

Persönlichkeitsprofile 1 – 54

- Nr.1: -111/3--- / Reiner ESTJ-Typ
- Nr.2: -112/3--- / ISTJ-Typ mit gelegentlichen E-Anteil
- Nr.3: -121/3--- / ENTJ-Typ mit gelegentlichen S-Anteil
- Nr.4: -211/3--- / ESFJ-Typ mit gelegentlichen T-Anteil
- Nr.5: - 113/3---/ Reiner ISTJ-Typ
- Nr.6: -123/3---/ INTJ-Typ mit gelegentlichen S-Anteil
- Nr.7: -213/3---/ ISFJ-Typ mit gelegentlichen T-Anteil
- Nr.8: -311/3---/ Reiner ESFJ-Typ
- Nr.9: -312/3---/ ISFJ-Typ mit gelegentlichen E-Anteil
- Nr.10: -321/3---/ ENFJ-Typ mit gelegentlichen S-Anteil
- Nr.11: -313/3---/ Reiner ISFJ-Typ
- Nr.12: -323/3---/ INFJ-Typ mit gelegentlichen S-Anteil
- Nr.13: -111/ ½ ---/ Reiner ESTP-Typ
- Nr.14: -112/ ½ ---/ ISTP-Typ mit gelegentlichen E-Anteil
- Nr.15: -121/ ½ ---/ ENTP-Typ mit gelegentlichen S-Anteil
- Nr.16: -211/ ½ ---/ ESFP-Typ mit gelegentlichen T-Anteil
- Nr.17: -113/ ½ ---/ Reiner ISTP-Typ
- Nr.18: -123/ ½ ---/ INTP-Typ mit gelegentlichen S-Anteil
- Nr.19: -213/ ½ ---/ ISFP-Typ mit gelegentlichen T-Anteil
- Nr.20: -311/ ½ ---/ Reiner ESFP-Typ
- Nr.21: -312/ ½ ---/ ISFP-Typ mit gelegentlichen E-Anteil
- Nr.22: -321/ ½ ---/ ENFP-Typ mit gelegentlichen S-Anteil
- Nr.23: -313/ ½ ---/ Reiner ISFP-Typ
- Nr.24: -323/ ½ ---/ INFP-Typ mit gelegentlichen S-Anteil
- Nr.25: -131/3---/ Reiner ENTJ-Typ
- Nr.26: -132/3---/ INTJ-Typ mit gelegentlichen E-Anteil
- Nr.27: -231/3---/ ENFJ-Typ mit gelegentlichen T-Anteil
- Nr.28: -133/3---/ Reiner INTJ-Typ

Nr.29: -233/3---/ INFJ-Typ mit gelegentlichen T-Anteil
Nr.30: -131/ ½ ---/ Reiner ENTP-Typ
Nr.31: -132/ ½ ---/ INTP-Typ mit gelegentlichen E-Anteil
Nr.32: -231/ ½ ---/ ENFP-Typ mit gelegentlichen T-Anteil
Nr.33: -133/ ½ ---/ Reiner INTP-Typ
Nr.34: -233/ ½ ---/ INFP-Typ mit gelegentlichen T-Anteil
Nr.35: -331/3---/ Reiner ENFJ-Typ
Nr.36: -332/3---/ INFJ-Typ mit gelegentlichen E-Anteil
Nr.37: -333/3---/ Reiner INFJ-Typ
Nr.38: -331/ ½ ---/ Reiner ENFP-Typ
Nr.39: -332/ ½ ---/ INFP-Typ mit gelegentlichen E-Anteil
Nr.40: -333/ ½ ---/ Reiner INFP-Typ
Nr.41: -122/3---/ INTJ-Typ mit gelegentlichen E+S-Anteil
Nr.42: -212/3---/ ISFJ-Typ mit gelegentlichen E+T-Anteil
Nr.43: -221/3---/ ENFJ-Typ mit gelegentlichen S+T-Anteil
Nr.44: -223/3---/ INFJ-Typ mit gelegentlichen S+T-Anteil
Nr.45: -322/3---/ INFJ-Typ mit gelegentlichen E+S-Anteil
Nr.46: -122/ ½ ---/ INTP-Typ mit gelegentlichen E+S-Anteil
Nr.47: -212/ ½ ---/ ISFP-Typ mit gelegentlichen E+T-Anteil
Nr.48: -221/ ½ ---/ ENFP-Typ mit gelegentlichen S+T-Anteil
Nr.49: -223/ ½ ---/ INFP-Typ mit gelegentlichen S+T-Anteil
Nr.50: -322/ ½ ---/ INFP-Typ mit gelegentlichen E+S-Anteil
Nr.51: -232/3---/ INFJ-Typ mit gelegentlichen E+T-Anteil
Nr.52: -232/ ½ ---/ INFP-Typ mit gelegentlichen E+T-Anteil
Nr.53: -222/3---/ INFJ-Typ mit gelegentlichen E+S+T-Anteil
Nr.54: -222/ ½ ---/ INFP-Typ mit gelegentlichen E+S+T-Anteil

Nr.1: Reiner ESTJ-Typ

-	1	1	1
3	-	-	-

Dominant ist das Denken: logische, objektive Entscheidungen treffen.

SJ: Traditionalist

Kommunikation mit SJ's:

- Sie direkt und geradeheraus ansprechen.
- Schnell auf den Punkt kommen.
- Ernst bleiben bei wichtigen Dingen.
- Eine einfache und unkomplizierte Sprache nutzen.
- Präsentieren Schritt für Schritt, der Reihe nach.
- Fakten müssen stimmen.
- Vorgehensweise muß die verantwortungsvollste sein.
- Erklären: Dieser Vorschlag ist der richtige Weg.
- Standpunkt mit Statistik, Fakten und Erfahrungen belegen.
- Vergleiche bringen von abgeschlossenen Projekten der Vergangenheit.

Geeignete Sätze für die ESTJ-Präsentation:

- Lassen Sie mich einmal darstellen, was die Sache bringt.
- Wir müssen hier einen Schnitt machen.
- Und das kommt unterm Strich dabei heraus.
- Das ist mein Plan.

ESTJ's sind praktisch, realistisch und logisch. Da sie meistens auch freundlich und gesprächig sind, merken sie meistens schnell, was getan werden muß, und koordinieren geschickt alle zu verteilenden Aufgaben und die Menschen, die notwendig sind, um ihre Ziele möglichst effizient zu erreichen.

TJs sind Menschen, die Ihre Gefühle für sich behalten:

- Sie sind nüchtern und geschäftsmäßig. Sie kommen gerne direkt zur Sache und hassen es, Zeit zu verschwenden. Sie lassen sich ungern auf gesellschaftliche Gepflogenheiten ein. Sie sehen im Small talk wenig Sinn.
- Sie haben gewöhnlich eine starke Meinung, die Sie auch zum Ausdruck bringen. Sie geben aufrichtiges, ehrliches Feedback, auch wenn es schroff oder verletzend wirkt. Dies erscheint für andere manchmal als gefühllos und unsensibel.
- Sie zeigen selten Emotionen. Sie halten ihre Gefühle unter Kontrolle und lassen es nur selten zu, daß Emotionen ihren logischen Entscheidungsprozeß wesentlich beeinflussen.
- Sie sind sehr körperbewußt und vermeiden es, die Menschen, mit denen sie kommunizieren, zu berühren.
- Sie haben gewöhnlich ein ordentliches, formelles, professionell wirkendes äußeres Erscheinungsbild. Sie kleiden sich meistens eher konventionell und traditionell.

Nr.2: ISTJ-Typ mit gelegentlichen E-Anteil

-	1	1	2
---	---	---	---

3	-	-	-
---	---	---	---

Dominant ist die sinnliche Wahrnehmung: im Augenblick leben. Die Dinge realistisch betrachten.

SJ: Traditionalist

Kommunikation mit SJ's:

- Sie direkt und geradeheraus ansprechen.
- Schnell auf den Punkt kommen.
- Ernst bleiben bei wichtigen Dingen.
- Eine einfache und unkomplizierte Sprache nutzen.
- Präsentieren Schritt für Schritt, der Reihe nach.
- Fakten müssen stimmen.
- Vorgehensweise muß die verantwortungsvollste sein.
- Erklären: Dieser Vorschlag ist der richtige Weg.
- Standpunkt mit Statistik, Fakten und Erfahrungen belegen.
- Vergleiche bringen von abgeschlossenen Projekten der Vergangenheit.

Geeignete Sätze für die ISTJ-Präsentation:

- Und so haben wir das früher immer hinbekommen.
- Ich habe darüber noch Unterlagen.
- Was nicht kaputt ist, sollte man nicht reparieren.
- Schritt für Schritt.
- Wenn schon, denn schon.

ISTJ's sind bei Fakten und Detailinformationen akribisch genau. Sie zeichnen sich dadurch aus, daß sie funktionierende und effiziente Systeme und Abläufe ausarbeiten. Sie sind eher verschlossen und zurückhaltend, aber zuverlässig und berechenbar. Sie wirken ruhig und benutzen ihren gesunden Menschenverstand.

Der gelegentliche E-Anteil bewirkt:

- E-Typen fühlen sich in Gesellschaft meistens wohler und unterhalten sich problemlos mit den anderen.
- E-Typen beginnen eher ein Gespräch mit anderen.
- E-Typen bevorzugen eher den Mannschaftssport.
- E-Typen reden eher mehr, sind meistens lebhafter, denken eher laut, sprechen eher schneller und meistens laut, sind eher leicht abgelenkt, wechseln eher schneller das Thema, mögen eher gerne mit anderen Menschen zusammensein, stehen eher gerne im Mittelpunkt, handeln eher erst und denken dann, unterbrechen und beenden eher die Sätze ihrer Gesprächspartner, haben eher ein leidenschaftliches Auftreten.
- Ich sollte den Kunden reden und laut denken lassen.
- Ich sollte mit dem Kunden eher über eine Vielzahl verschiedener Themen sprechen.
- Ich sollte mit dem Kunden eher verbal kommunizieren.
- Der Kunde erwartet von mir sofortige Aktion.
- Ich sollte die Unterhaltung mit dem Kunden in Gang halten.

- **TJs** sind Menschen, die Ihre Gefühle für sich behalten:
- Sie sind nüchtern und geschäftsmäßig. Sie kommen gerne direkt zur Sache und hassen es, Zeit zu verschwenden. Sie lassen sich ungern auf gesellschaftliche Gepflogenheiten ein. Sie sehen im Small talk wenig Sinn.
- Sie haben gewöhnlich eine starke Meinung, die Sie auch zum Ausdruck bringen. Sie geben aufrichtiges, ehrliches Feedback, auch wenn es schroff oder verletzend wirkt. Dies erscheint für andere manchmal als gefühllos und unsensibel.
- Sie zeigen selten Emotionen. Sie halten ihre Gefühle unter Kontrolle und lassen es nur selten zu, daß Emotionen ihren logischen Entscheidungsprozeß wesentlich beeinflussen.
- Sie sind sehr körperbewußt und vermeiden es, die Menschen, mit denen sie kommunizieren, zu berühren.

- Sie haben gewöhnlich ein ordentliches, formelles, professionell wirkendes äußeres Erscheinungsbild. Sie kleiden sich meistens eher konventionell und traditionell.

Nr.3: ENTJ-Typ mit gelegentlichen S-Anteil

-	1	2	1
3	-	-	-

Dominant ist das Denken: logische, objektive Entscheidungen treffen.

NT: Konzeptualist

Kommunikation mit NT's:

- Ich muß die angeborene Neugier des Kunden herausfordern.
- Ich muß mich auf das Gesamtbild und auf wiederholende Muster konzentrieren, anstatt auf Einzelheiten.
- Ich muß die Auswirkungen erwähnen, die bestimmte Handlungen auf die Zukunft haben.
- Ich muß Beispiele und Metaphern verwenden.
- Ich muß meine Argumente mit anderen Ideen und vergleichbaren Theorien untermauern.
- Ich muß das Vorstellungsvermögen des Kunden mit einbeziehen.
- Ich muß als Berater Selbstvertrauen demonstrieren.
- Ich darf den Kunden nicht mit Einzelheiten überhäufen und mit Kleinigkeiten langweilen.
- Ich muß die logischen Konsequenzen meiner Meinung unterstreichen und emotionale Begründungen vermeiden.
- Ich muß an die Fairneß und ausgeprägte Objektivität des Kunden appellieren.
- Ich muß mich darauf einstellen, daß der Kunde einfallsreich ist und sich ungern an Traditionen oder Erfahrungen hält.
- Ich muß mein Durchhaltevermögen zeigen und auch besonders meine Kompetenz als Berater.

Geeignete Sätze für die ENTJ-Präsentation:

- Vergiß die Torpedos. Volle Kraft voraus!
- Wir brauchen jemanden, der für dieses Projekt die Verantwortung übernimmt.
- Wie sollte Ihrer Meinung nach unsere Strategie aussehen?

ENTJs sind geborene Führer — strategisch denkend, gut organisiert und entscheidungsfreudig. Sie sind energisch, stark und zielstrebig und meistens in der Lage, die Ressourcen oder Menschen zu mobilisieren, die sie für die angestrebte überdurchschnittliche, kreative Bewältigung einer Aufgabe benötigen.

Der gelegentliche S-Anteil bewirkt:

- S-Typen kommunizieren unkomplizierter und direkter.
 - S-Typen konzentrieren sich mehr auf Fakten und Details.
 - S-Typen sprechen eher kürzere Sätze. Sie sind eher nüchtern und ökonomisch.
 - S-Typen lesen eher Sach- und Fachbücher.
 - S-Typen haben mehr Bezug zur Gegenwart und Vergangenheit als zur Zukunft.
 - S-Typen denken mehr einen Gedanken nach dem anderen.
-
- **TJs** sind Menschen, die Ihre Gefühle für sich behalten:
 - Sie sind nüchtern und geschäftsmäßig. Sie kommen gerne direkt zur Sache und hassen es, Zeit zu verschwenden. Sie lassen sich ungern auf gesellschaftliche Gepflogenheiten ein. Sie sehen im Small talk wenig Sinn.
 - Sie haben gewöhnlich eine starke Meinung, die Sie auch zum Ausdruck bringen. Sie geben aufrichtiges, ehrliches Feedback, auch wenn es schroff oder verletzend wirkt. Dies erscheint für andere manchmal als gefühllos und unsensibel.

- Sie zeigen selten Emotionen. Sie halten ihre Gefühle unter Kontrolle und lassen es nur selten zu, daß Emotionen ihren logischen Entscheidungsprozeß wesentlich beeinflussen.
- Sie sind sehr körperbewußt und vermeiden es, die Menschen, mit denen sie kommunizieren, zu berühren.
- Sie haben gewöhnlich ein ordentliches, formelles, professionell wirkendes äußeres Erscheinungsbild. Sie kleiden sich meistens eher konventionell und traditionell.

Nr.4: ESFJ-Typ mit gelegentlichen T-Anteil

-	2	1	1
3	-	-	-

Dominant ist das Fühlen: andere Menschen verstehen und auf sie eingehen.

SJ: Traditionalist

Kommunikation mit SJ's:

- Sie direkt und geradeheraus ansprechen.
- Schnell auf den Punkt kommen.
- Ernst bleiben bei wichtigen Dingen.
- Eine einfache und unkomplizierte Sprache nutzen.
- Präsentieren Schritt für Schritt, der Reihe nach.
- Fakten müssen stimmen.
- Vorgehensweise muß die verantwortungsvollste sein.
- Erklären: Dieser Vorschlag ist der richtige Weg.
- Standpunkt mit Statistik, Fakten und Erfahrungen belegen.
- Vergleiche bringen von abgeschlossenen Projekten der Vergangenheit.

Geeignete Sätze für die ESFJ-Präsentation:

- Könnten Sie mir dabei bitte kurz behilflich sein?
- So denke ich darüber.
- Was ist denn nun das Richtige?
- Bitte .. Danke.
- Ich weiß Ihre Hilfe wirklich zu schätzen.
- Wie handhaben Sie das normalerweise?
- Welche Erfahrungen haben Sie damit in der Vergangenheit gemacht?

ESFJs sind aufgeschlossen, kontaktfreudig und gesprächig. Sie sind sensibel und einfühlsam und deshalb sehr fürsorglich. Sie lieben es, anderen bei der Befriedigung ihrer Bedürfnisse auf ganz reale und praktische Weise zu helfen.

Der gelegentliche T-Anteil bewirkt:

- T-Typen verhalten sich anderen gegenüber kühler.
- T-Typen sind weniger freundlich.
- T-Typen zeigen weniger gern was sie fühlen.
- T-Typen sind eher emotional ausgeglichen.

- T-Typen machen seltener anderen Komplimente.
- T-Typen diskutieren gerne mehr.
- T-Typen wirken eher unsensibel oder gefühllos, schroff, taktlos, geschäftsmäßig, dickhäutig.

FJs tragen Ihre Gefühle nach außen:

- Sie streben danach, zu anderen Menschen eine Beziehung aufzubauen.
- Sie wissen, was andere möchten und brauchen, und sind bereit, Ihnen das zu geben.
- Sie versuchen, anderen zu gefallen und Zustimmung zu bekommen.
- Sie bemühen sich häufig sehr stark um Harmonie.
- Sie sind oftmals charmant und charismatisch.
- Sie sind die kontaktfreudige Menschen und gute Redner.
- Sie können andere davon überzeugen, ihnen zu vertrauen und ihnen zu folgen.
- Sie haben eine starke körperliche Ausdrucksform.
- Sie neigen dazu, andere zu loben und zu beschuldigen.
- Sie sind sich ihres Äußeren meistens sehr bewußt.

Nr.5: Reiner ISTJ-Typ

-	1	1	3
3	-	-	-

Dominant ist die sinnliche Wahrnehmung: im Augenblick leben. Die Dinge realistisch betrachten

SJ: Traditionalist

Kommunikation mit SJ's:

- Sie direkt und geradeheraus ansprechen.
- Schnell auf den Punkt kommen.
- Ernst bleiben bei wichtigen Dingen.
- Eine einfache und unkomplizierte Sprache nutzen.
- Präsentieren Schritt für Schritt, der Reihe nach.
- Fakten müssen stimmen.
- Vorgehensweise muß die verantwortungsvollste sein.
- Erklären: Dieser Vorschlag ist der richtige Weg.
- Standpunkt mit Statistik, Fakten und Erfahrungen belegen.
- Vergleiche bringen von abgeschlossenen Projekten der Vergangenheit.

Geeignete Sätze für die ISTJ-Präsentation:

- Und so haben wir das früher immer hinbekommen.
- Ich habe darüber noch Unterlagen.
- Was nicht kaputt ist, sollte man nicht reparieren.
- Schritt für Schritt.

Wenn schon, denn schon.

ISTJ's sind bei Fakten und Detailinformationen akribisch genau. Sie zeichnen sich dadurch aus, daß sie funktionierende und effiziente Systeme und Abläufe ausarbeiten. Sie sind eher verschlossen und zurückhaltend, aber zuverlässig und berechenbar. Sie wirken ruhig und benutzen ihren gesunden Menschenverstand.

