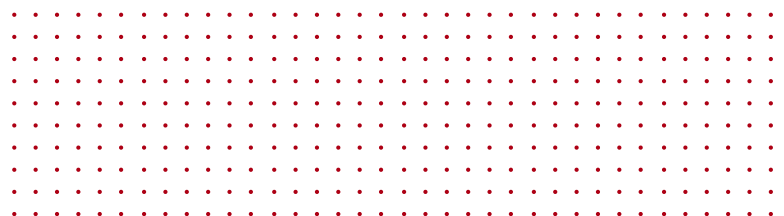


Die Kunst Des Tiefen Eintauchens: Wie Sie sich in ein Thema verlieben und zum Meister werden!

Es macht Sinn, sich mit einer Sache intensiv zu beschäftigen und tief in die Materie einzutauchen. Ein Thema richtig gut zu beherrschen, also Experte zu sein, vermittelt ein sicheres Gefühl und hohe Glaubwürdigkeit. Gleichzeitig gilt es darauf zu achten, um nicht in die „Perfektionsfalle“ hineinzutappen. Es gilt also ein gutes Gespür zu finden, wo reicht mir ein grober Überblick und wo lohnt es sich zum Wesen einer Sache vorzudringen.

Die Themen werden immer komplexer

Deshalb ist es gar nicht möglich, als Führungskraft in allen Bereichen kompetent zu sein. Jetzt ist Vertrauen angesagt und vor allem loslassen können. Ein Chef kann und muss nicht alles wissen. Wenn Mitarbeiter spüren, dass man ihnen wirklich vertraut, werden sie staunen, welche Ergebnisse sie ihnen liefern. In gut geführten Organisationen haben sie nur zwei Möglichkeiten. Sie vertrauen ihren Mitarbeitern oder sie vertrauen ihnen eben nicht. Wenn sie jedoch einen Mitarbeiter ihres Teams nicht mehr vertrauen können, ist es besser, Sie trennen sich von ihm. Misstrauen zerstört die Unternehmenskultur. Und die Unternehmenskultur ist maßgeblich, ob gute Mitarbeiter kommen und vor allem auch bleiben.



Resilienz - Das aktuell stärkste Kaufmotiv

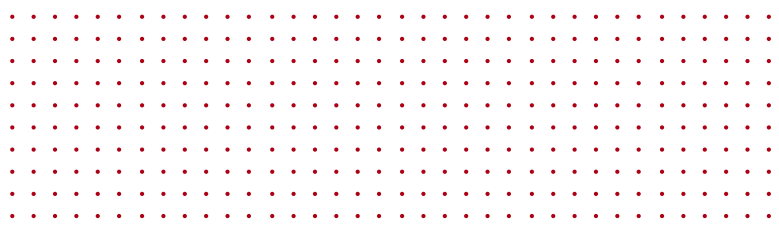
“Man never made any material as resilient as the human spirit.” [BERNARD WILLIAMS]

Trendforscher und auch Marketingexperten bezeichnen die Resilienz als das stärkste Kaufmotiv der nahen Zukunft. Wir leben in einer Zeit des Wohlstands, in einem hochentwickelten Sozial- und Gesundheitssystem, mit noch nie da gewesenen Entwicklungschancen bei ständig steigender Lebenserwartung. Gleichzeitig sind aber bis zu 40 Prozent der Bevölkerung Burnout-gefährdet bei wachsenden psychosomatischen Erkrankungen und daraus resultierender zunehmender Suizidrate. Die Globalisierung zieht die Welt bedrückend eng zusammen, Digitalisierung ist ein enormer Beschleuniger und lässt uns immer weniger Zeit, um uns an Veränderungen anzupassen. Die Herausforderungen sowohl beruflich als auch privat werden anspruchsvoller und komplexer. Um dies alles bewältigen zu können bedarf es einer gehörigen Portion an Resilienz. Dies ist auch der Grund, warum Branchen, welche die Resilienz des Menschen stärken oder zumindest vorgeben, dies zu tun, boomen. Von Wellness über Fitness bis hin zu Mikronährstoffen und Nahrungsmittelergänzungen wird hier dem Kunden versprochen, durch diese Maßnahmen resilienter und damit erfolgreicher zu werden.

