

Die TS Methode nach Tatjana Strobel

Wie «ticken» wir? Die unterschiedlichen physiognomischen Typen

Nach vielen Inputs in Sachen Mimik, Körpersprache und Stimme möchte ich Ihnen in der letzten Kolumne mein Spezialgebiet, die Physiognomie nach der TS Methode, nahe bringen. Es handelt sich dabei um ein System, welches ich in sieben Jahren Studien entwickelt habe. Es basiert auf der Physiognomik, einer über 2000 Jahre alten Lehre aus Indien, China und Ägypten. Dort wird sie auch noch heute in der indischen Heilkunst Ayurveda und der traditionellen indischen Medizin praktiziert. Im Ursprung war sie eine Krankheitslehre; da jedes Organ einer bestimmten Gesichtsregion zugeordnet ist, kann man durch Verfärbungen, Faltenbildung und Hautveränderungen Rückschlüsse auf Krankheiten ziehen. Später entwickelte sich daraus ein ganzheitliches System, indem es weniger um den medizinischen Anspruch ging, als vielmehr darum, das Gegenüber aus Körperbau, Körpersprache, Mimik und physiognomischen Gesichtszügen ganzheitlich zu erfassen. Das Ziel ist dabei die sensible Betrachtung und das Einfühlen in das Gegenüber, um im sozialen Miteinander wertschätzend miteinander umzugehen.

Es gibt über 330 Merkmale, nur im Gesicht eines Menschen, die auf seinen Charakter schließen lassen. Diese müssen miteinander verknüpft werden, dazu nimmt man die Körpersprache, die Mimik, die Stimme und die Sprache des Menschen unter die Lupe, um zu einem Gesamtergebnis zu kommen.

Im Laufe meiner Fortbildungen, meiner eigenen Studien sind mir immer vier Grundtypen begegnet. Doch Vorsicht, sehr selten gibt es diese Modelle in Reinform, es ergeben sich immer wieder auch Mischtypen. Es kann sehr spannend sein, diese Merkmale bei Ihren Kandidaten zu checken, um zu sehen, ob diese den Anforderungen des zukünftigen Jobs gewappnet sind. Viele bekannte Firmen und Personalberatungen setzen die TS Methode der Menschenkenntnis bereits als ein weiteres Auswahltool ein.

Wie sind die vier Typen, woran kann man sie erkennen, was zeichnet sie aus?

Der Macher/Performer

Der Macher/Performer braucht die Aufmerksamkeit anderer – und mit Hilfe seiner Ausstrahlung bekommt er sie in der Regel auch. Er ist einfach unübersehbar, hat einen starken Willen und jede Menge Energie, will stets der Beste sein und sucht die Herausforderung. Von der Idee bis zur Umsetzung dauert es häufig nicht lange. Kaum klingt ein Einfall für ihn plausibel, so setzt er ihn sofort um. Ruhepausen sind nicht seine Sache, er liebt es, körperlich aktiv zu sein, sich selbst zu spüren; entspannen kann er am besten beim Sport. Im zwischenmenschlichen Bereich diskutiert er lieber über seine Interessen und Hobbies als über theoretische oder philosophische Fragen.

Im Fokus seiner Aufmerksamkeit steht die Frage: Was kann ich im Leben noch alles erreichen? Den täglichen Kleinkram überlässt er auf der Suche nach der nächsten Herausforderung ganz gerne anderen Menschen. Dafür engagiert er sich aber auch leidenschaftlich für «seine» Themen.

Der Macher ist freiheitsliebend und im Umgang mit seinen Gefühlen eher pragmatisch. Seine Meinung äussert er unter Umständen sehr hart, legt jedoch auch Wert auf Fairness

und gegenseitigen Respekt. Beruflich hat der Macher oft Führungspositionen inne und braucht einen klar abgesteckten Befugnisraum.

Körpersprache

Sein Selbstbewusstsein zeigt sich in seinem aufrechten Gang bzw. hüftbreiten Stand, der auf andere Menschen dominant und machtvoll wirkt. Auch beim Sitzen nimmt er Platz ein, nimmt mit dem Oberkörper oder der Garderobe mehrere Stühle in Beschlag.