TJs sind Menschen, die Ihre Gefühle für sich behalten:

- Sie sind nüchtern und geschäftsmäßig. Sie kommen gerne direkt zur Sache und hassen es, Zeit zu verschwenden. Sie lassen sich ungern auf gesellschaftliche Gepflogenheiten ein. Sie sehen im Small talk wenig Sinn.
- Sie haben gewöhnlich eine starke Meinung, die Sie auch zum Ausdruck bringen. Sie geben aufrichtiges, ehrliches Feedback, auch wenn es schroff oder verletzend wirkt. Dies erscheint für andere manchmal als gefühllos und unsensibel.

- Sie zeigen selten Emotionen. Sie halten ihre Gefühle unter Kontrolle und lassen es nur selten zu, daß Emotionen ihren logischen Entscheidungsprozeß wesentlich beeinflussen.
- Sie sind sehr körperbewußt und vermeiden es, die Menschen, mit denen sie kommunizieren, zu berühren.
- Sie haben gewöhnlich ein ordentliches, formelles, professionell wirkendes äußeres Erscheinungsbild. Sie kleiden sich meistens eher konventionell und traditionell.

Nr.6: INTJ-Typ mit gelegentlichen S-Anteil

-	1	2	3
3	-	-	-

Dominant ist die intuitive Wahrnehmung: Möglichkeiten und Auswirkungen erkennen.

NT: Konzeptualist

Kommunikation mit NT's:

- Ich muß die angeborene Neugier des Kunden herausfordern.
- Ich muß mich auf das Gesamtbild und auf wiederholende Muster konzentrieren, anstatt auf Einzelheiten.
- Ich muß die Auswirkungen erwähnen, die bestimmte Handlungen auf die Zukunft haben.
- Ich muß Beispiele und Metaphern verwenden.
- Ich muß meine Argumente mit anderen Ideen und vergleichbaren Theorien untermauern.
- Ich muß das Vorstellungsvermögen des Kunden mit einbeziehen.
- Ich muß als Berater Selbstvertrauen demonstrieren.
- Ich darf den Kunden nicht mit Einzelheiten überhäufen und mit Kleinigkeiten langweilen.
- Ich muß die logischen Konsequenzen meiner Meinung unterstreichen und emotionale Begründungen vermeiden.
- Ich muß an die Fairneß und ausgeprägte Objektivität des Kunden appellieren.
- Ich muß mich darauf einstellen, daß der Kunde einfallsreich ist und sich ungern an Traditionen oder Erfahrungen hält.
- Ich muß mein Durchhaltevermögen zeigen und auch besonders meine Kompetenz als Berater.

Geeignete Sätze für die INTJ-Präsentation:

- Wir haben es hier mit einem sehr komplizierten Problem zu tun.
- Wir brauchen hier einen ganz neuen Lösungsansatz.
- Was meinen Sie dazu?
- Was sind die langfristigen Auswirkungen?

- Bei allem Respekt ...

INTJs sind hervorragende, kreative Strategen. Sie verfügen über komplexe und häufig brillante visionäre Fähigkeiten, ihr logisch analytischer Verstand und ihre zielstrebige Entschlossenheit ermöglichen es ihnen, mit der Genauigkeit eines Laserstrahls genau das zu erleuchten, was andere nicht sehen können. Sie vertreten ihre Unabhängigkeit mit großer Entschlossenheit und sind Perfektionisten mit sehr starkem eigenen Willen.

Der gelegentliche S-Anteil bewirkt:

- S-Typen kommunizieren unkomplizierter und direkter.
- S-Typen konzentrieren sich mehr auf Fakten und Details.
- S-Typen sprechen eher kürzere Sätze. Sie sind eher nüchtern und ökonomisch.
- S-Typen lesen eher Sach- und Fachbücher.
- S-Typen haben mehr Bezug zur Gegenwart und Vergangenheit als zur Zukunft.
- S-Typen denken mehr einen Gedanken nach dem anderen.

TJs sind Menschen, die Ihre Gefühle für sich behalten:

- Sie sind nüchtern und geschäftsmäßig. Sie kommen gerne direkt zur Sache und hassen es, Zeit zu verschwenden. Sie lassen sich ungern auf gesellschaftliche Gepflogenheiten ein. Sie sehen im Small talk wenig Sinn.
- Sie haben gewöhnlich eine starke Meinung, die Sie auch zum Ausdruck bringen. Sie geben aufrichtiges, ehrliches Feedback, auch wenn es schroff oder verletzend wirkt. Dies erscheint für andere manchmal als gefühllos und unsensibel.
- Sie zeigen selten Emotionen. Sie halten ihre Gefühle unter Kontrolle und lassen es nur selten zu, daß Emotionen ihren logischen Entscheidungsprozeß wesentlich beeinflussen.
- Sie sind sehr körperbewußt und vermeiden es, die Menschen, mit denen sie kommunizieren, zu berühren.

Sie haben gewöhnlich ein ordentliches, formelles, professionell wirkendes äußeres Erscheinungsbild. Sie kleiden sich meistens eher konventionell und traditionell.

Nr.7: ISFJ-Typ mit gelegentlichen T-Anteil

-	2	1	3
3	-	-	-

Dominant ist die sinnliche Wahrnehmung: im Augenblick leben. Die Dinge realistisch betrachten

SJ: Traditionalist

Kommunikation mit SJ's:

- Sie direkt und geradeheraus ansprechen.
- Schnell auf den Punkt kommen.
- Ernst bleiben bei wichtigen Dingen.
- Eine einfache und unkomplizierte Sprache nutzen.
- Präsentieren Schritt für Schritt, der Reihe nach.
- Fakten müssen stimmen.
- Vorgehensweise muß die verantwortungsvollste sein.
- Erklären: Dieser Vorschlag ist der richtige Weg.
- Standpunkt mit Statistik, Fakten und Erfahrungen belegen.
- Vergleiche bringen von abgeschlossenen Projekten der Vergangenheit.

Geeignete Sätze für die ISFJ-Präsentation:

- Ich verspreche es. Ich gebe Ihnen mein Wort.
- Was wäre Ihnen denn angenehm?
- Brauchen Sie noch ein wenig Zeit, um darüber nachzudenken?
- Kann ich mal über etwas Persönliches mit Ihnen sprechen?
- Wie stellt sich das in Ihrer Erinnerung dar?

ISFJs sind sanfte, fürsorgliche, bedachtsame Menschen. Sie widmen sich voll und ganz ihrer Familie und ihren Freunden und stellen deren Interessen über ihre eigenen. Sie sind Veränderungen gegenüber vorsichtig und zurückhaltend und nehmen ihre Verantwortung sehr ernst. Sie stehen nicht gerne im Rampenlicht.

Der gelegentliche T-Anteil bewirkt:

- T-Typen verhalten sich anderen gegenüber kühler.
- T-Typen sind weniger freundlich.
- T-Typen zeigen weniger gern was sie fühlen.
- T-Typen sind eher emotional ausgeglichen.
- T-Typen machen seltener anderen Komplimente.
- T-Typen diskutieren gerne mehr.
- T-Typen wirken eher unsensibel oder gefühlslos, schroff, taktlos, geschäftsmäßig, dickhäutig.

FJs tragen Ihre Gefühle nach außen:

- Sie streben danach, zu anderen Menschen eine Beziehung aufzubauen.
- Sie wissen, was andere möchten und brauchen, und sind bereit, Ihnen das zu geben.
- Sie versuchen, anderen zu gefallen und Zustimmung zu bekommen.
- Sie bemühen sich häufig sehr stark um Harmonie.
- Sie sind oftmals charmant und charismatisch.
- Sie sind die kontaktfreudige Menschen und gute Redner.
- Sie können andere davon überzeugen, ihnen zu vertrauen und ihnen zu folgen.
- Sie haben eine starke körperliche Ausdrucksform.
- Sie neigen dazu, andere zu loben und zu beschuldigen.
- Sie sind sich ihres Äußeren meistens sehr bewußt.

Nr.8: Reiner ESFJ-Typ

-	3	1	1
3	-	-	-

Dominant ist das Fühlen: andere Menschen verstehen und auf sie eingehen.

SJ: Traditionalist

Kommunikation mit SJ's:

- Sie direkt und geradeheraus ansprechen.
- Schnell auf den Punkt kommen.
- Ernst bleiben bei wichtigen Dingen.
- Eine einfache und unkomplizierte Sprache nutzen.
- Präsentieren Schritt für Schritt, der Reihe nach.
- Fakten müssen stimmen.
- Vorgehensweise muß die verantwortungsvollste sein.
- Erklären: Dieser Vorschlag ist der richtige Weg.
- Standpunkt mit Statistik, Fakten und Erfahrungen belegen.
- Vergleiche bringen von abgeschlossenen Projekten der Vergangenheit.

Geeignete Sätze für die ESFJ-Präsentation:

- Könnten Sie mir dabei bitte kurz behilflich sein?
- So denke ich darüber.
- Was ist denn nun das Richtige?
- Bitte .. Danke.
- Ich weiß Ihre Hilfe wirklich zu schätzen.
- Wie handhaben Sie das normalerweise?
- Welche Erfahrungen haben Sie damit in der Vergangenheit gemacht?

ESFJs sind aufgeschlossen, kontaktfreudig und gesprächig. Sie sind sensibel und einfühlsam und deshalb sehr fürsorglich. Sie lieben es, anderen bei der Befriedigung ihrer Bedürfnisse auf ganz reale und praktische Weise zu helfen.

FJs tragen Ihre Gefühle nach außen:

- Sie streben danach, zu anderen Menschen eine Beziehung aufzubauen.
- Sie wissen, was andere möchten und brauchen, und sind bereit, Ihnen das zu geben.
- Sie versuchen, anderen zu gefallen und Zustimmung zu bekommen.
- Sie bemühen sich häufig sehr stark um Harmonie.
- Sie sind oftmals charmant und charismatisch.
- Sie sind die kontaktfreudige Menschen und gute Redner.
- Sie können andere davon überzeugen, ihnen zu vertrauen und ihnen zu folgen.
- Sie haben eine starke körperliche Ausdrucksform.
- Sie neigen dazu, andere zu loben und zu beschuldigen.
- Sie sind sich ihres Äußeren meistens sehr bewußt.

Nr.9: ISFJ-Typ mit gelegentlichen E-Anteil

-	3	1	2
3	-	-	-

Dominant ist die sinnliche Wahrnehmung: im Augenblick leben. Die Dinge realistisch betrachten

SJ: Traditionalist

Kommunikation mit SJ's:

- Sie direkt und geradeheraus ansprechen.
- Schnell auf den Punkt kommen.
- Ernst bleiben bei wichtigen Dingen.
- Eine einfache und unkomplizierte Sprache nutzen.
- Präsentieren Schritt für Schritt, der Reihe nach.
- Fakten müssen stimmen.
- Vorgehensweise muß die verantwortungsvollste sein.
- Erklären: Dieser Vorschlag ist der richtige Weg.
- Standpunkt mit Statistik, Fakten und Erfahrungen belegen.
- Vergleiche bringen von abgeschlossenen Projekten der Vergangenheit.

Geeignete Sätze für die ISFJ-Präsentation:

- Ich verspreche es. Ich gebe Ihnen mein Wort.
- Was wäre Ihnen denn angenehm?
- Brauchen Sie noch ein wenig Zeit, um darüber nachzudenken?
- Kann ich mal über etwas Persönliches mit Ihnen sprechen?
- Wie stellt sich das in Ihrer Erinnerung dar?

ISFJs sind sanfte, fürsorgliche, bedachtsame Menschen. Sie widmen sich voll und ganz ihrer Familie und ihren Freunden und stellen deren Interessen über ihre eigenen. Sie sind Veränderungen gegenüber vorsichtig und zurückhaltend und nehmen ihre Verantwortung sehr ernst. Sie stehen nicht gerne im Rampenlicht.

Der gelegentliche E-Anteil bewirkt:

- E-Typen fühlen sich in Gesellschaft meistens wohler und unterhalten sich problemlos mit den anderen.
- E-Typen beginnen eher ein Gespräch mit anderen.
- E-Typen bevorzugen eher den Mannschaftssport.
- E-Typen reden eher mehr, sind meistens lebhafter, denken eher laut, sprechen eher schneller und meistens laut, sind eher leicht abgelenkt, wechseln eher schneller das Thema, mögen eher gerne mit anderen Menschen zusammensein, stehen eher gerne im Mittelpunkt, handeln eher erst und denken dann, unterbrechen und beenden eher die Sätze ihrer Gesprächspartner, haben eher ein leidenschaftliches Auftreten.
- Ich sollte den Kunden reden und laut denken lassen.
- Ich sollte mit dem Kunden eher über eine Vielzahl verschiedener Themen sprechen.
- Ich sollte mit dem Kunden eher verbal kommunizieren.
- Der Kunde erwartet von mir sofortige Aktion.
- Ich sollte die Unterhaltung mit dem Kunden in Gang halten.

FJs tragen Ihre Gefühle nach außen:

- Sie streben danach, zu anderen Menschen eine Beziehung aufzubauen.
- Sie wissen, was andere möchten und brauchen, und sind bereit, Ihnen das zu geben.
- Sie versuchen, anderen zu gefallen und Zustimmung zu bekommen.
- Sie bemühen sich häufig sehr stark um Harmonie.
- Sie sind oftmals charmant und charismatisch.
- Sie sind die kontaktfreudige Menschen und gute Redner.
- Sie können andere davon überzeugen, ihnen zu vertrauen und ihnen zu folgen.
- Sie haben eine starke körperliche Ausdrucksform.
- Sie neigen dazu, andere zu loben und zu beschuldigen.
- Sie sind sich ihres Äußeren meistens sehr bewußt.

Nr.10: ENFJ-Typ mit gelegentlichen S-Anteil

-	3	2	1
3	-	-	-

Dominant ist das Fühlen: andere Menschen verstehen und auf sie eingehen.

NF: Idealist

Kommunikation mit NF's:

- Ich muß das mifühlende Wesen des Kunden ansprechen.
- Ich muß betonen, wie eine von mir vorgeschlagene Handlungsweise anderen Menschen nützt und besonders wie diese Handlungsweise langfristig dem körperlichen und/oder geistigen Wohlbefinden des Kunden dient.
- Ich muß ausdrücken, wie sehr ich an meine Idee bzw. meinen Vorschlag glaube und warum ich dafür soviel Begeisterung aufbringe.
- Ich muß eine harmonische und kooperative Beziehung zum Kunden anstreben und darf nicht dominant oder konkurrenzorientiert auftreten.
- Ich muß viel mit persönlichen Geschichten und Erfahrungen argumentieren und viele Beispiele und Metaphern benutzen.
- Ich muß versuchen die Freundschaft des Kunden zu gewinnen. Der Kunde wird sich nur dann

- bemühen meine Beraterargumente zu verstehen und ist nur dann bereit mit mir als Berater zu kooperieren oder Kompromisse einzugehen, wenn er eine positive Meinung von mir hat.
- Ich muß das Kundenbedürfnis nach seiner Einzigartigkeit und seiner Originalität ansprechen. Ich muß als Berater versuchen seine Neigung zu unkonventionellen und ungewöhnlichen Vorgehensweisen zu schätzen.
- Ich muß die Kreativität und die Phantasie des Kunden herausfordern. Häufig kann der Kunde gut persönliche oder zwischenmenschliche Probleme lösen.
- Ich muß dem Kunden meine persönlichen Gefühle mitteilen. Je mehr persönliche Informationen ich von mir gebe, desto enger wird meine Beziehung zum Kunden.
- Ich muß ernsthaft und aufrichtig sein. Der Kunde reagiert heftig negativ, wenn ich in seinen Augen nicht aufrichtig erscheine.

Geeignete Sätze für die ENFJ-Präsentation:

- Darf ich Ihnen sagen, wie ich persönlich zu der Sache stehe?
- Was ist Ihr Gefühl bei der Sache?
- Ich habe ein Problem.
- Wie sieht der Plan aus?
- Was ist Ihre Meinung in dieser Sache?
- Ich muß dem Kunden viele Komplimente machen.

ENFJs sind begeisterungsfähig, lebhaft und haben gewöhnlich hervorragende Fähigkeiten im Umgang mit Menschen. Diese setzen sie gerne ein, um anderen zu helfen, ihr volles Potential zu erreichen. Sie sind kreativ, energiegeladen, gut organisiert und stürzen sich mit vollem Einsatz in jede neue Aufgabe.

Der gelegentliche S-Anteil bewirkt:

S-Typen kommunizieren unkomplizierter und direkter.

- S-Typen konzentrieren sich mehr auf Fakten und Details.
- S-Typen sprechen eher kürzere Sätze. Sie sind eher nüchtern und ökonomisch.
- S-Typen lesen eher Sach- und Fachbücher.
- S-Typen haben mehr Bezug zur Gegenwart und Vergangenheit als zur Zukunft.
- S-Typen denken mehr einen Gedanken nach dem anderen.

FJs tragen Ihre Gefühle nach außen:

- Sie streben danach, zu anderen Menschen eine Beziehung aufzubauen.
- Sie wissen, was andere möchten und brauchen, und sind bereit, Ihnen das zu geben.
- Sie versuchen, anderen zu gefallen und Zustimmung zu bekommen.
- Sie bemühen sich häufig sehr stark um Harmonie.
- Sie sind oftmals charmant und charismatisch.
- Sie sind die kontaktfreudige Menschen und gute Redner.
- Sie können andere davon überzeugen, ihnen zu vertrauen und ihnen zu folgen.
- Sie haben eine starke körperliche Ausdrucksform.
- Sie neigen dazu, andere zu loben und zu beschuldigen.
- Sie sind sich ihres Äußeren meistens sehr bewußt.

– Nr.11: Reiner ISFJ-Typ

-	3	1	3
3	-	-	-

Dominant ist die sinnliche Wahrnehmung: im Augenblick leben. Die Dinge realistisch betrachten

SJ: Traditionalist

Kommunikation mit SJ's:

- Sie direkt und geradeheraus ansprechen.
- Schnell auf den Punkt kommen.
- Ernst bleiben bei wichtigen Dingen.
- Eine einfache und unkomplizierte Sprache nutzen.
- Präsentieren Schritt für Schritt, der Reihe nach.
- Fakten müssen stimmen.
- Vorgehensweise muß die verantwortungsvollste sein.
- Erklären: Dieser Vorschlag ist der richtige Weg.
- Standpunkt mit Statistik, Fakten und Erfahrungen belegen.
- Vergleiche bringen von abgeschlossenen Projekten der Vergangenheit.

Geeignete Sätze für die ISFJ-Präsentation:

- Ich verspreche es. Ich gebe Ihnen mein Wort.
- Was wäre Ihnen denn angenehm?
- Brauchen Sie noch ein wenig Zeit, um darüber nachzudenken?
- Kann ich mal über etwas Persönliches mit Ihnen sprechen?
- Wie stellt sich das in Ihrer Erinnerung dar?