Bemerkenswert ist, dass der Begriff Resilienz ursprünglich aus der Physik stammt. Er beschreibt die Elastizität eines Werkstoffs beziehungsweise die Widerstandsfähigkeit eines Systems gegenüber äußeren Einflüssen oder Störungen. Ein Gummiband beispielweise kann dieses Phänomen sehr schön veranschaulichen: Dehnt man das Gummiband aus und nimmt dann die Spannung wieder heraus, geht es wieder in seinen ursprünglichen Zustand zurück. Trotz einer Störung, in diesem Fall war es das Ausdehnen, sind keine bleibenden Schäden sichtbar. Ein zulässiger Vergleich ist auch der eines Stehaufmännchens. Egal von welcher Seite Kraft auf das Männchen einwirkt und egal wie oft es umfällt, es steht immer wieder auf und kehrt in seine ursprüngliche Position zurück. Dies erklärt auch die Wurzeln des Wortes Resilienz, welches sich aus dem Lateinischen „resilire“ ableitet und „zurückspringen“ oder „abprallen“ bedeutet.

Anpassungsfähigkeiten an Veränderungen

Resilienz ist also die Fähigkeit, schwierige Situationen zu meistern und sich nach Niederlagen schnell wiederaufzurichten, nach vorne zu blicken und selbst aus Krisen gestärkt hervorzugehen. Ein weiteres wesentliches Merkmal von Resilienz ist die höhere Anpassungsfähigkeit eines Menschen an Veränderungen, unabhängig davon, ob die Veränderung im privaten oder beruflichen Umfeld stattfindet. Deshalb ist eine stark ausgeprägte Resilienz für die Karriere sehr förderlich. Denn wer nach einer Kündigung oder einem gescheiterten Projekt schnell wieder auf den Beinen steht und reflektiert, um aus den Fehlern zu lernen, hat eindeutig die besseren Karten. „Diejenigen, die resilient sind, können Veränderungsprozesse besser meistern“, sagt die Ärztin, Autorin und Unternehmensberaterin Mirriam Prieß. „Sie sehen in jeder Krise die Chance auf Veränderung. Und selbst, wenn sie mal scheitern, ist das kein Weltuntergang: Denn sie verlieren sich in einer negativen Situation nicht in den eigenen Gefühlen, sondern lernen daraus und gehen weiter. Andere, die keine hohe Resilienz haben, verbeißen sich dagegen im Problem und erschöpfen sich so. Resiliente Menschen haben im Job außerdem den Vorteil, Dinge auch mal von sich abprallen lassen zu können und gelassener zu sein. Sie wissen, welche Bedeutung der Job für sie hat – und achten auf eine Balance zwischen Beruf, Freizeit und anderen sozialen Kontakten. Unbefristete Arbeitsverträge werden seltener, häufige Jobwechsel zur neuen Normalität. Zuletzt scheinen auch die psychosozialen Anforderungen im Berufsleben zuzunehmen, betrachtet man nur die steigenden Zahlen psychischer Erkrankungen und die Mobbing-Fälle. Umso wichtiger wird es in Zukunft sein, mit seinen Ressourcen gut hauszuhalten und sich in Gelassenheit zu üben.“

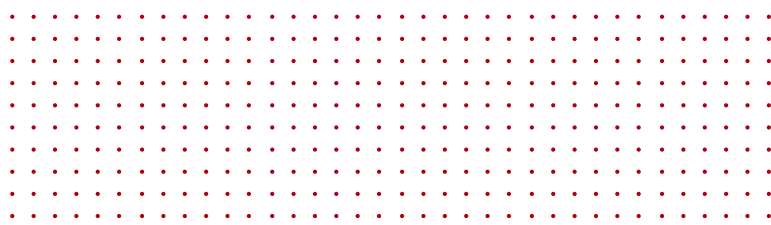


Kann man Resilienz erlernen!?