Sein Laufstil ist dynamisch und schnell und gerne auf den Fersen, um seine Gesten zu unterstreichen. In Gesprächen untermauert er das Gesagte mit grosszügiger, gestenreicher Körpersprache.

Kleidung

Es sollte immer alles zusammenpassen, Gürtel zu den Schuhen, farblich aufeinander abgestimmt. Aber gerne setzt er auch auf bekannte Marken, um auf seinen exquisiten Geschmack hinzuweisen. Kleidung ist für ihn ein Ausdruck seiner Persönlichkeit.

Kommunikationsstil

Der Macher kommuniziert gerne, aber nicht ausschweifend. Kleinigkeiten und Einzelheiten sind ihm ein Gräuel. Häufig spricht er mit tiefer, voller Stimme, kann Akzente setzen und den Klang seiner Stimme variieren. Seine Wortwahl ist durch den Sehsinn geprägt: sehen, schauen, beobachten, wahrnehmen, durchschauen, erblicken, Farbwörter und die Bezeichnungen von Formen (rund, eckig, gerade, gross, klein) spielen in seinem Wortschatz eine gewichtige Rolle. Alles was man sehen, sich als Bilder vorstellen kann, Farben/Formen, und Worte, die «sehen» beinhalten. Weil bei ihm alles möglichst schnell gehen soll, verwendet er häufig auch die Worte «schnell» und «kurz».

Kaufverhalten

Der Macher ist sehr zielorientiert, bevorzugt Einkaufsorte und Produkte, die für Cleverness, Status und Prestige stehen. Macher wollen mit ihrem Kauf ihre Stilsicherheit zeigen, gerne mit Produkten, die für aussergewöhnliche Leistung, technische, optische Perfektion oder hohen Status stehen. Wenn der Prestigegewinn eines Produktes gross genug ist, spielt der Preis keine Rolle.

Die wichtigsten Werte und Gefühle

Freiheit, Stolz, Erfolg, Ruhm, Status, Anerkennung, Eigenmotivation, Durchsetzungsstärke, Ehrgeiz, Zielgerichtetheit.

Optische Erkennungszeichen

Er hat häufig kantige Gesichtszüge, mit einer ausgeprägten, breiten Kieferpartie und einem nach vorne ragenden Kinn. Auch die hohen Wangenknochen sind oft deutlich vorstehend, die Ohren kantig und das Innenohr über dem Aussenohr. In der sogenannten Dreiteilung ist der Kinnbereich der grösste, mandelförmige, schmale Augen, kurze oder eckige «Mephisto-Augenbrauen», eine breite Nase mit geradem Nasenrücken, ein langes Philtrum (das ist der Übergang von der Nase zur Oberlippe),

eine schmalere Oberlippe als Unterlippe, einen breiten, kurzen Hals, sind die deutlichsten sichtbaren Merkmale.

Bevor wir in die weiteren Konstitutionstypen und ihre Bedeutung einsteigen, ist ganz wichtig zu wissen, dass ein Merkmal alleine keinerlei Bedeutung hat. Erst wenn Sie eine Verstärkung von drei bis fünf Merkmalen erkennen, wird das jeweilige Merkmal aussagekräftig. Nur weil jemand ein kantiges Gesicht hat, ist er noch lange kein Macher. Hier ist wichtig, dass Sie das Gesamtergebnis betrachten. Sehen Sie ein kantiges Gesicht, ein breites nach vorne stehendes Kinn mit einem markanten Kiefer, hohe, ausdrucksvolle Wangenknochen, dann sind sie dem Macher auf der Spur...

Der Rationale/Bewahrer

Kommen wir zum nächsten Typen, dem Rationalen/Bewahrer. Er hat das berühmte Flair für Zahlen, Daten, Fakten. Er geht systematisch, analytisch und strukturiert vor. Die Frage, die ihn im Leben leitet, liesse sich formulieren als «Was bringt mir das?». Seine Entscheidungen wägt er gut ab und hat dabei auch mögliche Risiken im Auge. Sicherheit und eine gewisse Bequemlichkeit sind ihm wichtig. Er hat das Bedürfnis nach vollständigen Informationen, vergleicht genau und hinterfragt mit Sachverstand.