ISFJs sind sanfte, fürsorgliche, bedachtsame Menschen. Sie widmen sich voll und ganz ihrer Familie und ihren Freunden und stellen deren Interessen über ihre eigenen. Sie sind Veränderungen gegenüber vorsichtig und zurückhaltend und nehmen ihre Verantwortung sehr ernst. Sie stehen nicht gerne im Rampenlicht.

FJs tragen Ihre Gefühle nach außen:

- Sie streben danach, zu anderen Menschen eine Beziehung aufzubauen.
- Sie wissen, was andere möchten und brauchen, und sind bereit, Ihnen das zu geben.
- Sie versuchen, anderen zu gefallen und Zustimmung zu bekommen.
- Sie bemühen sich häufig sehr stark um Harmonie.
- Sie sind oftmals charmant und charismatisch.
- Sie sind die kontaktfreudige Menschen und gute Redner.
- Sie können andere davon überzeugen, ihnen zu vertrauen und ihnen zu folgen.
- Sie haben eine starke körperliche Ausdrucksform.
- Sie neigen dazu, andere zu loben und zu beschuldigen.
- Sie sind sich ihres Äußeren meistens sehr bewußt.

Nr.12: INFJ-Typ mit gelegentlichen S-Anteil

-	3	2	3
3	-	-	-

Dominant ist die intuitive Wahrnehmung: Möglichkeiten und Auswirkungen erkennen.

NF: Idealist

Kommunikation mit NF's:

- Ich muß das mifühlende Wesen des Kunden ansprechen.
- Ich muß betonen, wie eine von mir vorgeschlagene Handlungsweise anderen Menschen nützt und besonders wie diese Handlungsweise langfristig dem körperlichen und/oder geistigen Wohlbefinden des Kunden dient.
- Ich muß ausdrücken, wie sehr ich an meine Idee bzw. meinen Vorschlag glaube und warum ich dafür soviel Begeisterung aufbringe.
- Ich muß eine harmonische und kooperative Beziehung zum Kunden anstreben und darf nicht dominant oder konkurrenzorientiert auftreten.
- Ich muß viel mit persönlichen Geschichten und Erfahrungen argumentieren und viele Beispiele und Metaphern benutzen.

- Ich muß versuchen die Freundschaft des Kunden zu gewinnen. Der Kunde wird sich nur dann bemühen meine Beraterargumente zu verstehen und ist nur dann bereit mit mir als Berater zu kooperieren oder Kompromisse einzugehen, wenn er persönlich eine positive Meinung von mir hat.
- Ich muß das Kundenbedürfnis nach seiner Einzigartigkeit und seiner Originalität ansprechen. Ich muß als Berater versuchen seine Neigung zu unkonventionellen und ungewöhnlichen Vorgehensweisen zu schätzen.
- Ich muß die Kreativität und die Phantasie des Kunden herausfordern. Häufig kann der Kunde gut persönliche oder zwischenmenschliche Probleme lösen.
- Ich muß dem Kunden meine persönlichen Gefühle mitteilen. Je mehr persönliche Informationen ich von mir gebe, desto enger wird meine Beziehung zum Kunden.
- Ich muß ernsthaft und aufrichtig sein. Der Kunde reagiert heftig negativ, wenn ich in seinen Augen nicht aufrichtig erscheine.

Geeignete Sätze für die INFJ-Präsentation:

- Ich bräuchte dafür einmal eine kreative Lösung. Können Sie mir da helfen?
- Was habe ich übersehen?
- Was ist Ihrer Meinung nach das Richtige?
- Lassen Sie sich damit Zeit. Wir sprechen darüber, wenn Sie soweit sind.
- Lassen Sie uns das doch einmal durchplanen.

INFJs sind die begriffsorientierten Idealisten. Sie sind kreativ, schöpferisch und komplex, aber gleichzeitig eher formell und reserviert und von tiefsten inneren Überzeugungen angetrieben, die ihre Handlungen und Entscheidungen erheblich beeinflussen. Sie können sehr zielstrebig sein und haben ein sehr ausgeprägtes Bedürfnis, ihre Ziele auch zu erreichen.

Der gelegentliche S-Anteil bewirkt:

S-Typen kommunizieren unkomplizierter und direkter.

- S-Typen konzentrieren sich mehr auf Fakten und Details.
- S-Typen sprechen eher kürzere Sätze. Sie sind eher nüchtern und ökonomisch.
- S-Typen lesen eher Sach- und Fachbücher.
- S-Typen haben mehr Bezug zur Gegenwart und Vergangenheit als zur Zukunft.
- S-Typen denken mehr einen Gedanken nach dem anderen.

FJs tragen Ihre Gefühle nach außen:

- Sie streben danach, zu anderen Menschen eine Beziehung aufzubauen.
- Sie wissen, was andere möchten und brauchen, und sind bereit, Ihnen das zu geben.
- Sie versuchen, anderen zu gefallen und Zustimmung zu bekommen.
- Sie bemühen sich häufig sehr stark um Harmonie.
- Sie sind oftmals charmant und charismatisch.
- Sie sind die kontaktfreudige Menschen und gute Redner.
- Sie können andere davon überzeugen, ihnen zu vertrauen und ihnen zu folgen.
- Sie haben eine starke körperliche Ausdrucksform.
- Sie neigen dazu, andere zu loben und zu beschuldigen.
- Sie sind sich ihres Äußeren meistens sehr bewußt.

Nr.13: Reiner ESTP-Typ

-	1	1	1
1 oder 2	-	-	-

Dominant ist die sinnliche Wahrnehmung: im Augenblick leben. Die Dinge realistisch betrachten.

SP: Erlebnistyp. Kommunikation mit SP's:

- Ich muß freundlich und aufgeschlossen sein und die Kundenfragen beantworten.
- Ich muß mich besonders auf die Realität, die Praxisrelevanz und die Gegenwart konzentrieren.
- Ich muß überprüfbare Beweise und Beispiele liefern.
- Ich muß dem Kunden ausreichende Alternativen geben, die er gegeneinander abwägen kann.
- Ich muß gegenüber dem Kunden locker sein und mich im Gespräch nicht so wichtig nehmen.
- Ich muß gegenüber dem Kunden Geschäftliches und Privates vermischen.
- Ich muß das Zusammentreffen mit dem Kunden so interessant und unterhaltsam wie möglich gestalten. Die Abwechslung ist für den Kunden das Salz in der Suppe des Lebens. Also muß meine Präsentation lebendig, mitreißend und aufregend gestaltet sein. Wenn möglich muß ich sofortige Belohnungen einbauen.

- Ich muß möglichst viele Sinne beim Kunden ansprechen. (Audiovisuelle Mittel nutzen!).
- Ich muß dem Kunden Gelegenheiten bieten, Dinge selbst auszuprobieren. Z.B. dem Kunden eine Besichtigung vor Ort anbieten.
- Ich muß den Kunden in die Präsentation mit einbeziehen. Ich muß zu einem Dialog ermuntern. Ich darf keinen Vortrag halten.

Geeignete Sätze für die ESTP-Präsentation:

- Ich bin dabei, wenn Du auch dabei bist.
- The sky is the limit!
- Was hast Du schon zu verlieren?
- Man lebt nur einmal.
- Let's party!

ESTPs sind aktiv, impulsiv und verspielt. Sie sind kontaktfreudig, gesprächig, realistisch, wachsam und pragmatisch. Sie sind anpassungsfähig, unverwundlich und einfallsreich, selbst wenn sie spontan auftretende Probleme lösen müssen. Sie sind aufgeschlossen und beliebt, hassen es, untätig zu sein, und nehmen das Leben, wie es kommt.

TPs tragen Ihre Gefühle nach außen:

- Sie fällen Ihre Entscheidungen auf der Grundlage von unpersönlichen Analysen und nicht auf der Grundlage ihrer Wertvorstellungen oder weil sie sich um die Auswirkungen, die ihre Entscheidung auf andere haben könnte, sorgen.
- Sie setzen Ihre Gefühle häufig strategisch ein, als Hilfsmittel, um Beziehungen aufzubauen und ihre Ziele zu erreichen.
- Sie erkennen schnell beide Seiten des Problems und genießen es, über die Vorteile der verschiedenen Aspekte zu diskutieren.
- Sie können ihre Gefühle sehr dramatisch äußern. Sie können mühelos von einem extremen Verhalten ins andere wechseln.
- Sie können sehr leicht ihre Meinung ändern, wenn sie feststellen, daß eine andere Strategie effektiver ist.
- Sie sind im allgemeinen weniger ernst und dafür lockerer.
- Sie haben ein legeres Auftreten und meistens macht es Spaß mit ihnen zusammenzusein.

Nr.14: ISTP-Typ mit gelegentlichen E-Anteil /

-	1	1	2
1 oder 2	-	-	-

Dominant ist das Denken: logische, objektive Entscheidungen treffen.

SP: Erlebnistyp

Kommunikation mit SP's:

- Ich muß freundlich und aufgeschlossen sein und die Kundenfragen beantworten.
- Ich muß mich besonders auf die Realität, die Praxisrelevanz und die Gegenwart konzentrieren.

- Ich muß überprüfbare Beweise und Beispiele liefern.
- Ich muß dem Kunden ausreichende Alternativen geben, die er gegeneinander abwägen kann.
- Ich muß gegenüber dem Kunden locker sein und mich im Gespräch nicht so wichtig nehmen.
- Ich muß gegenüber dem Kunden Geschäftliches und Privates vermischen.
- Ich muß das Zusammentreffen mit dem Kunden so interessant und unterhaltsam wie möglich gestalten. Die Abwechslung ist für den Kunden das Salz in der Suppe des Lebens. Also muß meine Präsentation lebendig, mitreißend und aufregend gestaltet sein. Wenn möglich muß ich sofortige Belohnungen einbauen.
- Ich muß möglichst viele Sinne beim Kunden ansprechen. (Audiovisuelle Mittel nutzen!).
- Ich muß dem Kunden Gelegenheiten bieten, Dinge selbst auszuprobieren. Z.B. dem Kunden eine Besichtigung vor Ort anbieten.
- Ich muß den Kunden in die Präsentation mit einbeziehen. Ich muß zu einem Dialog ermuntern. Ich darf keinen Vortrag halten.

Geeignete Sätze für die ISTP-Präsentation:

- Ich laß Ihnen das mal hier, dann können Sie es in Ruhe alleine durcharbeiten.
- Können Sie mir helfen, das herauszubekommen?
- Leben und leben lassen.
- Ergibt das für Sie einen Zusammenhang?
- Was ist denn dann die logische Alternative?

ISTPs sind unabhängig, neugierig und logisch. Sie sind eher verschlossen und ruhig, immer darauf bedacht, ihre Umgebung aufmerksam zu beobachten. In allem, was mit der physischen Welt um sie herum zusammenhängt, sind sie sehr talentiert. Sie haben eine besondere Vorliebe für mechanische Dinge und sind gewöhnlich besonders geschickt im Umgang mit Werkzeugen aller Art.

- Der gelegentliche E-Anteil bewirkt:
- E-Typen fühlen sich in Gesellschaft meistens wohler und unterhalten sich problemlos mit den anderen.
- E-Typen beginnen eher ein Gespräch mit anderen.
- E-Typen bevorzugen eher den Mannschaftssport.
- E-Typen reden eher mehr, sind meistens lebhafter, denken eher laut, sprechen eher schneller und meistens laut, sind eher leicht abgelenkt, wechseln eher schneller das Thema, mögen eher gerne mit anderen Menschen zusammensein, stehen eher gerne im Mittelpunkt, handeln eher erst und denken dann, unterbrechen und beenden eher die Sätze ihrer Gesprächspartner, haben eher ein leidenschaftliches Auftreten.
- Ich sollte den Kunden reden und laut denken lassen.
- Ich sollte mit dem Kunden eher über eine Vielzahl verschiedener Themen sprechen.
- Ich sollte mit dem Kunden eher verbal kommunizieren.
- Der Kunde erwartet von mir sofortige Aktion.
- Ich sollte die Unterhaltung mit dem Kunden in Gang halten.

TPs tragen Ihre Gefühle nach außen:

- Sie fällen Ihre Entscheidungen auf der Grundlage von unpersönlichen Analysen und nicht auf der Grundlage ihrer Wertvorstellungen oder weil sie sich um die Auswirkungen, die ihre Entscheidung auf andere haben könnte, sorgen.
- Sie setzen Ihre Gefühle häufig strategisch ein, als Hilfsmittel, um Beziehungen aufzubauen und ihre Ziele zu erreichen.
- Sie erkennen schnell beide Seiten des Problems und genießen es, über die Vorteile der verschiedenen Aspekte zu diskutieren.
- Sie können ihre Gefühle sehr dramatisch äußern. Sie können mühelos von einem extremen Verhalten ins andere wechseln.
- Sie können sehr leicht ihre Meinung ändern, wenn sie feststellen, daß eine andere Strategie effektiver ist.

- Sie sind im allgemeinen weniger ernst und dafür lockerer.
- Sie haben ein legeres Auftreten und meistens macht es Spaß mit ihnen zusammenzusein.

Nr.15: ENTP-Typ mit gelegentlichen S-Anteil

-	1	2	1
1 oder 2	-	-	-

Dominant ist die intuitive Wahrnehmung: Möglichkeiten und Auswirkungen erkennen.

NT: Konzeptualist

Kommunikation mit NT's:

- Ich muß die angeborene Neugier des Kunden herausfordern.
- Ich muß mich auf das Gesamtbild und auf wiederholende Muster konzentrieren, anstatt auf Einzelheiten.
- Ich muß die Auswirkungen erwähnen, die bestimmte Handlungen auf die Zukunft haben.
- Ich muß Beispiele und Metaphern verwenden.
- Ich muß meine Argumente mit anderen Ideen und vergleichbaren Theorien untermauern.
- Ich muß das Vorstellungsvermögen des Kunden mit einbeziehen.
- Ich muß als Berater Selbstvertrauen demonstrieren.
- Ich darf den Kunden nicht mit Einzelheiten überhäufen und mit Kleinigkeiten langweilen.
- Ich muß die logischen Konsequenzen meiner Meinung unterstreichen und emotionale Begründungen vermeiden.
- Ich muß an die Fairneß und ausgeprägte Objektivität des Kunden appellieren.
- Ich muß mich darauf einstellen, daß der Kunde einfallsreich ist und sich ungern an Traditionen oder Erfahrungen hält.
- Ich muß mein Durchhaltevermögen zeigen und auch besonders meine Kompetenz als Berater.

Geeignete Sätze für die ENTP-Präsentation:

- Was halten Sie von dieser guten Idee?
- Wir sollten einmal ein paar Möglichkeiten zusammentragen.
- Ich habe einen Vorschlag für Sie.
- Dies ist vielleicht eine etwas unkonventionelle Herangehensweise, aber ...
- Ich möchte Ihnen ein paar Leute vorstellen.

ENTPs sind begeisterungsfähig, überzeugend und charismatisch. Ihre Scharfsichtigkeit und ihre Fähigkeit, andere Menschen zu verstehen, mit ihnen zu kommunizieren und soziale Entwicklungen vorherzusehen, macht sie zum geborenen Unternehmer oder Politiker.

Der gelegentliche S-Anteil bewirkt:

- S-Typen kommunizieren unkomplizierter und direkter.
- S-Typen konzentrieren sich mehr auf Fakten und Details.
- S-Typen sprechen eher kürzere Sätze. Sie sind eher nüchtern und ökonomisch.
- S-Typen lesen eher Sach- und Fachbücher.
- S-Typen haben mehr Bezug zur Gegenwart und Vergangenheit als zur Zukunft.
- S-Typen denken mehr einen Gedanken nach dem anderen.

TPs tragen Ihre Gefühle nach außen:

- Sie fällen Ihre Entscheidungen auf der Grundlage von unpersönlichen Analysen und nicht auf der Grundlage ihrer Wertvorstellungen oder weil sie sich um die Auswirkungen, die ihre Entscheidung auf andere haben könnte, sorgen.
- Sie setzen Ihre Gefühle häufig strategisch ein, als Hilfsmittel, um Beziehungen aufzubauen und ihre Ziele zu erreichen.
- Sie erkennen schnell beide Seiten des Problems und genießen es, über die Vorteile der verschiedenen Aspekte zu diskutieren.
- Sie können ihre Gefühle sehr dramatisch äußern. Sie können mühelos von einem extremen

- Verhalten ins andere wechseln.
- Sie können sehr leicht ihre Meinung ändern, wenn sie feststellen, daß eine andere Strategie effektiver ist.
- Sie sind im allgemeinen weniger ernst und dafür lockerer.
- Sie haben ein legeres Auftreten und meistens macht es Spaß mit ihnen zusammenzusein.

Nr.16: ESFP-Typ mit gelegentlichen T-Anteil

-	2	1	1
1 oder 2	-	-	-

Dominant ist die sinnliche Wahrnehmung: im Augenblick leben. Die Dinge realistisch betrachten.

SP: Erlebnistyp

Kommunikation mit SP's:

- Ich muß freundlich und aufgeschlossen sein und die Kundenfragen beantworten.
- Ich muß mich besonders auf die Realität, die Praxisrelevanz und die Gegenwart konzentrieren.
- Ich muß überprüfbare Beweise und Beispiele liefern.
- Ich muß dem Kunden ausreichende Alternativen geben, die er gegeneinander abwägen kann.
- Ich muß gegenüber dem Kunden locker sein und mich im Gespräch nicht so wichtig nehmen.
- Ich muß gegenüber dem Kunden Geschäftliches und Privates vermischen.
- Ich muß das Zusammentreffen mit dem Kunden so interessant und unterhaltsam wie möglich gestalten. Die Abwechslung ist für den Kunden das Salz in der Suppe des Lebens. Also muß meine Präsentation lebendig, mitreißend und aufregend gestaltet sein. Wenn möglich muß ich sofortige Belohnungen einbauen.
- Ich muß möglichst viele Sinne beim Kunden ansprechen. (Audiovisuelle Mittel nutzen!).
- Ich muß dem Kunden Gelegenheiten bieten, Dinge selbst auszuprobieren. Z.B. dem Kunden eine Besichtigung vor Ort anbieten.
- Ich muß den Kunden in die Präsentation mit einbeziehen. Ich muß zu einem Dialog ermuntern. Ich darf keinen Vortrag halten.

Geeignete Sätze für die ESFP-Präsentation:

- Überraschung!
- Komm, laß uns feiern!
- Ein paar von uns fahren übers Wochenende nach ...
- Ich hatte einen furchtbaren Tag. Kannst du mich nicht ein wenig aufmuntern?
- Ich brauch bei dieser Sache ein bißchen Hilfe. Wie sieht's aus. Sind Sie dabei?