Die Resilienzforschung sagt, ja, es ist möglich, bestehende Denkmuster zu durchbrechen und sie Schritt für Schritt auf resiliente Strukturen umzustellen. Gestärktes Selbstbewusstsein trägt zu einem positiven Lebensgefühl bei, führt zu besserer sozialer Integration, beruflichem Erfolg und innerer Ausgeglichenheit. Deshalb ist es zielführend, Zeit und Energie in die Weiterentwicklung eines gesunden Selbstbewusstseins zu investieren. Hier einige Anregungen dazu: Es ist so wichtig, was wir denken. Sollten sich negative Gefühle wie Unsicherheit, Nervosität oder Angst ausbreiten, ist es möglich, diesen den Nährboden zu entziehen, indem man negative Gedanken durch positive Assoziationen überlagert. Dies geht nicht von heute auf morgen, aber mit konsequenter Übung und Selbstdisziplin ist hier suggestiv unglaublich viel möglich. Der Klassiker ist die Aussage: „Das kann ich nicht.“ Obwohl es mit Sicherheit bereits ähnliche Situationen gab, die man erfolgreich gemeistert hatte. Gelingt es Ihnen, diese Erfahrungen ins Bewusstsein zu bringen und sich darauf zu fokussieren, wird aus einem „Das kann ich nicht“ ein „Ich habe so etwas in meinem Leben schon mehrmals geschafft, also wird es mir wieder gelingen.“ Ein weiterer Erfolgskiller ist der Gedanke: „Es ist noch nicht der richtige Zeitpunkt, ich bin noch nicht bereit dazu.“ Hier empfiehlt es sich, unser Gehirn auszutricksen und in die Vorstellung zu gehen, was sein würde, wenn Sie es trotzdem schaffen. Versuchen Sie die Reaktionen Ihres Umfeldes zu imaginieren und Ihre eigenen Gefühle zu durchleben. Je besser es Ihnen gelingt, das Gelingen zu visualisieren, umso mehr programmieren Sie Ihr Unterbewusstsein auf Erfolg. Achten Sie dabei auf die Gefühle, die sich beim Durchlesen der neuen Überzeugungen einstellen. Sollten sich negative Gefühle wie Ärger, Unmut oder Ablehnung einstellen, dann deutet dies auf Unstimmigkeiten hin.

Fazit

Menschen führen und damit auch ein Stück weit Verantwortung für sie übernehmen, wird immer eine anspruchsvolle Aufgabe bleiben. Nicht zuletzt, weil es um Menschen geht mit all ihren Empfindlichkeiten, Eitelkeiten, Gewohnheiten, Emotionen und Prägungen. Wer sich auf die Vielfalt der menschlichen Talente einlässt, wird mit einem tiefen Verständnis für diese Spezies belohnt. Offenheit, Toleranz, Aufrichtigkeit sowie Konsequenz und Disziplin sind wertvoller Begleiter auf diesem Weg.



Persönliche Tipps

01

Wenn Sie in ihrer Mitte bleiben wollen, machen sie so oft als möglich Balanceübungen. Stehen sie auf einem Bein, wenn Sie auf die U-Bahn warten oder vor dem Kopierer stehen. Machen Sie es sich zur Gewohnheit ihre Socken im Stehen (auf einem Bein) und nicht im Sitzen anzuziehen.

02

Finden Sie heraus bei welchen Tätigkeiten ihr Herz aufgeht und nehmen Sie sich Zeit dafür. Machen Sie es. Ganz nach dem Motto „you feel. you go.“

03

Gelassenheit hat viel mit „loslassen“ zu tun. Überlegen Sie sich an welchen Dingen Sie immer noch festhalten, die Sie gar nicht mehr brauchen. Gelassenheit ist das Tor zur Intuition. Ohne Loslassen können, kann die Intuition nicht wirken.

04

"Jeder Moment kommt nur einmal – mache das Beste daraus!"