Gütesiegel, Tests und Gutachten sind ihm wichtig. Er benötigt Argumente auf der Sachebene, ohne ZDF (Zahlen, Daten und Fakten) kommt man bei ihm nicht weiter. Er legt Wert auf materiellen Besitz und ist meist keine Sportler. Man kann sich auf ihn verlassen, seine Beziehungen sind intensiv, langfristig und vertrauensvoll, bei der Arbeit agiert er ernsthaft, geduldig und tatkräftig. Er arbeitet zu 100 Prozent nach Vorgaben und handelt vorbildlich. Veränderungen in seinem gewohnten Umfeld empfindet er als verunsichernd, und was andere über ihn denken, ist ihm wichtig. Beruflich findet man ihn häufig im Bereich der (Natur-)Wissenschaft, der Betriebswirtschaft oder der Informationstechnologie. Auch im Controlling, Buchhaltung, Qualitätsmanagement, als Anwalt oder Beamter ist der Rationale in seinem Element.

Körpersprache

Die Körpersprache des Rationalen ist sehr zurückhaltend und sparsam. Sein ausgeprägtes Selbstbewusstsein zeigt sich in der aufrechten Haltung. Er bewegt sich langsam, mit kleinen Schritten, ohne dabei die Arme stark zu bewegen. Die rechte Körperhälfte wird beim Rationalen besonders genutzt, da diese von der linken Gehirnhälfte gesteuert wird, die für Logik, Regeln, Gesetze und das Verarbeiten von Einzelheiten zuständig ist.

Mimisch hat er ein richtiges Pokerface, Emotionen und Stimmungen kann man kaum anhand des Gesichtes ablesen, deshalb hat er auch tendenziell wenig Falten.

Kleidung

Er liebt funktionale Kleidung, es geht nicht um modisches Up-to-Date-Sein oder den Ausdruck von Individualität, sondern vor allem um die Angemessenheit der Kleidung. Korrekt, sauber, gepflegt – das sind die Prinzipien, die die äussere Erscheinung des Rationalen prägen.

Kommunikationsverhalten

Der Rationale ist kein Freund vieler Worte, spricht klar, direkt und kommt schnell zum Punkt. Small Talk, Gross- und Netzwerkveranstaltungen sind eher nicht seine Sache; so etwas empfindet er als überflüssig. In seiner Sinneswahrnehmung ist er vor allem auditiv geprägt, was erklärt, warum sich in seinen Äusserungen häufig Wörter aus diesem Sinnesbereich finden: hören, klingen, laut, leise, reden ... Daneben gibt es in seiner Sprache vieles, was auf den Bereich des rationalen Denkens verweist: «Ich denke», «Das ist nicht plausibel», «Das klingt logisch», «Ich sehe keine Struktur», etc. Er spricht eher monoton und spannungsarm und setzt Sprechpausen gern als Mittel der Verhandlung ein.

Kaufverhalten

Er prüft das Angebot gerne genau und detailliert, ist eher ängstlich, vorsichtig, ist Neuem gegenüber erst mal verschlossen. Bei seinen Kaufentscheidungen spielen Sicherheit, Vertrauen in die Marke und Qualität eine grosse Rolle. Er ist ein typischer Stammkunde, der Ihnen gerne lange erhalten bleibt und beratungsintensiv ist. Der Geschmack orientiert sich an der Masse, nur nicht auffallen. Sein Preisverhalten ist durch eine starke Sparsamkeit und Funktionalität geprägt, weil jede Ausgabe ein Risiko darstellt.

Die wichtigsten Werte und Gefühle

System, Kontrolle, kritische Grundeinstellung, Qualität, Sparsamkeit, Tradition, Ordnung, Sauberkeit, Nutzen, schwarz-weiss Denken.

Optische Erkennungszeichen

Ähnlich wie die Macher, zeichnet er sich durch eine gewisse Kantigkeit aus. Häufig hat er einen schmalen Nasenrücken, der geschwungen oder mit einem Höcker versehen sein kann. Seine Lippen sind schmal, die Augen klein und eng beieinander stehend. Proportional gesehen ist die Stirn in seinem Gesicht der Bereich, der am meisten Raum einnimmt.