ESFPs sind warmherzig, freundlich und fröhlich. Sie sind aktiv und ehrgeizig und meistens von den unterschiedlichsten Menschen umgeben. Manchmal scheint es, als würde ihnen die Party immer dorthin folgen, wohin sie gehen. Sie sind nicht nur realistisch, praktisch und fürsorglich veranlagt, sondern auch spontan und locker.

Der gelegentliche T-Anteil bewirkt:

- T-Typen verhalten sich anderen gegenüber kühler.
- T-Typen sind weniger freundlich.
- T-Typen zeigen weniger gern was sie fühlen.

- T-Typen sind eher emotional ausgeglichen.
- T-Typen machen seltener anderen Komplimente.
- T-Typen diskutieren gerne mehr.
- T-Typen wirken eher unsensibel oder gefühlslos, schroff, taktlos, geschäftsmäßig, dickhäutig.

FPs sind Menschen, die Ihre Gefühle für sich behalten:

- Sie haben ein sanftes und angenehmes Wesen. Sie bevorzugen Kooperation gegenüber der Konkurrenz und haben eher eine lockere Einstellung zum Leben.
- Sie haben tiefe Gefühle, die sie nur mit Ihnen sehr nahe stehenden Menschen teilen. Gleichzeitig können sie aber auch sehr sentimental sein.
- Sie sind überaus sensibel. Auch wenn sie nach außen hin sehr freundlich erscheinen, ändert sich ihre Stimmung manchmal sehr schnell.
- Wenn etwas danebengeht, neigen sie dazu, die Schuld eher bei sich selbst zu suchen, als andere zu beschuldigen.
- Sie sind im Umgang mit kleinen Alltagsproblemen flexibel, können jedoch zäh und dickköpfig sein, wenn es um Dinge geht, die etwas mit ihren eigenen Wertvorstellungen zu tun haben oder die ihnen persönlich besonders wichtig sind. Das kann dazu führen, daß sie sehr nachtragend sind, wenn sie sich verletzt fühlen.
- Sie äußern ihre Wertvorstellungen eher durch Handlungen als durch Worte.
- Sie achten nicht übermäßig auf ihr Erscheinungsbild. Es ist ihnen wichtiger, sich selbst zu gefallen als anderen. Sie sind häufig leger, manchmal sogar nachlässig gekleidet.
- Manchmal setzen Sie ihre eigene Leistung herab und sind sehr bescheiden. Es ist ihnen unangenehm in der Öffentlichkeit gelobt zu werden.

Nr.17: Reiner ISTP-Typ

-	1	1	3
1 oder 2	-	-	-

Dominant ist das Denken: logische, objektive Entscheidungen treffen.

SP: Erlebnistyp

Kommunikation mit SP's:

- Ich muß freundlich und aufgeschlossen sein und die Kundenfragen beantworten.
- Ich muß mich besonders auf die Realität, die Praxisrelevanz und die Gegenwart konzentrieren.
- Ich muß überprüfbare Beweise und Beispiele liefern.
- Ich muß dem Kunden ausreichende Alternativen geben, die er gegeneinander abwägen kann.
- Ich muß gegenüber dem Kunden locker sein und mich im Gespräch nicht so wichtig nehmen.
- Ich muß gegenüber dem Kunden Geschäftliches und Privates vermischen.
- Ich muß das Zusammentreffen mit dem Kunden so interessant und unterhaltsam wie möglich gestalten. Die Abwechslung ist für den Kunden das Salz in der Suppe des Lebens. Also muß meine Präsentation lebendig, mitreißend und aufregend gestaltet sein. Wenn möglich muß ich sofortige Belohnungen einbauen.
- Ich muß möglichst viele Sinne beim Kunden ansprechen. (Audiovisuelle Mittel nutzen!).
- Ich muß dem Kunden Gelegenheiten bieten, Dinge selbst auszuprobieren. Z.B. dem Kunden eine Besichtigung vor Ort anbieten.
- Ich muß den Kunden in die Präsentation mit einbeziehen. Ich muß zu einem Dialog ermuntern. Ich darf keinen Vortrag halten.

Geeignete Sätze für die ISTP-Präsentation:

- Ich laß Ihnen das mal hier, dann können Sie es in Ruhe alleine durcharbeiten.
- Können Sie mir helfen, das herauszubekommen?
- Leben und leben lassen.
- Ergibt das für Sie einen Zusammenhang?
- Was ist denn dann die logische Alternative?

ISTPs sind unabhängig, neugierig und logisch. Sie sind eher verschlossen und ruhig, immer darauf bedacht, ihre Umgebung aufmerksam zu beobachten. In allem, was mit der physischen Welt um sie herum zusammenhängt, sind sie sehr talentiert. Sie haben eine besondere Vorliebe für mechanische Dinge und sind gewöhnlich besonders geschickt im Umgang mit Werkzeugen aller Art.

TPs tragen Ihre Gefühle nach außen:

- Sie fällen Ihre Entscheidungen auf der Grundlage von unpersönlichen Analysen und nicht auf der Grundlage ihrer Wertvorstellungen oder weil sie sich um die Auswirkungen, die ihre Entscheidung auf andere haben könnte, sorgen.
- Sie setzen Ihre Gefühle häufig strategisch ein, als Hilfsmittel, um Beziehungen aufzubauen und ihre Ziele zu erreichen.
- Sie erkennen schnell beide Seiten des Problems und genießen es, über die Vorteile der verschiedenen Aspekte zu diskutieren.
- Sie können ihre Gefühle sehr dramatisch äußern. Sie können mühelos von einem extremen Verhalten ins andere wechseln.
- Sie können sehr leicht ihre Meinung ändern, wenn sie feststellen, daß eine andere Strategie effektiver ist.
- Sie sind im allgemeinen weniger ernst und dafür lockerer.
- Sie haben ein legeres Auftreten und meistens macht es Spaß mit ihnen zusammenzusein.

Nr.18: INTP-Typ mit gelegentlichen S-Anteil

-	1	2	3
1 oder 2	-	-	-

Dominant ist das Denken: logische, objektive Entscheidungen treffen.

NT: Konzeptualist

Kommunikation mit NT's:

- Ich muß die angeborene Neugier des Kunden herausfordern.
- Ich muß mich auf das Gesamtbild und auf wiederholende Muster konzentrieren, anstatt auf Einzelheiten.
- Ich muß die Auswirkungen erwähnen, die bestimmte Handlungen auf die Zukunft haben.

- Ich muß Beispiele und Metaphern verwenden.
- Ich muß meine Argumente mit anderen Ideen und vergleichbaren Theorien untermauern.
- Ich muß das Vorstellungsvermögen des Kunden mit einbeziehen.
- Ich muß als Berater Selbstvertrauen demonstrieren.
- Ich darf den Kunden nicht mit Einzelheiten überhäufen und mit Kleinigkeiten langweilen.
- Ich muß die logischen Konsequenzen meiner Meinung unterstreichen und emotionale Begründungen vermeiden.
- Ich muß an die Fairneß und ausgeprägte Objektivität des Kunden appellieren.
- Ich muß mich darauf einstellen, daß der Kunde einfallsreich ist und sich ungern an Traditionen oder Erfahrungen hält.
- Ich muß mein Durchhaltevermögen zeigen und auch besonders meine Kompetenz als Berater.

Geeignete Sätze für die INTP-Präsentation:

- Würden Sie über dieses Problem bitte einmal nachdenken?
- Nehmen Sie sich so viel Zeit, wie Sie brauchen.
- Dies ist eine interessante Herausforderung für Sie.
- Ich weiß noch nicht, wie wir dieses Problem lösen sollen.
- Ich respektiere Ihr Privatleben.

INTPs sind sehr komplexe, unabhängige und kreative Persönlichkeiten. Sie sind fasziniert von den abstraktesten und kompliziertesten Aufgaben und können jede beliebige rationale Position mit Fairneß und Überzeugung vertreten.

Der gelegentliche S-Anteil bewirkt:

- S-Typen kommunizieren unkomplizierter und direkter.
- S-Typen konzentrieren sich mehr auf Fakten und Details.
- S-Typen sprechen eher kürzere Sätze. Sie sind eher nüchtern und ökonomisch.
- S-Typen lesen eher Sach- und Fachbücher.
- S-Typen haben mehr Bezug zur Gegenwart und Vergangenheit als zur Zukunft.
- S-Typen denken mehr einen Gedanken nach dem anderen.

TPs tragen Ihre Gefühle nach außen:

- Sie fällen Ihre Entscheidungen auf der Grundlage von unpersönlichen Analysen und nicht auf der Grundlage ihrer Wertvorstellungen oder weil sie sich um die Auswirkungen, die ihre Entscheidung auf andere haben könnte, sorgen.
- Sie setzen Ihre Gefühle häufig strategisch ein, als Hilfsmittel, um Beziehungen aufzubauen und ihre Ziele zu erreichen.
- Sie erkennen schnell beide Seiten des Problems und genießen es, über die Vorteile der verschiedenen Aspekte zu diskutieren.
- Sie können ihre Gefühle sehr dramatisch äußern. Sie können mühelos von einem extremen Verhalten ins andere wechseln.
- Sie können sehr leicht ihre Meinung ändern, wenn sie feststellen, daß eine andere Strategie effektiver ist.
- Sie sind im allgemeinen weniger ernst und dafür lockerer.
- Sie haben ein legeres Auftreten und meistens macht es Spaß mit ihnen zusammenzusein.

Nr.19: ISFP-Typ mit gelegentlichen T-Anteil

-	2	1	3
1 oder 2	-	-	-

Dominant ist das Fühlen: andere Menschen verstehen und auf sie eingehen.

SP: Erlebnistyp

Kommunikation mit SP's:

- Ich muß freundlich und aufgeschlossen sein und die Kundenfragen beantworten.
- Ich muß mich besonders auf die Realität, die Praxisrelevanz und die Gegenwart konzentrieren.
- Ich muß überprüfbare Beweise und Beispiele liefern.
- Ich muß dem Kunden ausreichende Alternativen geben, die er gegeneinander abwägen kann.
- Ich muß gegenüber dem Kunden locker sein und mich im Gespräch nicht so wichtig nehmen.
- Ich muß gegenüber dem Kunden Geschäftliches und Privates vermischen.
- Ich muß das Zusammentreffen mit dem Kunden so interessant und unterhaltsam wie möglich gestalten. Die Abwechslung ist für den Kunden das Salz in der Suppe des Lebens. Also muß meine Präsentation lebendig, mitreißend und aufregend gestaltet sein. Wenn möglich muß ich sofortige Belohnungen einbauen.
- Ich muß möglichst viele Sinne beim Kunden ansprechen. (Audiovisuelle Mittel nutzen!).
- Ich muß dem Kunden Gelegenheiten bieten, Dinge selbst auszuprobieren. Z.B. dem Kunden eine Besichtigung vor Ort anbieten.
- Ich muß den Kunden in die Präsentation mit einbeziehen. Ich muß zu einem Dialog ermuntern. Ich darf keinen Vortrag halten.

Geeignete Sätze für die ISFP-Präsentation:

- Hilfe!
- Kannst Du ein Geheimnis für Dich behalten?
- Daß Du daran gedacht hast!
- Lassen Sie sich Zeit. Ich warte auf Sie.
- Ich schätze Deine guten Manieren und Dein rücksichtsvolles Verhalten wirklich sehr.

ISFPs sind sanft, bescheiden und einfühlsam. Auch wenn sie anfänglich reserviert und still sind, so sorgen sie sich doch zutiefst um Mensch und Tier, sind hingebungsvoll, loyal und immer zur Stelle, wenn Hilfe benötigt wird. Sie leben völlig in der Gegenwart, sind praktisch veranlagt, beobachten ihre Umwelt sorgfältig und genießen die Schönheit des Lebens um sie herum.

Der gelegentliche T-Anteil bewirkt:

- T-Typen verhalten sich anderen gegenüber kühler.
- T-Typen sind weniger freundlich.
- T-Typen zeigen weniger gern was sie fühlen.
- T-Typen sind eher emotional ausgeglichen.
- T-Typen machen seltener anderen Komplimente.
- T-Typen diskutieren gerne mehr.
- T-Typen wirken eher unsensibel oder gefühlslos, schroff, taktlos, geschäftsmäßig, dickhäutig.

FPs sind Menschen, die Ihre Gefühle für sich behalten:

- Sie haben ein sanftes und angenehmes Wesen. Sie bevorzugen Kooperation gegenüber der Konkurrenz und haben eher eine lockere Einstellung zum Leben.
- Sie haben tiefe Gefühle, die sie nur mit Ihnen sehr nahe stehenden Menschen teilen. Gleichzeitig können sie aber auch sehr sentimental sein.
- Sie sind überaus sensibel. Auch wenn sie nach außen hin sehr freundlich erscheinen, ändert sich ihre Stimmung manchmal sehr schnell.
- Wenn etwas danebengeht, neigen sie dazu, die Schuld eher bei sich selbst zu suchen, als andere zu beschuldigen.
- Sie sind im Umgang mit kleinen Alltagsproblemen flexibel, können jedoch zäh und dickköpfig sein, wenn es um Dinge geht, die etwas mit ihren eigenen Wertvorstellungen zu tun haben oder die ihnen persönlich besonders wichtig sind. Das kann dazu führen, daß sie sehr nachtragend

sind, wenn sie sich verletzt fühlen.

- Sie äußern ihre Wertvorstellungen eher durch Handlungen als durch Worte.
- Sie achten nicht übermäßig auf ihr Erscheinungsbild. Es ist ihnen wichtiger, sich selbst zu gefallen als anderen. Sie sind häufig leger, manchmal sogar nachlässig gekleidet.

Manchmal setzen Sie ihre eigene Leistung herab und sind sehr bescheiden. Es ist ihnen unangenehm in der Öffentlichkeit gelobt zu werden.

Nr.20: Reiner ESFP-Typ

-	3	1	1
1 oder 2	-	-	-

Dominant ist die sinnliche Wahrnehmung: im Augenblick leben. Die Dinge realistisch betrachten.

SP: Erlebnistyp

Kommunikation mit SP's:

- Ich muß freundlich und aufgeschlossen sein und die Kundenfragen beantworten.
- Ich muß mich besonders auf die Realität, die Praxisrelevanz und die Gegenwart konzentrieren.
- Ich muß überprüfbare Beweise und Beispiele liefern.
- Ich muß dem Kunden ausreichende Alternativen geben, die er gegeneinander abwägen kann.
- Ich muß gegenüber dem Kunden locker sein und mich im Gespräch nicht so wichtig nehmen.
- Ich muß gegenüber dem Kunden Geschäftliches und Privates vermischen.
- Ich muß das Zusammentreffen mit dem Kunden so interessant und unterhaltsam wie möglich gestalten. Die Abwechslung ist für den Kunden das Salz in der Suppe des Lebens. Also muß meine Präsentation lebendig, mitreißend und aufregend gestaltet sein. Wenn möglich muß ich sofortige Belohnungen einbauen.
- Ich muß möglichst viele Sinne beim Kunden ansprechen. (Audiovisuelle Mittel nutzen!).
- Ich muß dem Kunden Gelegenheiten bieten, Dinge selbst auszuprobieren. Z.B. dem Kunden eine Besichtigung vor Ort anbieten.
- Ich muß den Kunden in die Präsentation mit einbeziehen. Ich muß zu einem Dialog ermuntern. Ich darf keinen Vortrag halten.

Geeignete Sätze für die ESFP-Präsentation:

- Überraschung!
- Komm, laß uns feiern!
- Ein paar von uns fahren übers Wochenende nach ...
- Ich hatte einen furchtbaren Tag. Kannst du mich nicht ein wenig aufmuntern?
- Ich brauch bei dieser Sache ein bißchen Hilfe. Wie sieht's aus. Sind Sie dabei?

ESFPs sind warmherzig, freundlich und fröhlich. Sie sind aktiv und ehrgeizig und meistens von den unterschiedlichsten Menschen umgeben. Manchmal scheint es, als würde ihnen die Party immer dorthin folgen, wohin sie gehen. Sie sind nicht nur realistisch, praktisch und fürsorglich veranlagt, sondern auch spontan und locker.

FPs sind Menschen, die Ihre Gefühle für sich behalten:

- Sie haben ein sanftes und angenehmes Wesen. Sie bevorzugen Kooperation gegenüber der Konkurrenz und haben eher eine lockere Einstellung zum Leben.

- Sie haben tiefe Gefühle, die sie nur mit Ihnen sehr nahe stehenden Menschen teilen. Gleichzeitig können sie aber auch sehr sentimental sein.
- Sie sind überaus sensibel. Auch wenn sie nach außen hin sehr freundlich erscheinen, ändert sich ihre Stimmung manchmal sehr schnell.
- Wenn etwas danebengeht, neigen sie dazu, die Schuld eher bei sich selbst zu suchen, als andere zu beschuldigen.
- Sie sind im Umgang mit kleinen Alltagsproblemen flexibel, können jedoch zäh und dickköpfig sein, wenn es um Dinge geht, die etwas mit ihren eigenen Wertvorstellungen zu tun haben oder die ihnen persönlich besonders wichtig sind. Das kann dazu führen, daß sie sehr nachtragend sind, wenn sie sich verletzt fühlen.
- Sie äußern ihre Wertvorstellungen eher durch Handlungen als durch Worte.
- Sie achten nicht übermäßig auf ihr Erscheinungsbild. Es ist ihnen wichtiger, sich selbst zu gefallen als anderen. Sie sind häufig leger, manchmal sogar nachlässig gekleidet.
- Manchmal setzen Sie ihre eigene Leistung herab und sind sehr bescheiden. Es ist ihnen unangenehm in der Öffentlichkeit gelobt zu werden.

Nr.21: ISFP-Typ mit gelegentlichen E-Anteil

-	3	1	2
1 oder 2	-	-	-

Dominant ist das Fühlen: andere Menschen verstehen und auf sie eingehen.

SP: Erlebnistyp

Kommunikation mit SP's:

- Ich muß freundlich und aufgeschlossen sein und die Kundenfragen beantworten.
- Ich muß mich besonders auf die Realität, die Praxisrelevanz und die Gegenwart konzentrieren.
- Ich muß überprüfbare Beweise und Beispiele liefern.
- Ich muß dem Kunden ausreichende Alternativen geben, die er gegeneinander abwägen kann.
- Ich muß gegenüber dem Kunden locker sein und mich im Gespräch nicht so wichtig nehmen.
- Ich muß gegenüber dem Kunden Geschäftliches und Privates vermischen.
- Ich muß das Zusammentreffen mit dem Kunden so interessant und unterhaltsam wie möglich gestalten. Die Abwechslung ist für den Kunden das Salz in der Suppe des Lebens. Also muß meine Präsentation lebendig, mitreißend und aufregend gestaltet sein. Wenn möglich muß ich sofortige Belohnungen einbauen.
- Ich muß möglichst viele Sinne beim Kunden ansprechen. (Audiovisuelle Mittel nutzen!).
- Ich muß dem Kunden Gelegenheiten bieten, Dinge selbst auszuprobieren. Z.B. dem Kunden eine Besichtigung vor Ort anbieten.
- Ich muß den Kunden in die Präsentation mit einbeziehen. Ich muß zu einem Dialog ermuntern.