Kostenloses Coaching

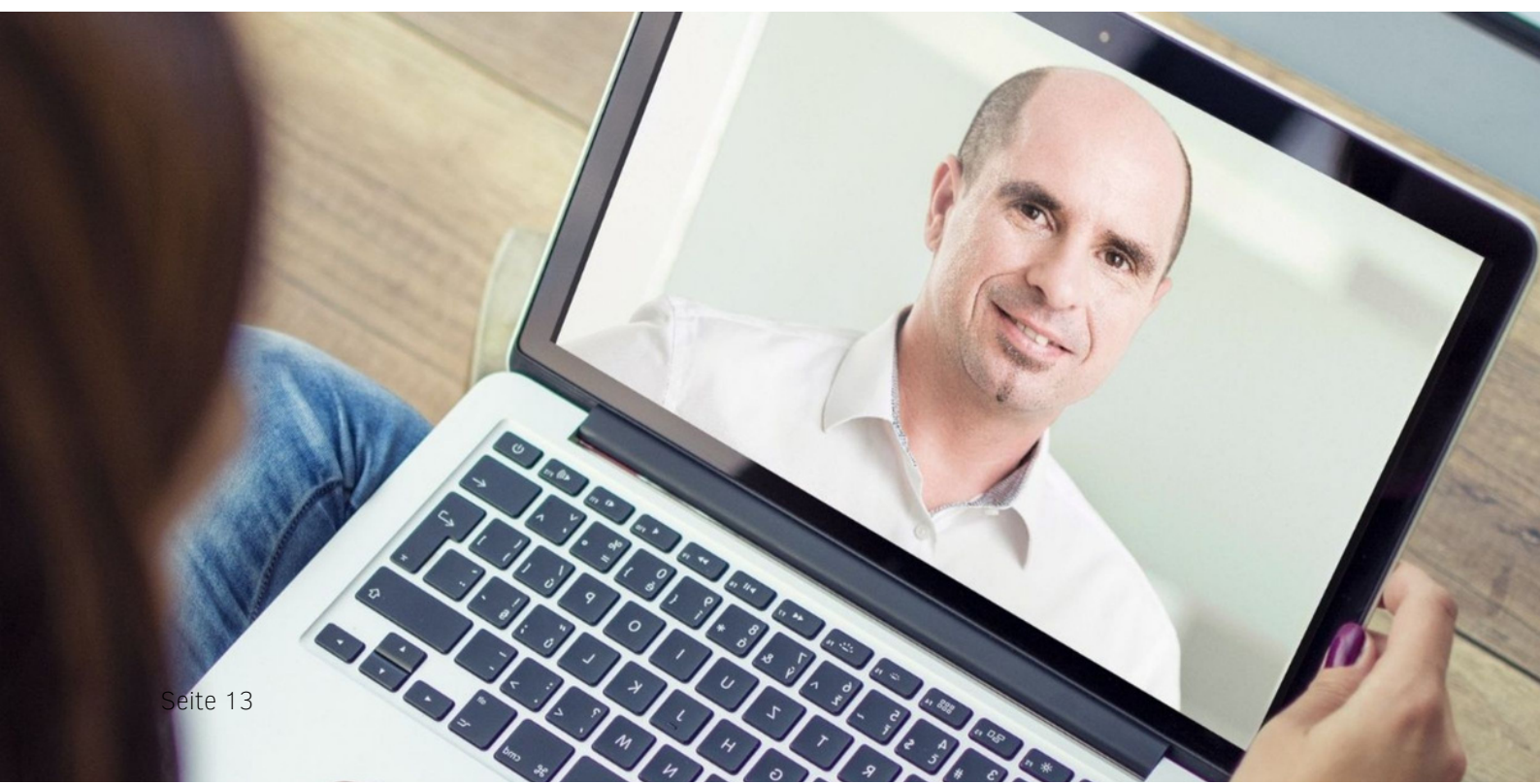
Keine Herausforderung kann so groß und keine Problemstellung so komplex sein, wofür es nicht auch eine Lösung gibt! Die Kunst ist es, mit den besten Fragen der Welt zu dieser Lösung zu führen. Dies bedeutet Relationales Coaching. Sie haben eine konkrete Herausforderung, wie z.B.

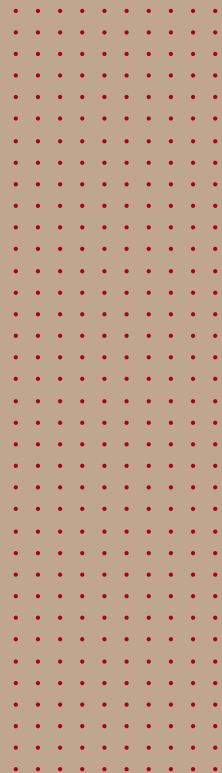
- Sie stehen vor einer wichtigen Entscheidung
- Sie haben Probleme mit Mitarbeiter oder einer Führungskraft
- Sie spüren, dass Ihnen die Energie verloren geht

In einem halbstündigen online Crash Coaching finden Sie dafür eine konkrete Antwort, die Ihnen weiterhilft.

Hier geht es direkt zum kostenlosen Coaching:

 www.dersamuraimanager.com/de/kontakt





Reinhard Lindner
Trainings- und Managementberatungs GmbH
Nettinger Straße 328
2724 Maiersdorf
Österreich

T +43 2638 880 73
F +43 2638 880 734
office@dersamuraimanager.com
dersamuraimanager.com