Der Emotionale/Bequeme

Kommen wir zum dritten im Bunde, dem Emotionalen/Bequemen. Dieser braucht das harmonische Zusammensein mit anderen Menschen, um sich wohl zu fühlen. Wo dies gewährleistet ist, beeindruckt er durch die Ausstrahlung von Freude, Heiterkeit und Gelassenheit. Er zeichnet sich durch ein grosses Gespür für seine Mitmenschen aus. Empathie ist seine grösste Gabe. Er fühlt mit und kann sich in sein Gegenüber sehr gut einfühlen. Von schlechten Stimmungen anderer oder einer bedrückenden Atmosphäre lässt er sich leicht anstecken und eintrüben. Er ist gern helfend und vermittelnd für andere da. Er erfreut sich grosser Beliebtheit und punktet mit seiner Sympathie und Herzlichkeit. Seine Leitfrage im Leben lautet: Was kann ich anderen Gutes tun?

Er tut sich schwer mit Veränderungen und schätzt Kontinuität und Beständigkeit. Um Entscheidungen zu treffen, braucht er viel Bedenkzeit oder gutes Zureden. Der

Emotionale setzt gerne auf Vertrautes und handelt aus seiner Erfahrung heraus. Beruflich ist er oft in helfenden Berufen anzutreffen: im Bereich der Pflege etwa oder als Psychotherapeut. Auch in künstlerischen Berufen fühlt er sich zu Hause.

Körpersprache

Hier gilt: Alles ist möglich – abhängig von der jeweiligen Gemütsverfassung. Fühlt er sich unwohl, macht er sich klein und unsichtbar, hält beim Gehen die Beine eng zusammen und schützt mit den Händen den Bauchraum. Das Sich-Festhalten an sich selbst vermittelt ihm dabei auch inneren Halt in einer als feindselig empfundenen Welt. Fühlt er sich wohl, gestikuliert er mit Händen und Füßen gleichzeitig und ist kaum zu bremsen.

Im Gespräch agiert er gerne in der Du Haltung, spricht er beugt sich gerne aktiv zum anderen vor – und zeigt damit seine Bezogenheit auf andere Menschen. Dabei berührt er gerne den Gegenüber, was für grosses Vertrauen steht.

Kleidung

Es muss in erster Linie bequem sein. Stoffe müssen sich gut auf der Haut anfühlen; nichts darf drücken oder scheuern. Beim Kleiderkauf ist das Befühlen der Stoffe für ihn wichtiger als der optische Eindruck. Seine Freude und Lebenslust bringt er gerne mit Farben zum Ausdruck. Mode kann für ihn ein Thema sein, muss es aber nicht.

Kommunikationsverhalten

Wenn er sich wohlfühlt, kann er reden wie ein Wasserfall. Schliesslich ist Kommunikation sein Lebenselixir. Seine Stimme ist meist eher hoch. Er tickt stark über den kinästhetischen Sinneskanal, was sich in seiner Wortwahl folgendermassen zeigt: fühlen, schmecken, riechen, weich, hart ... Auch das Wort «schön» sowie diverse Superlative sind in seinem Wortschatz häufig anzutreffen.

Kaufverhalten

Sein Kaufverhalten wird durch Harmonie und Geborgenheit angekurbelt. Er möchte abgeholt werden, beraten und überzeugt werden, bevorzugt Produkte mit einem guten Preis-Leistungsverhältnis, die bequem sind, und farbintensiv, da diese seine Gefühlswelt bestens nach aussen tragen. Insbesondere Produkte, die mit Heim, Garten, Küche und Haustieren zu tun haben, geniessen seine Aufmerksamkeit.

Die wichtigsten Werte und Gefühle

Kommunikation, Vertrauen, Gemütlichkeit, Geselligkeit, problemorientiert, Heimat, Familie, Du-Orientierung, Gesundheit, Sicherheit.

Optische Erkennungszeichen

Man erkennt den Emotionalen daran, dass fast alles an ihm weich, harmonisch und rund ist – von der Form des Gesichts über die der Augen bis hin zu den geschwungenen Augenbrauen und Lippen. Die Wangenknochen sind meist kaum ausgeprägt; in den

Gesichtsproportionen ist der Bereich der Nase vorherrschend – der dünnhäutigste Bereich unseres Gesichts, in den wir in emotional berührenden Situationen häufig instinktiv mit den Fingern fassen.