Ich darf keinen Vortrag halten.

Geeignete Sätze für die ISFP-Präsentation:

- Hilfe!
- Kannst Du ein Geheimnis für Dich behalten?
- Daß Du daran gedacht hast!
- Lassen Sie sich Zeit. Ich warte auf Sie.
- Ich schätze Deine guten Manieren und Dein rücksichtsvolles Verhalten wirklich sehr.

ISFPs sind sanft, bescheiden und einfühlsam. Auch wenn sie anfänglich reserviert und still sind, so sorgen sie sich doch zutiefst um Mensch und Tier, sind hingebungsvoll, loyal und immer zur Stelle, wenn Hilfe benötigt wird. Sie leben völlig in der Gegenwart, sind praktisch veranlagt, beobachten ihre Umwelt sorgfältig und genießen die Schönheit des Lebens um sie herum.

- Der gelegentliche E-Anteil bewirkt:
- E-Typen fühlen sich in Gesellschaft meistens wohler und unterhalten sich problemlos mit den anderen.
- E-Typen beginnen eher ein Gespräch mit anderen.
- E-Typen bevorzugen eher den Mannschaftssport.
- E-Typen reden eher mehr, sind meistens lebhafter, denken eher laut, sprechen eher schneller und meistens laut, sind eher leicht abgelenkt, wechseln eher schneller das Thema, mögen eher gerne mit anderen Menschen zusammensein, stehen eher gerne im Mittelpunkt, handeln eher erst und denken dann, unterbrechen und beenden eher die Sätze ihrer Gesprächspartner, haben eher ein leidenschaftliches Auftreten.
- Ich sollte den Kunden reden und laut denken lassen.
- Ich sollte mit dem Kunden eher über eine Vielzahl verschiedener Themen sprechen.
- Ich sollte mit dem Kunden eher verbal kommunizieren.
- Der Kunde erwartet von mir sofortige Aktion.
- Ich sollte die Unterhaltung mit dem Kunden in Gang halten.

FPs sind Menschen, die Ihre Gefühle für sich behalten:

- Sie haben ein sanftes und angenehmes Wesen. Sie bevorzugen Kooperation gegenüber der Konkurrenz und haben eher eine lockere Einstellung zum Leben.
- Sie haben tiefe Gefühle, die sie nur mit Ihnen sehr nahe stehenden Menschen teilen. Gleichzeitig können sie aber auch sehr sentimental sein.
- Sie sind überaus sensibel. Auch wenn sie nach außen hin sehr freundlich erscheinen, ändert sich ihre Stimmung manchmal sehr schnell.
- Wenn etwas danebengeht, neigen sie dazu, die Schuld eher bei sich selbst zu suchen, als andere zu beschuldigen.
- Sie sind im Umgang mit kleinen Alltagsproblemen flexibel, können jedoch zäh und dickköpfig sein, wenn es um Dinge geht, die etwas mit ihren eigenen Wertvorstellungen zu tun haben oder die ihnen persönlich besonders wichtig sind. Das kann dazu führen, daß sie sehr nachtragend sind, wenn sie sich verletzt fühlen.
- Sie äußern ihre Wertvorstellungen eher durch Handlungen als durch Worte.
- Sie achten nicht übermäßig auf ihr Erscheinungsbild. Es ist ihnen wichtiger, sich selbst zu gefallen als anderen. Sie sind häufig leger, manchmal sogar nachlässig gekleidet.
- Manchmal setzen Sie ihre eigene Leistung herab und sind sehr bescheiden. Es ist ihnen unangenehm in der Öffentlichkeit gelobt zu werden.

Nr.22: ENFP-Typ mit gelegentlichen S-Anteil

-	3	2	1
1 oder 2	-	-	-

Dominant ist die intuitive Wahrnehmung: Möglichkeiten und Auswirkungen erkennen.

NF: Idealist

Kommunikation mit NF's:

- Ich muß das miführende Wesen des Kunden ansprechen.
- Ich muß betonen, wie eine von mir vorgeschlagene Handlungsweise anderen Menschen nützt und besonders wie diese Handlungsweise langfristig dem körperlichen und/oder geistigen Wohlbefinden des Kunden dient.
- Ich muß ausdrücken, wie sehr ich an meine Idee bzw. meinen Vorschlag glaube und warum ich dafür soviel Begeisterung aufbringe.
- Ich muß eine harmonische und kooperative Beziehung zum Kunden anstreben und darf nicht dominant oder konkurrenzorientiert auftreten.
- Ich muß viel mit persönlichen Geschichten und Erfahrungen argumentieren und viele Beispiele und Metaphern benutzen.
- Ich muß versuchen die Freundschaft des Kunden zu gewinnen. Der Kunde wird sich nur dann bemühen meine Beraterargumente zu verstehen und ist nur dann bereit mit mir als Berater zu kooperieren oder Kompromisse einzugehen, wenn er persönlich eine positive Meinung von mir hat.
- Ich muß das Kundenbedürfnis nach seiner Einzigartigkeit und seiner Originalität ansprechen. Ich muß als Berater versuchen seine Neigung zu unkonventionellen und ungewöhnlichen Vorgehensweisen zu schätzen.
- Ich muß die Kreativität und die Phantasie des Kunden herausfordern. Häufig kann der Kunde gut persönliche oder zwischenmenschliche Probleme lösen.
- Ich muß dem Kunden meine persönlichen Gefühle mitteilen. Je mehr persönliche Informationen ich von mir gebe, desto enger wird meine Beziehung zum Kunden.
- Ich muß ernsthaft und aufrichtig sein. Der Kunde reagiert heftig negativ, wenn ich in seinen Augen nicht aufrichtig erscheine.

Geeignete Sätze für die ENFP-Präsentation:

- Das ist unmöglich Das können wir einfach nicht schaffen.
- Wir veranstalten da eine Wiedersehensfeier.
- Wir haben reichlich Zeit; lassen Sie uns morgen weitermachen.
- Ich habe eine tolle Idee!
- Kennen Sie jemanden, der das kann?
- Hier sind ein paar Leute, die Sie kennenlernen sollten.

ENFPs sehen überall Alternativen und Gelegenheiten und leben dafür, all diese Möglichkeiten auszuleben und anderen zu helfen, etwas zu verändern oder ihr Leben zu verbessern. Sie sind freundliche, spontane und verspielte Menschen, denen ihre Familie und ihre vielen Freunde sehr viel bedeuten.

Der gelegentliche S-Anteil bewirkt:

- S-Typen kommunizieren unkomplizierter und direkter.
- S-Typen konzentrieren sich mehr auf Fakten und Details.
- S-Typen sprechen eher kürzere Sätze. Sie sind eher nüchtern und ökonomisch.
- S-Typen lesen eher Sach- und Fachbücher.
- S-Typen haben mehr Bezug zur Gegenwart und Vergangenheit als zur Zukunft.
- S-Typen denken mehr einen Gedanken nach dem anderen.

FPs sind Menschen, die Ihre Gefühle für sich behalten:

- Sie haben ein sanftes und angenehmes Wesen. Sie bevorzugen Kooperation gegenüber der Konkurrenz und haben eher eine lockere Einstellung zum Leben.
- Sie haben tiefe Gefühle, die sie nur mit Ihnen sehr nahe stehenden Menschen teilen. Gleichzeitig können sie aber auch sehr sentimental sein.
- Sie sind überaus sensibel. Auch wenn sie nach außen hin sehr freundlich erscheinen, ändert sich ihre Stimmung manchmal sehr schnell.
- Wenn etwas danebengeht, neigen sie dazu, die Schuld eher bei sich selbst zu suchen, als andere zu beschuldigen.
- Sie sind im Umgang mit kleinen Alltagsproblemen flexibel, können jedoch zäh und dickköpfig

sein, wenn es um Dinge geht, die etwas mit ihren eigenen Wertvorstellungen zu tun haben oder die ihnen persönlich besonders wichtig sind. Das kann dazu führen, daß sie sehr nachtragend sind, wenn sie sich verletzt fühlen.

- Sie äußern ihre Wertvorstellungen eher durch Handlungen als durch Worte.
- Sie achten nicht übermäßig auf ihr Erscheinungsbild. Es ist ihnen wichtiger, sich selbst zu gefallen als anderen. Sie sind häufig leger, manchmal sogar nachlässig gekleidet.
- Manchmal setzen Sie ihre eigene Leistung herab und sind sehr bescheiden. Es ist ihnen unangenehm in der Öffentlichkeit gelobt zu werden.

Nr.23: Reiner ISFP-Typ

-	3	1	3
1 oder 2	-	-	-

Dominant ist das Fühlen: andere Menschen verstehen und auf sie eingehen.

SP: Erlebnistyp

Kommunikation mit SP's:

- Ich muß freundlich und aufgeschlossen sein und die Kundenfragen beantworten.
- Ich muß mich besonders auf die Realität, die Praxisrelevanz und die Gegenwart konzentrieren.
- Ich muß überprüfbare Beweise und Beispiele liefern.
- Ich muß dem Kunden ausreichende Alternativen geben, die er gegeneinander abwägen kann.
- Ich muß gegenüber dem Kunden locker sein und mich im Gespräch nicht so wichtig nehmen.
- Ich muß gegenüber dem Kunden Geschäftliches und Privates vermischen.
- Ich muß das Zusammentreffen mit dem Kunden so interessant und unterhaltsam wie möglich gestalten. Die Abwechslung ist für den Kunden das Salz in der Suppe des Lebens. Also muß meine Präsentation lebendig, mitreißend und aufregend gestaltet sein. Wenn möglich muß ich sofortige Belohnungen einbauen.
- Ich muß möglichst viele Sinne beim Kunden ansprechen. (Audiovisuelle Mittel nutzen!).
- Ich muß dem Kunden Gelegenheiten bieten, Dinge selbst auszuprobieren. Z.B. dem Kunden eine Besichtigung vor Ort anbieten.
- Ich muß den Kunden in die Präsentation mit einbeziehen. Ich muß zu einem Dialog ermuntern. Ich darf keinen Vortrag halten.

Geeignete Sätze für die ISFP-Präsentation:

- Hilfe!
- Kannst Du ein Geheimnis für Dich behalten?
- Daß Du daran gedacht hast!
- Lassen Sie sich Zeit. Ich warte auf Sie.
- Ich schätze Deine guten Manieren und Dein rücksichtsvolles Verhalten wirklich sehr.

ISFPs sind sanft, bescheiden und einfühlsam. Auch wenn sie anfänglich reserviert und still sind, so sorgen sie sich doch zutiefst um Mensch und Tier, sind hingebungsvoll, loyal und immer zur Stelle, wenn Hilfe benötigt wird. Sie leben völlig in der Gegenwart, sind praktisch veranlagt, beobachten ihre Umwelt sorgfältig und genießen die Schönheit des Lebens um sie herum.

FPs sind Menschen, die Ihre Gefühle für sich behalten:

- Sie haben ein sanftes und angenehmes Wesen. Sie bevorzugen Kooperation gegenüber der Konkurrenz und haben eher eine lockere Einstellung zum Leben.
- Sie haben tiefe Gefühle, die sie nur mit Ihnen sehr nahe stehenden Menschen teilen. Gleichzeitig können sie aber auch sehr sentimental sein.
- Sie sind überaus sensibel. Auch wenn sie nach außen hin sehr freundlich erscheinen, ändert sich ihre Stimmung manchmal sehr schnell.
- Wenn etwas danebengeht, neigen sie dazu, die Schuld eher bei sich selbst zu suchen, als andere zu beschuldigen.
- Sie sind im Umgang mit kleinen Alltagsproblemen flexibel, können jedoch zäh und dickköpfig

sein, wenn es um Dinge geht, die etwas mit ihren eigenen Wertvorstellungen zu tun haben oder die ihnen persönlich besonders wichtig sind. Das kann dazu führen, daß sie sehr nachtragend sind, wenn sie sich verletzt fühlen.

- Sie äußern ihre Wertvorstellungen eher durch Handlungen als durch Worte.
- Sie achten nicht übermäßig auf ihr Erscheinungsbild. Es ist ihnen wichtiger, sich selbst zu gefallen als anderen. Sie sind häufig leger, manchmal sogar nachlässig gekleidet.
- Manchmal setzen Sie ihre eigene Leistung herab und sind sehr bescheiden. Es ist ihnen unangenehm in der Öffentlichkeit gelobt zu werden.

Nr.24: INFP-Typ mit gelegentlichen S-Anteil

-	3	2	3
1 oder 2	-	-	-

Dominant ist das Fühlen: andere Menschen verstehen und auf sie eingehen.

NF: Idealist

Kommunikation mit NF's:

- Ich muß das mifühlende Wesen des Kunden ansprechen.
- Ich muß betonen, wie eine von mir vorgeschlagene Handlungsweise anderen Menschen nützt und besonders wie diese Handlungsweise langfristig dem körperlichen und/oder geistigen Wohlbefinden des Kunden dient.
- Ich muß ausdrücken, wie sehr ich an meine Idee bzw. meinen Vorschlag glaube und warum ich dafür soviel Begeisterung aufbringe.
- Ich muß eine harmonische und kooperative Beziehung zum Kunden anstreben und darf nicht dominant oder konkurrenzorientiert auftreten.
- Ich muß viel mit persönlichen Geschichten und Erfahrungen argumentieren und viele Beispiele und Metaphern benutzen.
- Ich muß versuchen die Freundschaft des Kunden zu gewinnen. Der Kunde wird sich nur dann bemühen meine Beraterargumente zu verstehen und ist nur dann bereit mit mir als Berater zu kooperieren oder Kompromisse einzugehen, wenn er persönlich eine positive Meinung von mir hat.
- Ich muß das Kundenbedürfnis nach seiner Einzigartigkeit und seiner Originalität ansprechen. Ich muß als Berater versuchen seine Neigung zu unkonventionellen und ungewöhnlichen Vorgehensweisen zu schätzen.
- Ich muß die Kreativität und die Phantasie des Kunden herausfordern. Häufig kann der Kunde gut persönliche oder zwischenmenschliche Probleme lösen.
- Ich muß dem Kunden meine persönlichen Gefühle mitteilen. Je mehr persönliche Informationen ich von mir gebe, desto enger wird meine Beziehung zum Kunden.
- Ich muß ernsthaft und aufrichtig sein. Der Kunde reagiert heftig negativ, wenn ich in seinen Augen nicht aufrichtig erscheine.

Geeignete Sätze für die INFP-Präsentation:

- Was sagt Ihnen Ihr Gefühl? Wie sollten wir uns entscheiden?
- Kann ich einmal etwas Persönliches mit Ihnen besprechen?
- Ich würde gerne einmal etwas über Ihr letztes Projekt hören.
- Kein Grund zur Eile. Lassen Sie sich einfach so viel Zeit, wie Sie brauchen.

INFPs sind die idealistischsten unter den Idealisten und werden von ihren tiefsten persönlichen Werten und ihrer individuellen Einstellung zur Welt angetrieben. Sie sind sanft, reserviert und sogar kühl gegenüber denen, die sie nicht kennen und denen sie nicht vertrauen, aber warmherzig, leidenschaftlich und besorgt, wenn es um Menschen und Dinge geht, die ihnen wichtig sind.

Der gelegentliche S-Anteil bewirkt:

- S-Typen kommunizieren unkomplizierter und direkter.
- S-Typen konzentrieren sich mehr auf Fakten und Details.
- S-Typen sprechen eher kürzere Sätze. Sie sind eher nüchtern und ökonomisch.
- S-Typen lesen eher Sach- und Fachbücher.
- S-Typen haben mehr Bezug zur Gegenwart und Vergangenheit als zur Zukunft.
- S-Typen denken mehr einen Gedanken nach dem anderen.

FPs sind Menschen, die Ihre Gefühle für sich behalten:

- Sie haben ein sanftes und angenehmes Wesen. Sie bevorzugen Kooperation gegenüber der Konkurrenz und haben eher eine lockere Einstellung zum Leben.
- Sie haben tiefe Gefühle, die sie nur mit Ihnen sehr nahe stehenden Menschen teilen. Gleichzeitig können sie aber auch sehr sentimental sein.
- Sie sind überaus sensibel. Auch wenn sie nach außen hin sehr freundlich erscheinen, ändert sich ihre Stimmung manchmal sehr schnell.
- Wenn etwas danebengeht, neigen sie dazu, die Schuld eher bei sich selbst zu suchen, als andere zu beschuldigen.
- Sie sind im Umgang mit kleinen Alltagsproblemen flexibel, können jedoch zäh und dickköpfig sein, wenn es um Dinge geht, die etwas mit ihren eigenen Wertvorstellungen zu tun haben oder die ihnen persönlich besonders wichtig sind. Das kann dazu führen, daß sie sehr nachtragend sind, wenn sie sich verletzt fühlen.
- Sie äußern ihre Wertvorstellungen eher durch Handlungen als durch Worte.
- Sie achten nicht übermäßig auf ihr Erscheinungsbild. Es ist ihnen wichtiger, sich selbst zu gefallen als anderen. Sie sind häufig leger, manchmal sogar nachlässig gekleidet.
- Manchmal setzen Sie ihre eigene Leistung herab und sind sehr bescheiden. Es ist ihnen unangenehm in der Öffentlichkeit gelobt zu werden.

Nr.25: Reiner ENTJ-Typ

-	1	3	1
3	-	-	-

Dominant ist das Denken: logische, objektive Entscheidungen treffen.

NT: Konzeptualist

Kommunikation mit NT's:

- Ich muß die angeborene Neugier des Kunden herausfordern.
- Ich muß mich auf das Gesamtbild und auf wiederholende Muster konzentrieren, anstatt auf Einzelheiten.
- Ich muß die Auswirkungen erwähnen, die bestimmte Handlungen auf die Zukunft haben.
- Ich muß Beispiele und Metaphern verwenden.
- Ich muß meine Argumente mit anderen Ideen und vergleichbaren Theorien untermauern.
- Ich muß das Vorstellungsvermögen des Kunden mit einbeziehen.
- Ich muß als Berater Selbstvertrauen demonstrieren.

- Ich darf den Kunden nicht mit Einzelheiten überhäufen und mit Kleinigkeiten langweilen.
- Ich muß die logischen Konsequenzen meiner Meinung unterstreichen und emotionale Begründungen vermeiden.
- Ich muß an die Fairneß und ausgeprägte Objektivität des Kunden appellieren.
- Ich muß mich darauf einstellen, daß der Kunde einfallsreich ist und sich ungern an Traditionen oder Erfahrungen hält.
- Ich muß mein Durchhaltevermögen zeigen und auch besonders meine Kompetenz als Berater.

Geeignete Sätze für die ENTJ-Präsentation:

- Vergiß die Torpedos. Volle Kraft voraus!
- Wir brauchen jemanden, der für dieses Projekt die Verantwortung übernimmt.
- Wie sollte Ihrer Meinung nach unsere Strategie aussehen?

ENTJs sind geborene Führer — strategisch denkend, gut organisiert und entscheidungsfreudig. Sie sind energisch, stark und zielstrebig und meistens in der Lage, die Ressourcen oder Menschen zu mobilisieren, die sie für die angestrebte überdurchschnittliche, kreative Bewältigung einer Aufgabe benötigen.

TJs sind Menschen, die Ihre Gefühle für sich behalten:

- Sie sind nüchtern und geschäftsmäßig. Sie kommen gerne direkt zur Sache und hassen es, Zeit zu verschwenden. Sie lassen sich ungern auf gesellschaftliche Gepflogenheiten ein. Sie sehen im Small talk wenig Sinn.
- Sie haben gewöhnlich eine starke Meinung, die Sie auch zum Ausdruck bringen. Sie geben aufrichtiges, ehrliches Feedback, auch wenn es schroff oder verletzend wirkt. Dies erscheint für andere manchmal als gefühllos und unsensibel.
- Sie zeigen selten Emotionen. Sie halten ihre Gefühle unter Kontrolle und lassen es nur selten zu, daß Emotionen ihren logischen Entscheidungsprozeß wesentlich beeinflussen.
- Sie sind sehr körperbewußt und vermeiden es, die Menschen, mit denen sie kommunizieren, zu berühren.
- Sie haben gewöhnlich ein ordentliches, formelles, professionell wirkendes äußeres Erscheinungsbild. Sie kleiden sich meistens eher konventionell und traditionell.

Nr.26: INTJ-Typ mit gelegentlichen E-Anteil

-	1	3	2
3	-	-	-

Dominant ist die intuitive Wahrnehmung: Möglichkeiten und Auswirkungen erkennen.

NT: Konzeptualist

Kommunikation mit NT's:

- Ich muß die angeborene Neugier des Kunden herausfordern.
- Ich muß mich auf das Gesamtbild und auf wiederholende Muster konzentrieren, anstatt auf Einzelheiten.
- Ich muß die Auswirkungen erwähnen, die bestimmte Handlungen auf die Zukunft haben.
- Ich muß Beispiele und Metaphern verwenden.
- Ich muß meine Argumente mit anderen Ideen und vergleichbaren Theorien untermauern.
- Ich muß das Vorstellungsvermögen des Kunden mit einbeziehen.
- Ich muß als Berater Selbstvertrauen demonstrieren.
- Ich darf den Kunden nicht mit Einzelheiten überhäufen und mit Kleinigkeiten langweilen.
- Ich muß die logischen Konsequenzen meiner Meinung unterstreichen und emotionale Begründungen vermeiden.
- Ich muß an die Fairneß und ausgeprägte Objektivität des Kunden appellieren.
- Ich muß mich darauf einstellen, daß der Kunde einfallsreich ist und sich ungern an Traditionen oder Erfahrungen hält.
- Ich muß mein Durchhaltevermögen zeigen und auch besonders meine Kompetenz als Berater.

Geeignete Sätze für die INTJ-Präsentation:

- Wir haben es hier mit einem sehr komplizierten Problem zu tun.
- Wir brauchen hier einen ganz neuen Lösungsansatz.
- Was meinen Sie dazu?
- Was sind die langfristigen Auswirkungen?
- Bei allem Respekt

INTJs sind hervorragende, kreative Strategen. Sie verfügen über komplexe und häufig brillante visionäre Fähigkeiten, ihr logisch analytischer Verstand und ihre zielstrebige Entschlossenheit ermöglichen es ihnen, mit der Genauigkeit eines Laserstrahls genau das zu erleuchten, was andere nicht sehen können. Sie vertreten ihre Unabhängigkeit mit großer Entschlossenheit und sind Perfektionisten mit sehr starkem eigenen Willen.

- Der gelegentliche E-Anteil bewirkt:
- E-Typen fühlen sich in Gesellschaft meistens wohler und unterhalten sich problemlos mit den anderen.
- E-Typen beginnen eher ein Gespräch mit anderen.
- E-Typen bevorzugen eher den Mannschaftssport.
- E-Typen reden eher mehr, sind meistens lebhafter, denken eher laut, sprechen eher schneller und meistens laut, sind eher leicht abgelenkt, wechseln eher schneller das Thema, mögen eher gerne mit anderen Menschen zusammensein, stehen eher gerne im Mittelpunkt, handeln eher erst und denken dann, unterbrechen und beenden eher die Sätze ihrer Gesprächspartner, haben eher ein leidenschaftliches Auftreten.
- Ich sollte den Kunden reden und laut denken lassen.
- Ich sollte mit dem Kunden eher über eine Vielzahl verschiedener Themen sprechen.
- Ich sollte mit dem Kunden eher verbal kommunizieren.
- Der Kunde erwartet von mir sofortige Aktion.
- Ich sollte die Unterhaltung mit dem Kunden in Gang halten.

- **TJs** sind Menschen, die Ihre Gefühle für sich behalten:
- Sie sind nüchtern und geschäftsmäßig. Sie kommen gerne direkt zur Sache und hassen es, Zeit zu verschwenden. Sie lassen sich ungern auf gesellschaftliche Gepflogenheiten ein. Sie sehen im Small talk wenig Sinn.
- Sie haben gewöhnlich eine starke Meinung, die Sie auch zum Ausdruck bringen. Sie geben aufrichtiges, ehrliches Feedback, auch wenn es schroff oder verletzend wirkt. Dies erscheint für andere manchmal als gefühllos und unsensibel.
- Sie zeigen selten Emotionen. Sie halten ihre Gefühle unter Kontrolle und lassen es nur selten zu, daß Emotionen ihren logischen Entscheidungsprozeß wesentlich beeinflussen.

- Sie sind sehr körperbewußt und vermeiden es, die Menschen, mit denen sie kommunizieren, zu berühren.
- Sie haben gewöhnlich ein ordentliches, formelles, professionell wirkendes äußeres Erscheinungsbild. Sie kleiden sich meistens eher konventionell und traditionell.

Nr.27: ENFJ-Typ mit gelegentlichen T-Anteil

-	2	3	1
3	-	-	-

Dominant ist das Fühlen: andere Menschen verstehen und auf sie eingehen.

NF: Idealist

Kommunikation mit NF's:

- Ich muß das mifühlende Wesen des Kunden ansprechen.
- Ich muß betonen, wie eine von mir vorgeschlagene Handlungsweise anderen Menschen nützt und besonders wie diese Handlungsweise langfristig dem körperlichen und/oder geistigen Wohlbefinden des Kunden dient.
- Ich muß ausdrücken, wie sehr ich an meine Idee bzw. meinen Vorschlag glaube und warum ich dafür soviel Begeisterung aufbringe.
- Ich muß eine harmonische und kooperative Beziehung zum Kunden anstreben und darf nicht dominant oder konkurrenzorientiert auftreten.
- Ich muß viel mit persönlichen Geschichten und Erfahrungen argumentieren und viele Beispiele und Metaphern benutzen.
- Ich muß versuchen die Freundschaft des Kunden zu gewinnen. Der Kunde wird sich nur dann bemühen meine Beraterargumente zu verstehen und ist nur dann bereit mit mir als Berater zu kooperieren oder Kompromisse einzugehen, wenn er eine positive Meinung von mir hat.
- Ich muß das Kundenbedürfnis nach seiner Einzigartigkeit und seiner Originalität ansprechen. Ich muß als Berater versuchen seine Neigung zu unkonventionellen und ungewöhnlichen Vorgehensweisen zu schätzen.
- Ich muß die Kreativität und die Phantasie des Kunden herausfordern. Häufig kann der Kunde gut persönliche oder zwischenmenschliche Probleme lösen.
- Ich muß dem Kunden meine persönlichen Gefühle mitteilen. Je mehr persönliche Informationen ich von mir gebe, desto enger wird meine Beziehung zum Kunden.
- Ich muß ernsthaft und aufrichtig sein. Der Kunde reagiert heftig negativ, wenn ich in seinen Augen nicht aufrichtig erscheine.

Geeignete Sätze für die ENFJ-Präsentation:

- Darf ich Ihnen sagen, wie ich persönlich zu der Sache stehe?
- Was ist Ihr Gefühl bei der Sache?
- Ich habe ein Problem.
- Wie sieht der Plan aus?
- Was ist Ihre Meinung in dieser Sache? - Ich muß dem Kunden viele Komplimente machen.

ENFJs sind begeisterungsfähig, lebhaft und haben gewöhnlich hervorragende Fähigkeiten im Umgang mit Menschen. Diese setzen sie gerne ein, um anderen zu helfen, ihr volles Potential zu erreichen. Sie sind kreativ, energiegeladen, gut organisiert und stürzen sich mit vollem Einsatz in jede neue Aufgabe.

Der gelegentliche T-Anteil bewirkt:

- T-Typen verhalten sich anderen gegenüber kühler.
- T-Typen sind weniger freundlich.
- T-Typen zeigen weniger gern was sie fühlen.
- T-Typen sind eher emotional ausgeglichen.
- T-Typen machen seltener anderen Komplimente.
- T-Typen diskutieren gerne mehr.
- T-Typen wirken eher unsensibel oder gefühllos, schroff, taktlos, geschäftsmäßig, dickhäutig.

FJs tragen Ihre Gefühle nach außen:

- Sie streben danach, zu anderen Menschen eine Beziehung aufzubauen.
- Sie wissen, was andere möchten und brauchen, und sind bereit, Ihnen das zu geben.
- Sie versuchen, anderen zu gefallen und Zustimmung zu bekommen.

- Sie bemühen sich häufig sehr stark um Harmonie.
- Sie sind oftmals charmant und charismatisch.
- Sie sind die kontaktfreudige Menschen und gute Redner.
- Sie können andere davon überzeugen, ihnen zu vertrauen und ihnen zu folgen.
- Sie haben eine starke körperliche Ausdrucksform.
- Sie neigen dazu, andere zu loben und zu beschuldigen.
- Sie sind sich ihres Äußeren meistens sehr bewußt.

Nr.28: Reiner INTJ-Typ

-	1	3	3
3	-	-	-

Dominant ist die intuitive Wahrnehmung: Möglichkeiten und Auswirkungen erkennen.

NT: Konzeptualist

Kommunikation mit NT's:

- Ich muß die angeborene Neugier des Kunden herausfordern.
- Ich muß mich auf das Gesamtbild und auf wiederholende Muster konzentrieren, anstatt auf Einzelheiten.
- Ich muß die Auswirkungen erwähnen, die bestimmte Handlungen auf die Zukunft haben.
- Ich muß Beispiele und Metaphern verwenden.
- Ich muß meine Argumente mit anderen Ideen und vergleichbaren Theorien untermauern.
- Ich muß das Vorstellungsvermögen des Kunden mit einbeziehen.
- Ich muß als Berater Selbstvertrauen demonstrieren.
- Ich darf den Kunden nicht mit Einzelheiten überhäufen und mit Kleinigkeiten langweilen.
- Ich muß die logischen Konsequenzen meiner Meinung unterstreichen und emotionale Begründungen vermeiden.
- Ich muß an die Fairneß und ausgeprägte Objektivität des Kunden appellieren.
- Ich muß mich darauf einstellen, daß der Kunde einfallsreich ist und sich ungern an Traditionen oder Erfahrungen hält.
- Ich muß mein Durchhaltevermögen zeigen und auch besonders meine Kompetenz als Berater.

Geeignete Sätze für die INTJ-Präsentation:

- Wir haben es hier mit einem sehr komplizierten Problem zu tun.
- Wir brauchen hier einen ganz neuen Lösungsansatz.
- Was meinen Sie dazu?
- Was sind die langfristigen Auswirkungen?
- Bei allem Respekt ...

INTJs sind hervorragende, kreative Strategen. Sie verfügen über komplexe und häufig brillante visionäre Fähigkeiten, ihr logisch analytischer Verstand und ihre zielstrebige Entschlossenheit ermöglichen es ihnen, mit der Genauigkeit eines Laserstrahls genau das zu erleuchten, was andere nicht sehen können. Sie vertreten ihre Unabhängigkeit mit großer Entschlossenheit und sind Perfektionisten mit sehr starkem eigenen Willen.

- **TJs** sind Menschen, die Ihre Gefühle für sich behalten:
- Sie sind nüchtern und geschäftsmäßig. Sie kommen gerne direkt zur Sache und hassen es, Zeit zu verschwenden. Sie lassen sich ungern auf gesellschaftliche Gepflogenheiten ein. Sie sehen im Small talk wenig Sinn.
- Sie haben gewöhnlich eine starke Meinung, die Sie auch zum Ausdruck bringen. Sie geben aufrichtiges, ehrliches Feedback, auch wenn es schroff oder verletzend wirkt. Dies erscheint für andere manchmal als gefühllos und unsensibel.
- Sie zeigen selten Emotionen. Sie halten ihre Gefühle unter Kontrolle und lassen es nur selten zu, daß Emotionen ihren logischen Entscheidungsprozeß wesentlich beeinflussen.
- Sie sind sehr körperbewußt und vermeiden es, die Menschen, mit denen sie kommunizieren, zu

berühren.

- Sie haben gewöhnlich ein ordentliches, formelles, professionell wirkendes äußeres Erscheinungsbild. Sie kleiden sich meistens eher konventionell und traditionell.

Nr.29: INFJ-Typ mit gelegentlichen T-Anteil

-	2	3	3
3	-	-	-

Dominant ist die intuitive Wahrnehmung: Möglichkeiten und Auswirkungen erkennen.

NF: Idealist

Kommunikation mit NF's:

- Ich muß das mifühlende Wesen des Kunden ansprechen.
- Ich muß betonen, wie eine von mir vorgeschlagene Handlungsweise anderen Menschen nützt und besonders wie diese Handlungsweise langfristig dem körperlichen und/oder geistigen Wohlbefinden des Kunden dient.
- Ich muß ausdrücken, wie sehr ich an meine Idee bzw. meinen Vorschlag glaube und warum ich dafür soviel Begeisterung aufbringe.
- Ich muß eine harmonische und kooperative Beziehung zum Kunden anstreben und darf nicht dominant oder konkurrenzorientiert auftreten.
- Ich muß viel mit persönlichen Geschichten und Erfahrungen argumentieren und viele Beispiele und Metaphern benutzen.
- Ich muß versuchen die Freundschaft des Kunden zu gewinnen. Der Kunde wird sich nur dann bemühen meine Beraterargumente zu verstehen und ist nur dann bereit mit mir als Berater zu kooperieren oder Kompromisse einzugehen, wenn er eine positive Meinung von mir hat.
- Ich muß das Kundenbedürfnis nach seiner Einzigartigkeit und seiner Originalität ansprechen. Ich muß als Berater versuchen seine Neigung zu unkonventionellen und ungewöhnlichen Vorgehensweisen zu schätzen.
- Ich muß die Kreativität und die Phantasie des Kunden herausfordern. Häufig kann der Kunde gut persönliche oder zwischenmenschliche Probleme lösen.
- Ich muß dem Kunden meine persönlichen Gefühle mitteilen. Je mehr persönliche Informationen ich von mir gebe, desto enger wird meine Beziehung zum Kunden.
- Ich muß ernsthaft und aufrichtig sein. Der Kunde reagiert heftig negativ, wenn ich in seinen Augen nicht aufrichtig erscheine.

Geeignete Sätze für die INFJ-Präsentation:

- Ich bräuchte dafür einmal eine kreative Lösung. Können Sie mir da helfen?
- Was habe ich übersehen?
- Was ist Ihrer Meinung nach das Richtige?
- Lassen Sie sich damit Zeit. Wir sprechen darüber, wenn Sie soweit sind.
- Lassen Sie uns das doch einmal durchplanen.

INFJs sind die begriffsorientierten Idealisten. Sie sind kreativ, schöpferisch und komplex, aber gleichzeitig eher formell und reserviert und von tiefsten inneren Überzeugungen angetrieben, die ihre Handlungen und Entscheidungen erheblich beeinflussen. Sie können sehr zielstrebig sein und haben ein sehr ausgeprägtes Bedürfnis, ihre Ziele auch zu erreichen.

Der gelegentliche T-Anteil bewirkt:

- T-Typen verhalten sich anderen gegenüber kühler.
- T-Typen sind weniger freundlich.
- T-Typen zeigen weniger gern was sie fühlen.
- T-Typen sind eher emotional ausgeglichen.
- T-Typen machen seltener anderen Komplimente.
- T-Typen diskutieren gerne mehr.
- T-Typen wirken eher unsensibel oder gefühlslos, schroff, taktlos, geschäftsmäßig, dickhäutig.

FJs tragen Ihre Gefühle nach außen:

- Sie streben danach, zu anderen Menschen eine Beziehung aufzubauen.
- Sie wissen, was andere möchten und brauchen, und sind bereit, Ihnen das zu geben.
- Sie versuchen, anderen zu gefallen und Zustimmung zu bekommen.
- Sie bemühen sich häufig sehr stark um Harmonie.
- Sie sind oftmals charmant und charismatisch.
- Sie sind die kontaktfreudige Menschen und gute Redner.
- Sie können andere davon überzeugen, ihnen zu vertrauen und ihnen zu folgen.
- Sie haben eine starke körperliche Ausdrucksform.
- Sie neigen dazu, andere zu loben und zu beschuldigen.
- Sie sind sich ihres Äußeren meistens sehr bewußt.

Nr.30: Reiner ENTP-Typ

-	1	3	1
1 oder 2	-	-	-

Dominant ist die intuitive Wahrnehmung: Möglichkeiten und Auswirkungen erkennen.

NT: Konzeptualist

Kommunikation mit NT's:

- Ich muß die angeborene Neugier des Kunden herausfordern.
- Ich muß mich auf das Gesamtbild und auf wiederholende Muster konzentrieren, anstatt auf Einzelheiten.
- Ich muß die Auswirkungen erwähnen, die bestimmte Handlungen auf die Zukunft haben.
- Ich muß Beispiele und Metaphern verwenden.
- Ich muß meine Argumente mit anderen Ideen und vergleichbaren Theorien untermauern.
- Ich muß das Vorstellungsvermögen des Kunden mit einbeziehen.
- Ich muß als Berater Selbstvertrauen demonstrieren.
- Ich darf den Kunden nicht mit Einzelheiten überhäufen und mit Kleinigkeiten langweilen.
- Ich muß die logischen Konsequenzen meiner Meinung unterstreichen und emotionale Begründungen vermeiden.
- Ich muß an die Fairneß und ausgeprägte Objektivität des Kunden appellieren.
- Ich muß mich darauf einstellen, daß der Kunde einfallsreich ist und sich ungern an Traditionen oder Erfahrungen hält.
- Ich muß mein Durchhaltevermögen zeigen und auch besonders meine Kompetenz als Berater.