Der Visionär/Abenteurer

Der Visionär/Abenteurer ist derjenige unter uns, der sich nie zufriedengibt mit dem, was ist. Ganz anders als Rationale oder Emotionale liebt und braucht er die Veränderung. «Nur tote Fische schwimmen mit dem Strom» lautet seine Devise. Stillstand ist ihm ein Gräuel, und er hinterfragt das Bestehende ständig. Er hat keine Angst vor Herausforderungen, sagt freiheraus, was er denkt und eckt damit durchaus auch an.

Von allen vier Typen macht Risiko ihm am wenigsten Angst. An der Verwirklichung seiner Pläne arbeitet er zielstrebig und kreativ. Er ist kontaktfreudig, begeisterungsfähig und reisst mit seinem grossen Enthusiasmus die anderen mit. Die Menschen kleben regelrecht an seinen Lippen. Er ist hoch kreativ, humorvoll, flexibel im Denken und entwickelt stetig neue Ideen/Projekte. Visionäre findet man beruflich im Bereich der Philosophie oder anderer Wissenschaften, als Erfinder oder Künstler.

Körpersprache

Der Visionär ist nahezu immer in Bewegung, agiert unübersehbar mit Händen und Füßen und in grosszügigen Bewegungen. Diese Gestik kann andere mitreissen, unter Umständen aber auch hektisch wirken. Seine offene Armhaltung oberhalb der Gürtellinie spricht für Offenheit und Optimismus. «Zeit ist Geld!», sagt er sich und ist meist im Expresstempo unterwegs. Seine rasche Auffassungsgabe überträgt sich auf seine Bewegungen. Auch hilft ihm Bewegung beim Denken. Er ist gewissermassen ständig in den Startlöchern – stets bereit, loszupreschen und neu Ausgedachtes in die Tat umzusetzen.

Kleidung

Er ist einfach anders. Spleenig. Verrückt. Unverkennbar. Zwei verschiedene Socken oder Schuhe; Farben, die sich «beißen»; eine Mustervielfalt, Extravaganz, die das Auge des Betrachters verwirrt: Für ihn ist das alles kein Problem. Seine Individualität lebt er gerne auch in seiner äusseren Erscheinung aus.

Kommunikationsverhalten

Der Abenteurer ist der beste Geschichtenerzähler von allen. Er weiss genau, wie man Spannung auf- und wirkungsvolle Pausen einbaut. Seine Zuhörer lauschen ihm mit offenem Mund und lassen sich nur allzu gerne begeistern. Wenn seine Ideen mit ihm durchgehen, neigt der Visionär allerdings zur Sprunghaftigkeit; dann wird es für andere schwierig, ihm zu folgen. Beim Sprechen verwendet er zahlreiche Anglizismen und Superlative, seine Stimme ist oft tief und samtig.

Kaufverhalten

Sein Kaufverhalten ist geprägt durch Neugier, Offenheit und dem Streben nach Neuem, Verrücktem, Einzigartigem. Dabei spielen die Produktqualität und der Preis eine kleine Rolle, im Vordergrund stehen Spass und sichtbarer Mehrwert. Seine Bindung zum Geschäft ist gleich Null, ebenso wie sein Beratungsbedarf. Was ihn interessiert hat er längst recherchiert; er weiss, was er will.

Die wichtigsten Werte und Gefühle

Kreativität, Veränderung, Spontanität, Erlebnisorientierung, Risiko, Einzelkämpfer, hohe Eigenmotivation, Abenteurer, Spass, Mut.

Optische Erkennungszeichen

Der Visionär hat typischerweise ein dreieckiges Gesicht, kantige, grosse, knubbelige, oft abstehende Ohren und einen Haaransatz wie die Mickeymaus. Sein Nasenrücken ist breit und gerade, Haare und Augenbrauen sind wild und störrisch, die Kinnpartie ausgeprägt. Oft sind die sogenannte «Willensfalte», die senkrecht direkt über der Nasenwurzel verläuft, und die «Befehlsfalte», die quer über die Nasenwurzel verläuft, deutlich erkennbar.