Geeignete Sätze für die ENTP-Präsentation:

- Was halten Sie von dieser guten Idee?
- Wir sollten einmal ein paar Möglichkeiten zusammentragen.
- Ich habe einen Vorschlag für Sie.
- Dies ist vielleicht eine etwas unkonventionelle Herangehensweise, aber ...
- Ich möchte Ihnen ein paar Leute vorstellen.

ENTPs sind begeisterungsfähig, überzeugend und charismatisch. Ihre Scharfsichtigkeit und ihre Fähigkeit, andere Menschen zu verstehen, mit ihnen zu kommunizieren und soziale Entwicklungen vorherzusehen, macht sie zum geborenen Unternehmer oder Politiker.

TPs tragen Ihre Gefühle nach außen:

- Sie fällen Ihre Entscheidungen auf der Grundlage von unpersönlichen Analysen und nicht auf der Grundlage ihrer Wertvorstellungen oder weil sie sich um die Auswirkungen, die ihre

- Entscheidung auf andere haben könnte, sorgen.
- Sie setzen Ihre Gefühle häufig strategisch ein, als Hilfsmittel, um Beziehungen aufzubauen und ihre Ziele zu erreichen.
- Sie erkennen schnell beide Seiten des Problems und genießen es, über die Vorteile der verschiedenen Aspekte zu diskutieren.
- Sie können ihre Gefühle sehr dramatisch äußern. Sie können mühelos von einem extremen Verhalten ins andere wechseln.
- Sie können sehr leicht ihre Meinung ändern, wenn sie feststellen, daß eine andere Strategie effektiver ist.
- Sie sind im allgemeinen weniger ernst und dafür lockerer.
- Sie haben ein legeres Auftreten und meistens macht es Spaß mit ihnen zusammenzusein.

Nr.31: INTP-Typ mit gelegentlichen E-Anteil

-	1	3	2
1 oder 2	-	-	-

Dominant ist das Denken: logische, objektive Entscheidungen treffen.

NT: Konzeptualist

Kommunikation mit NT's:

- Ich muß die angeborene Neugier des Kunden herausfordern.
- Ich muß mich auf das Gesamtbild und auf wiederholende Muster konzentrieren, anstatt auf Einzelheiten.
- Ich muß die Auswirkungen erwähnen, die bestimmte Handlungen auf die Zukunft haben.
- Ich muß Beispiele und Metaphern verwenden.
- Ich muß meine Argumente mit anderen Ideen und vergleichbaren Theorien untermauern.
- Ich muß das Vorstellungsvermögen des Kunden mit einbeziehen.
- Ich muß als Berater Selbstvertrauen demonstrieren.
- Ich darf den Kunden nicht mit Einzelheiten überhäufen und mit Kleinigkeiten langweilen.
- Ich muß die logischen Konsequenzen meiner Meinung unterstreichen und emotionale Begründungen vermeiden.
- Ich muß an die Fairneß und ausgeprägte Objektivität des Kunden appellieren.
- Ich muß mich darauf einstellen, daß der Kunde einfallsreich ist und sich ungern an Traditionen oder Erfahrungen hält.
- Ich muß mein Durchhaltevermögen zeigen und auch besonders meine Kompetenz als Berater.

Geeignete Sätze für die INTP-Präsentation:

- Würden Sie über dieses Problem bitte einmal nachdenken?

- Nehmen Sie sich so viel Zeit, wie Sie brauchen.
- Dies ist eine interessante Herausforderung für Sie.
- Ich weiß noch nicht, wie wir dieses Problem lösen sollen.
- Ich respektiere Ihr Privatleben.

INTPs sind sehr komplexe, unabhängige und kreative Persönlichkeiten. Sie sind fasziniert von den abstraktesten und kompliziertesten Aufgaben und können jede beliebige rationale Position mit Faimeß und Überzeugung vertreten.

- Der gelegentliche E-Anteil bewirkt:
- E-Typen fühlen sich in Gesellschaft meistens wohler und unterhalten sich problemlos mit den anderen.
- E-Typen beginnen eher ein Gespräch mit anderen.
- E-Typen bevorzugen eher den Mannschaftssport.
- E-Typen reden eher mehr, sind meistens lebhafter, denken eher laut, sprechen eher schneller und meistens laut, sind eher leicht abgelenkt, wechseln eher schneller das Thema, mögen eher gerne mit anderen Menschen zusammensein, stehen eher gerne im Mittelpunkt, handeln eher erst und denken dann, unterbrechen und beenden eher die Sätze ihrer Gesprächspartner, haben eher ein leidenschaftliches Auftreten.
- Ich sollte den Kunden reden und laut denken lassen.
- Ich sollte mit dem Kunden eher über eine Vielzahl verschiedener Themen sprechen.
- Ich sollte mit dem Kunden eher verbal kommunizieren.
- Der Kunde erwartet von mir sofortige Aktion.
- Ich sollte die Unterhaltung mit dem Kunden in Gang halten.

TPs tragen Ihre Gefühle nach außen:

- Sie fällen Ihre Entscheidungen auf der Grundlage von unpersönlichen Analysen und nicht auf der Grundlage ihrer Wertvorstellungen oder weil sie sich um die Auswirkungen, die ihre Entscheidung auf andere haben könnte, sorgen.
- Sie setzen Ihre Gefühle häufig strategisch ein, als Hilfsmittel, um Beziehungen aufzubauen und ihre Ziele zu erreichen.
- Sie erkennen schnell beide Seiten des Problems und genießen es, über die Vorteile der verschiedenen Aspekte zu diskutieren.
- Sie können ihre Gefühle sehr dramatisch äußern. Sie können mühelos von einem extremen Verhalten ins andere wechseln.
- Sie können sehr leicht ihre Meinung ändern, wenn sie feststellen, daß eine andere Strategie effektiver ist.
- Sie sind im allgemeinen weniger ernst und dafür lockerer.
- Sie haben ein legeres Auftreten und meistens macht es Spaß mit ihnen zusammenzusein.

Nr.32: ENFP-Typ mit gelegentlichen T-Anteil

-	2	3	1
1 oder 2	-	-	-

Dominant ist die intuitive Wahrnehmung: Möglichkeiten und Auswirkungen erkennen.

NF: Idealist

Kommunikation mit NF's:

- Ich muß das mifühlende Wesen des Kunden ansprechen.
- Ich muß betonen, wie eine von mir vorgeschlagene Handlungsweise anderen Menschen nützt und besonders wie diese Handlungsweise langfristig dem körperlichen und/oder geistigen Wohlbefinden des Kunden dient.
- Ich muß ausdrücken, wie sehr ich an meine Idee bzw. meinen Vorschlag glaube und warum ich

dafür soviel Begeisterung aufbringe.

- Ich muß eine harmonische und kooperative Beziehung zum Kunden anstreben und darf nicht dominant oder konkurrenzorientiert auftreten.
- Ich muß viel mit persönlichen Geschichten und Erfahrungen argumentieren und viele Beispiele und Metaphern benutzen.
- Ich muß versuchen die Freundschaft des Kunden zu gewinnen. Der Kunde wird sich nur dann bemühen meine Beraterargumente zu verstehen und ist nur dann bereit mit mir als Berater zu kooperieren oder Kompromisse einzugehen, wenn er persönlich eine positive Meinung von mir hat.
- Ich muß das Kundenbedürfnis nach seiner Einzigartigkeit und seiner Originalität ansprechen. Ich muß als Berater versuchen seine Neigung zu unkonventionellen und ungewöhnlichen Vorgehensweisen zu schätzen.
- Ich muß die Kreativität und die Phantasie des Kunden herausfordern.
Häufig kann der Kunde gut persönliche oder zwischenmenschliche Probleme lösen.
- Ich muß dem Kunden meine persönlichen Gefühle mitteilen. Je mehr persönliche Informationen ich von mir gebe, desto enger wird meine Beziehung zum Kunden.
- Ich muß ernsthaft und aufrichtig sein. Der Kunde reagiert heftig negativ, wenn ich in seinen Augen nicht aufrichtig erscheine.

Geeignete Sätze für die ENFP-Präsentation:

- Das ist unmöglich Das können wir einfach nicht schaffen.
- Wir veranstalten da eine Wiedersehensfeier.
- Wir haben reichlich Zeit; lassen Sie uns morgen weitermachen.
- Ich habe eine tolle Idee!
- Kennen Sie jemanden, der das kann?
- Hier sind ein paar Leute, die Sie kennenlernen sollten.

ENFPs sehen überall Alternativen und Gelegenheiten und leben dafür, all diese Möglichkeiten auszuleben und anderen zu helfen, etwas zu verändern oder ihr Leben zu verbessern. Sie sind freundliche, spontane und verspielte Menschen, denen ihre Familie und ihre vielen Freunde sehr viel bedeuten.

Der gelegentliche T-Anteil bewirkt:

- T-Typen verhalten sich anderen gegenüber kühler.
- T-Typen sind weniger freundlich.
- T-Typen zeigen weniger gern was sie fühlen.
- T-Typen sind eher emotional ausgeglichen.
- T-Typen machen seltener anderen Komplimente.
- T-Typen diskutieren gerne mehr.
- T-Typen wirken eher unsensibel oder gefühlslos, schroff, taktlos, geschäftsmäßig, dickhäutig.

FPs sind Menschen, die Ihre Gefühle für sich behalten:

- Sie haben ein sanftes und angenehmes Wesen. Sie bevorzugen Kooperation gegenüber der Konkurrenz und haben eher eine lockere Einstellung zum Leben.
- Sie haben tiefe Gefühle, die sie nur mit Ihnen sehr nahe stehenden Menschen teilen. Gleichzeitig können sie aber auch sehr sentimental sein.
- Sie sind überaus sensibel. Auch wenn sie nach außen hin sehr freundlich erscheinen, ändert sich ihre Stimmung manchmal sehr schnell.
- Wenn etwas danebengeht, neigen sie dazu, die Schuld eher bei sich selbst zu suchen, als andere zu beschuldigen.
- Sie sind im Umgang mit kleinen Alltagsproblemen flexibel, können jedoch zäh und dickköpfig sein, wenn es um Dinge geht, die etwas mit ihren eigenen Wertvorstellungen zu tun haben oder die ihnen persönlich besonders wichtig sind. Das kann dazu führen, daß sie sehr nachtragend sind, wenn sie sich verletzt fühlen.
- Sie äußern ihre Wertvorstellungen eher durch Handlungen als durch Worte.

- Sie achten nicht übermäßig auf ihr Erscheinungsbild. Es ist ihnen wichtiger, sich selbst zu gefallen als anderen. Sie sind häufig leger, manchmal sogar nachlässig gekleidet.
- Manchmal setzen Sie ihre eigene Leistung herab und sind sehr bescheiden. Es ist ihnen unangenehm in der Öffentlichkeit gelobt zu werden.

Nr.33: Reiner INTP-Typ

-	1	3	3
1 oder 2	-	-	-

Dominant ist das Denken: logische, objektive Entscheidungen treffen.

NT: Konzeptualist

Kommunikation mit NT's:

- Ich muß die angeborene Neugier des Kunden herausfordern.
- Ich muß mich auf das Gesamtbild und auf wiederholende Muster konzentrieren, anstatt auf Einzelheiten.
- Ich muß die Auswirkungen erwähnen, die bestimmte Handlungen auf die Zukunft haben.
- Ich muß Beispiele und Metaphern verwenden.
- Ich muß meine Argumente mit anderen Ideen und vergleichbaren Theorien untermauern.
- Ich muß das Vorstellungsvermögen des Kunden mit einbeziehen.
- Ich muß als Berater Selbstvertrauen demonstrieren.
- Ich darf den Kunden nicht mit Einzelheiten überhäufen und mit Kleinigkeiten langweilen.
- Ich muß die logischen Konsequenzen meiner Meinung unterstreichen und emotionale Begründungen vermeiden.
- Ich muß an die Fairneß und ausgeprägte Objektivität des Kunden appellieren.
- Ich muß mich darauf einstellen, daß der Kunde einfallsreich ist und sich ungern an Traditionen oder Erfahrungen hält.
- Ich muß mein Durchhaltevermögen zeigen und auch besonders meine Kompetenz als Berater.

Geeignete Sätze für die INTP-Präsentation:

- Würden Sie über dieses Problem bitte einmal nachdenken?
- Nehmen Sie sich so viel Zeit, wie Sie brauchen.
- Dies ist eine interessante Herausforderung für Sie.
- Ich weiß noch nicht, wie wir dieses Problem lösen sollen.
- Ich respektiere Ihr Privatleben.

INTPs sind sehr komplexe, unabhängige und kreative Persönlichkeiten. Sie sind fasziniert von den abstraktesten und kompliziertesten Aufgaben und können jede beliebige rationale Position mit Faimneß und Überzeugung vertreten.

TPs tragen Ihre Gefühle nach außen:

- Sie fällen Ihre Entscheidungen auf der Grundlage von unpersönlichen Analysen und nicht auf der Grundlage ihrer Wertvorstellungen oder weil sie sich um die Auswirkungen, die ihre Entscheidung auf andere haben könnte, sorgen.
- Sie setzen Ihre Gefühle häufig strategisch ein, als Hilfsmittel, um Beziehungen aufzubauen und ihre Ziele zu erreichen.
- Sie erkennen schnell beide Seiten des Problems und genießen es, über die Vorteile der verschiedenen Aspekte zu diskutieren.
- Sie können ihre Gefühle sehr dramatisch äußern. Sie können mühelos von einem extremen Verhalten ins andere wechseln.
- Sie können sehr leicht ihre Meinung ändern, wenn sie feststellen, daß eine andere Strategie effektiver ist.
- Sie sind im allgemeinen weniger ernst und dafür lockerer.
- Sie haben ein legeres Auftreten und meistens macht es Spaß mit ihnen zusammenzusein.

Nr.34: INFP-Typ mit gelegentlichen T-Anteil

-	2	3	3
1 oder 2	-	-	-

Dominant ist das Fühlen: andere Menschen verstehen und auf sie eingehen.

NF: Idealist

Kommunikation mit NF's:

- Ich muß das mifühlende Wesen des Kunden ansprechen.
- Ich muß betonen, wie eine von mir vorgeschlagene Handlungsweise anderen Menschen nützt und besonders wie diese Handlungsweise langfristig dem körperlichen und/oder geistigen Wohlbefinden des Kunden dient.
- Ich muß ausdrücken, wie sehr ich an meine Idee bzw. meinen Vorschlag glaube und warum ich dafür soviel Begeisterung aufbringe.
- Ich muß eine harmonische und kooperative Beziehung zum Kunden anstreben und darf nicht dominant oder konkurrenzorientiert auftreten.
- Ich muß viel mit persönlichen Geschichten und Erfahrungen argumentieren und viele Beispiele und Metaphern benutzen.
- Ich muß versuchen die Freundschaft des Kunden zu gewinnen. Der Kunde wird sich nur dann bemühen meine Beraterargumente zu verstehen und ist nur dann bereit mit mir als Berater zu kooperieren oder Kompromisse einzugehen, wenn er persönlich eine positive Meinung von mir hat.
- Ich muß das Kundenbedürfnis nach seiner Einzigartigkeit und seiner Originalität ansprechen. Ich muß als Berater versuchen seine Neigung zu unkonventionellen und ungewöhnlichen Vorgehensweisen zu schätzen.
- Ich muß die Kreativität und die Phantasie des Kunden herausfordern. Häufig kann der Kunde gut persönliche oder zwischenmenschliche Probleme lösen.
- Ich muß dem Kunden meine persönlichen Gefühle mitteilen. Je mehr persönliche Informationen ich von mir gebe, desto enger wird meine Beziehung zum Kunden.
- Ich muß ernsthaft und aufrichtig sein. Der Kunde reagiert heftig negativ, wenn ich in seinen Augen nicht aufrichtig erscheine.

Geeignete Sätze für die INFP-Präsentation:

- Was sagt Ihnen Ihr Gefühl? Wie sollten wir uns entscheiden?
- Kann ich einmal etwas Persönliches mit Ihnen besprechen?
- Ich würde gerne einmal etwas über Ihr letztes Projekt hören.
- Kein Grund zur Eile. Lassen Sie sich einfach so viel Zeit, wie Sie brauchen.

INFPs sind die idealistischsten unter den Idealisten und werden von ihren tiefsten persönlichen Werten und ihrer individuellen Einstellung zur Welt angetrieben. Sie sind sanft, reserviert und sogar kühl gegenüber denen, die sie nicht kennen und denen sie nicht vertrauen, aber

warmherzig, leidenschaftlich und besorgt, wenn es um Menschen und Dinge geht, die ihnen wichtig sind.

Der gelegentliche T-Anteil bewirkt:

- T-Typen verhalten sich anderen gegenüber kühler.
- T-Typen sind weniger freundlich.
- T-Typen zeigen weniger gern was sie fühlen.
- T-Typen sind eher emotional ausgeglichen.
- T-Typen machen seltener anderen Komplimente.
- T-Typen diskutieren gerne mehr.
- T-Typen wirken eher unsensibel oder gefühlslos, schroff, taktlos, geschäftsmäßig, dickhäutig.

FPs sind Menschen, die Ihre Gefühle für sich behalten:

- Sie haben ein sanftes und angenehmes Wesen. Sie bevorzugen Kooperation gegenüber der Konkurrenz und haben eher eine lockere Einstellung zum Leben.
- Sie haben tiefe Gefühle, die sie nur mit Ihnen sehr nahe stehenden Menschen teilen. Gleichzeitig können sie aber auch sehr sentimental sein.
- Sie sind überaus sensibel. Auch wenn sie nach außen hin sehr freundlich erscheinen, ändert sich ihre Stimmung manchmal sehr schnell.
- Wenn etwas danebengeht, neigen sie dazu, die Schuld eher bei sich selbst zu suchen, als andere zu beschuldigen.
- Sie sind im Umgang mit kleinen Alltagsproblemen flexibel, können jedoch zäh und dickköpfig sein, wenn es um Dinge geht, die etwas mit ihren eigenen Wertvorstellungen zu tun haben oder die ihnen persönlich besonders wichtig sind. Das kann dazu führen, daß sie sehr nachtragend sind, wenn sie sich verletzt fühlen.
- Sie äußern ihre Wertvorstellungen eher durch Handlungen als durch Worte.
- Sie achten nicht übermäßig auf ihr Erscheinungsbild. Es ist ihnen wichtiger, sich selbst zu gefallen als anderen. Sie sind häufig leger, manchmal sogar nachlässig gekleidet.
- Manchmal setzen Sie ihre eigene Leistung herab und sind sehr bescheiden. Es ist ihnen unangenehm in der Öffentlichkeit gelobt zu werden.

Nr.35: Reiner ENFJ-Typ

-	3	3	1
3	-	-	-

Dominant ist das Fühlen: andere Menschen verstehen und auf sie eingehen.

NF: Idealist

Kommunikation mit NF's:

- Ich muß das mifühlende Wesen des Kunden ansprechen.
- Ich muß betonen, wie eine von mir vorgeschlagene Handlungsweise anderen Menschen nützt und besonders wie diese Handlungsweise langfristig dem körperlichen und/oder geistigen Wohlbefinden des Kunden dient.
- Ich muß ausdrücken, wie sehr ich an meine Idee bzw. meinen Vorschlag glaube und warum ich dafür soviel Begeisterung aufbringe.
- Ich muß eine harmonische und kooperative Beziehung zum Kunden anstreben und darf nicht dominant oder konkurrenzorientiert auftreten.
- Ich muß viel mit persönlichen Geschichten und Erfahrungen argumentieren und viele Beispiele und Metaphern benutzen.
- Ich muß versuchen die Freundschaft des Kunden zu gewinnen. Der Kunde wird sich nur dann bemühen meine Beraterargumente zu verstehen und ist nur dann bereit mit mir als Berater zu kooperieren oder Kompromisse einzugehen, wenn er eine positive Meinung von mir hat.
- Ich muß das Kundenbedürfnis nach seiner Einzigartigkeit und seiner Originalität ansprechen. Ich muß als Berater versuchen seine Neigung zu unkonventionellen und ungewöhnlichen Vorgehensweisen zu schätzen.
- Ich muß die Kreativität und die Phantasie des Kunden herausfordern.

- Häufig kann der Kunde gut persönliche oder zwischenmenschliche Probleme lösen.
- Ich muß dem Kunden meine persönlichen Gefühle mitteilen. Je mehr persönliche Informationen ich von mir gebe, desto enger wird meine Beziehung zum Kunden.
- Ich muß ernsthaft und aufrichtig sein. Der Kunde reagiert heftig negativ, wenn ich in seinen Augen nicht aufrichtig erscheine.

Geeignete Sätze für die ENFJ-Präsentation:

- Darf ich Ihnen sagen, wie ich persönlich zu der Sache stehe?
- Was ist Ihr Gefühl bei der Sache?
- Ich habe ein Problem.
- Wie sieht der Plan aus?
- Was ist Ihre Meinung in dieser Sache?
- Ich muß dem Kunden viele Komplimente machen.

ENFJs sind begeisterungsfähig, lebhaft und haben gewöhnlich hervorragende Fähigkeiten im Umgang mit Menschen. Diese setzen sie gerne ein, um anderen zu helfen, ihr volles Potential zu erreichen. Sie sind kreativ, energiegeladen, gut organisiert und stürzen sich mit vollem Einsatz in jede neue Aufgabe.

FJs tragen Ihre Gefühle nach außen:

- Sie streben danach, zu anderen Menschen eine Beziehung aufzubauen.
- Sie wissen, was andere möchten und brauchen, und sind bereit, Ihnen das zu geben.
- Sie versuchen, anderen zu gefallen und Zustimmung zu bekommen.
- Sie bemühen sich häufig sehr stark um Harmonie.
- Sie sind oftmals charmant und charismatisch.
- Sie sind die kontaktfreudige Menschen und gute Redner.
- Sie können andere davon überzeugen, ihnen zu vertrauen und ihnen zu folgen.
- Sie haben eine starke körperliche Ausdrucksform.
- Sie neigen dazu, andere zu loben und zu beschuldigen.

Sie sind sich ihres Äußeren meistens sehr bewußt.

Nr.36: INFJ-Typ mit gelegentlichen E-Anteil

-	3	3	2
3	-	-	-

Dominant ist die intuitive Wahrnehmung: Möglichkeiten und Auswirkungen erkennen.

NF: Idealist

Kommunikation mit NF's:

- Ich muß das mifühlende Wesen des Kunden ansprechen.
- Ich muß betonen, wie eine von mir vorgeschlagene Handlungsweise anderen Menschen nützt und besonders wie diese Handlungsweise langfristig dem körperlichen und/oder geistigen Wohlbefinden des Kunden dient.
- Ich muß ausdrücken, wie sehr ich an meine Idee bzw. meinen Vorschlag glaube und warum ich dafür soviel Begeisterung aufbringe. Ich muß eine harmonische und kooperative Beziehung zum Kunden anstreben und darf nicht dominant oder konkurrenzorientiert auftreten.
- Ich muß viel mit persönlichen Geschichten und Erfahrungen argumentieren und viele Beispiele und Metaphern benutzen.
- Ich muß versuchen die Freundschaft des Kunden zu gewinnen. Der Kunde wird sich nur dann bemühen meine Beraterargumente zu verstehen und ist nur dann bereit mit mir als Berater zu kooperieren oder Kompromisse einzugehen, wenn er eine positive Meinung von mir hat.
- Ich muß das Kundenbedürfnis nach seiner Einzigartigkeit und seiner Originalität ansprechen. Ich muß als Berater versuchen seine Neigung zu unkonventionellen und ungewöhnlichen Vorgehensweisen zu schätzen. Ich muß die Kreativität und die Phantasie des Kunden herausfordern. Häufig kann der Kunde gut persönliche oder zwischenmenschliche Probleme lösen. Ich muß dem Kunden meine persönlichen Gefühle mitteilen. Je mehr persönliche

Informationen ich von mir gebe, desto enger wird meine Beziehung zum Kunden. Ich muß ernsthaft und aufrichtig sein. Der Kunde reagiert heftig negativ, wenn ich in seinen Augen nicht aufrichtig erscheine.

Geeignete Sätze für die INFJ-Präsentation:

- Ich bräuchte dafür einmal eine kreative Lösung. Können Sie mir da helfen? - Was habe ich übersehen? - Was ist Ihrer Meinung nach das Richtige? - Lassen Sie sich damit Zeit. Wir sprechen darüber, wenn Sie soweit sind. - Lassen Sie uns das doch einmal durchplanen.

INFJs sind die begriffsorientierten Idealisten. Sie sind kreativ, schöpferisch und komplex, aber gleichzeitig eher formell und reserviert und von tiefsten inneren Überzeugungen angetrieben, die ihre Handlungen und Entscheidungen erheblich beeinflussen. Sie können sehr zielstrebig sein und haben ein sehr ausgeprägtes Bedürfnis, ihre Ziele auch zu erreichen.

Der gelegentliche E-Anteil bewirkt:

- E-Typen fühlen sich in Gesellschaft meistens wohler und unterhalten sich problemlos mit den anderen. E-Typen beginnen eher ein Gespräch mit anderen. E-Typen bevorzugen eher den Mannschaftssport. E-Typen reden eher mehr, sind meistens lebhafter, denken eher laut, sprechen eher schneller und meistens laut, sind eher leicht abgelenkt, wechseln eher schneller das Thema, mögen eher gerne mit anderen Menschen zusammensein, stehen eher gerne im Mittelpunkt, handeln eher erst und denken dann, unterbrechen und beenden eher die Sätze ihrer Gesprächspartner, haben eher ein leidenschaftliches Auftreten. Ich sollte den Kunden reden und laut denken lassen. Ich sollte mit dem Kunden eher über eine Vielzahl verschiedener Themen sprechen. Ich sollte mit dem Kunden eher verbal kommunizieren. Der Kunde erwartet von mir sofortige Aktion. Ich sollte die Unterhaltung mit dem Kunden in Gang halten.

FJs tragen Ihre Gefühle nach außen:

- Sie streben danach, zu anderen Menschen eine Beziehung aufzubauen.
- Sie wissen, was andere möchten und brauchen, und sind bereit, Ihnen das zu geben.
- Sie versuchen, anderen zu gefallen und Zustimmung zu bekommen.
- Sie bemühen sich häufig sehr stark um Harmonie.
- Sie sind oftmals charmant und charismatisch.
- Sie sind die kontaktfreudige Menschen und gute Redner.
- Sie können andere davon überzeugen, ihnen zu vertrauen und ihnen zu folgen.
- Sie haben eine starke körperliche Ausdrucksform.
- Sie neigen dazu, andere zu loben und zu beschuldigen.
- Sie sind sich ihres Äußeren meistens sehr bewußt.

Nr.37: Reiner INFJ-Typ

-	3	3	3
3	-	-	-

Dominant ist die intuitive Wahrnehmung: Möglichkeiten und Auswirkungen erkennen.

NF: Idealist

Kommunikation mit NF's:

- Ich muß das mifühlende Wesen des Kunden ansprechen.
- Ich muß betonen, wie eine von mir vorgeschlagene Handlungsweise anderen Menschen nützt und besonders wie diese Handlungsweise langfristig dem körperlichen und/oder geistigen Wohlbefinden des Kunden dient.
- Ich muß ausdrücken, wie sehr ich an meine Idee bzw. meinen Vorschlag glaube und warum ich dafür soviel Begeisterung aufbringe.
- Ich muß eine harmonische und kooperative Beziehung zum Kunden anstreben und darf nicht dominant oder konkurrenzorientiert auftreten.
- Ich muß viel mit persönlichen Geschichten und Erfahrungen argumentieren und viele Beispiele und Metaphern benutzen.
- Ich muß versuchen die Freundschaft des Kunden zu gewinnen. Der Kunde wird sich nur dann bemühen meine Beraterargumente zu verstehen und ist nur dann bereit mit mir als Berater zu kooperieren oder Kompromisse einzugehen, wenn er persönlich eine positive Meinung von mir hat.
- Ich muß das Kundenbedürfnis nach seiner Einzigartigkeit und seiner Originalität ansprechen. Ich muß als Berater versuchen seine Neigung zu unkonventionellen und ungewöhnlichen Vorgehensweisen zu schätzen.

- Ich muß die Kreativität und die Phantasie des Kunden herausfordern. Häufig kann der Kunde gut persönliche oder zwischenmenschliche Probleme lösen.
- Ich muß dem Kunden meine persönlichen Gefühle mitteilen. Je mehr persönliche Informationen ich von mir gebe, desto enger wird meine Beziehung zum Kunden.
- Ich muß ernsthaft und aufrichtig sein. Der Kunde reagiert heftig negativ, wenn ich in seinen Augen nicht aufrichtig erscheine.

Geeignete Sätze für die INFJ-Präsentation:

- Ich bräuchte dafür einmal eine kreative Lösung. Können Sie mir da helfen?
- Was habe ich übersehen?
- Was ist Ihrer Meinung nach das Richtige?
- Lassen Sie sich damit Zeit. Wir sprechen darüber, wenn Sie soweit sind.
- Lassen Sie uns das doch einmal durchplanen.

INFJs sind die begriffsorientierten Idealisten. Sie sind kreativ, schöpferisch und komplex, aber gleichzeitig eher formell und reserviert und von tiefsten inneren Überzeugungen angetrieben, die ihre Handlungen und Entscheidungen erheblich beeinflussen. Sie können sehr zielstrebig sein und haben ein sehr ausgeprägtes Bedürfnis, ihre Ziele auch zu erreichen.

FJs tragen Ihre Gefühle nach außen:

- Sie streben danach, zu anderen Menschen eine Beziehung aufzubauen.
- Sie wissen, was andere möchten und brauchen, und sind bereit, Ihnen das zu geben.
- Sie versuchen, anderen zu gefallen und Zustimmung zu bekommen.
- Sie bemühen sich häufig sehr stark um Harmonie.
- Sie sind oftmals charmant und charismatisch.
- Sie sind die kontaktfreudige Menschen und gute Redner.
- Sie können andere davon überzeugen, ihnen zu vertrauen und ihnen zu folgen.
- Sie haben eine starke körperliche Ausdrucksform.
- Sie neigen dazu, andere zu loben und zu beschuldigen.
- Sie sind sich ihres Äußeren meistens sehr bewußt.

Nr.38: Reiner ENFP-Typ

-	3	3	1
1 oder 2	-	-	-

Dominant ist die intuitive Wahrnehmung: Möglichkeiten und Auswirkungen erkennen.

NF: Idealist

Kommunikation mit NF's:

- Ich muß das mifühlende Wesen des Kunden ansprechen.
- Ich muß betonen, wie eine von mir vorgeschlagene Handlungsweise anderen Menschen nützt und besonders wie diese Handlungsweise langfristig dem körperlichen und/oder geistigen Wohlbefinden des Kunden dient.
- Ich muß ausdrücken, wie sehr ich an meine Idee bzw. meinen Vorschlag glaube und warum ich dafür soviel Begeisterung aufbringe.
- Ich muß eine harmonische und kooperative Beziehung zum Kunden anstreben und darf nicht dominant oder konkurrenzorientiert auftreten.
- Ich muß viel mit persönlichen Geschichten und Erfahrungen argumentieren und viele Beispiele und Metaphern benutzen.
- Ich muß versuchen die Freundschaft des Kunden zu gewinnen. Der Kunde wird sich nur dann bemühen meine Beraterargumente zu verstehen und ist nur dann bereit mit mir als Berater zu kooperieren oder Kompromisse einzugehen, wenn er persönlich eine positive Meinung von mir hat.
- Ich muß das Kundenbedürfnis nach seiner Einzigartigkeit und seiner Originalität ansprechen. Ich muß als Berater versuchen seine Neigung zu unkonventionellen und ungewöhnlichen Vorgehensweisen zu schätzen.

- Ich muß die Kreativität und die Phantasie des Kunden herausfordern. Häufig kann der Kunde gut persönliche oder zwischenmenschliche Probleme lösen.
- Ich muß dem Kunden meine persönlichen Gefühle mitteilen. Je mehr persönliche Informationen ich von mir gebe, desto enger wird meine Beziehung zum Kunden.
- Ich muß ernsthaft und aufrichtig sein. Der Kunde reagiert heftig negativ, wenn ich in seinen Augen nicht aufrichtig erscheine.

Geeignete Sätze für die ENFP-Präsentation:

- Das ist unmöglich Das können wir einfach nicht schaffen.
- Wir veranstalten da eine Wiedersehensfeier.
- Wir haben reichlich Zeit; lassen Sie uns morgen weitermachen.
- Ich habe eine tolle Idee!
- Kennen Sie jemanden, der das kann?
- Hier sind ein paar Leute, die Sie kennenlernen sollten.

ENFPs sehen überall Alternativen und Gelegenheiten und leben dafür, all diese Möglichkeiten auszuleben und anderen zu helfen, etwas zu verändern oder ihr Leben zu verbessern. Sie sind freundliche, spontane und verspielte Menschen, denen ihre Familie und ihre vielen Freunde sehr viel bedeuten.

FPs sind Menschen, die Ihre Gefühle für sich behalten:

- Sie haben ein sanftes und angenehmes Wesen. Sie bevorzugen Kooperation gegenüber der Konkurrenz und haben eher eine lockere Einstellung zum Leben.
- Sie haben tiefe Gefühle, die sie nur mit Ihnen sehr nahe stehenden Menschen teilen. Gleichzeitig können sie aber auch sehr sentimental sein.
- Sie sind überaus sensibel. Auch wenn sie nach außen hin sehr freundlich erscheinen, ändert sich ihre Stimmung manchmal sehr schnell.
- Wenn etwas danebengeht, neigen sie dazu, die Schuld eher bei sich selbst zu suchen, als andere zu beschuldigen.
- Sie sind im Umgang mit kleinen Alltagsproblemen flexibel, können jedoch zäh und dickköpfig sein, wenn es um Dinge geht, die etwas mit ihren eigenen Wertvorstellungen zu tun haben oder die ihnen persönlich besonders wichtig sind. Das kann dazu führen, daß sie sehr nachtragend sind, wenn sie sich verletzt fühlen.
- Sie äußern ihre Wertvorstellungen eher durch Handlungen als durch Worte.
- Sie achten nicht übermäßig auf ihr Erscheinungsbild. Es ist ihnen wichtiger, sich selbst zu gefallen als anderen. Sie sind häufig leger, manchmal sogar nachlässig gekleidet.

Manchmal setzen Sie ihre eigene Leistung herab und sind sehr bescheiden. Es ist ihnen unangenehm in der Öffentlichkeit gelobt zu werden.

Nr.39: INFP-Typ mit gelegentlichen E-Anteil

-	3	3	2
1 oder 2	-	-	-

Dominant ist das Fühlen: andere Menschen verstehen und auf sie eingehen.

NF: Idealist

Kommunikation mit NF's:

- Ich muß das mifühlende Wesen des Kunden ansprechen.

- Ich muß betonen, wie eine von mir vorgeschlagene Handlungsweise anderen Menschen nützt und besonders wie diese Handlungsweise langfristig dem körperlichen und/oder geistigen Wohlbefinden des Kunden dient.
- Ich muß ausdrücken, wie sehr ich an meine Idee bzw. meinen Vorschlag glaube und warum ich dafür soviel Begeisterung aufbringe.
- Ich muß eine harmonische und kooperative Beziehung zum Kunden anstreben und darf nicht dominant oder konkurrenzorientiert auftreten.
- Ich muß viel mit persönlichen Geschichten und Erfahrungen argumentieren und viele Beispiele und Metaphern benutzen.
- Ich muß versuchen die Freundschaft des Kunden zu gewinnen. Der Kunde wird sich nur dann bemühen meine Beraterargumente zu verstehen und ist nur dann bereit mit mir als Berater zu kooperieren oder Kompromisse einzugehen, wenn er persönlich eine positive Meinung von mir hat.
- Ich muß das Kundenbedürfnis nach seiner Einzigartigkeit und seiner Originalität ansprechen. Ich muß als Berater versuchen seine Neigung zu unkonventionellen und ungewöhnlichen Vorgehensweisen zu schätzen.
- Ich muß die Kreativität und die Phantasie des Kunden herausfordern. Häufig kann der Kunde gut persönliche oder zwischenmenschliche Probleme lösen.
- Ich muß dem Kunden meine persönlichen Gefühle mitteilen. Je mehr persönliche Informationen ich von mir gebe, desto enger wird meine Beziehung zum Kunden.
- Ich muß ernsthaft und aufrichtig sein. Der Kunde reagiert heftig negativ, wenn ich in seinen Augen nicht aufrichtig erscheine.

Geeignete Sätze für die INFP-Präsentation:

- Was sagt Ihnen Ihr Gefühl? Wie sollten wir uns entscheiden?
- Kann ich einmal etwas Persönliches mit Ihnen besprechen?
- Ich würde gerne einmal etwas über Ihr letztes Projekt hören.
- Kein Grund zur Eile. Lassen Sie sich einfach so viel Zeit, wie Sie brauchen.

INFPs sind die idealistischsten unter den Idealisten und werden von ihren tiefsten persönlichen Werten und ihrer individuellen Einstellung zur Welt angetrieben. Sie sind sanft, reserviert und sogar kühl gegenüber denen, die sie nicht kennen und denen sie nicht vertrauen, aber warmherzig, leidenschaftlich und besorgt, wenn es um Menschen und Dinge geht, die ihnen wichtig sind.

Der gelegentliche E-Anteil bewirkt:

- E-Typen fühlen sich in Gesellschaft meistens wohler und unterhalten sich problemlos mit den anderen.
- E-Typen beginnen eher ein Gespräch mit anderen.
- E-Typen bevorzugen eher den Mannschaftssport.
- E-Typen reden eher mehr, sind meistens lebhafter, denken eher laut, sprechen eher schneller und meistens laut, sind eher leicht abgelenkt, wechseln eher schneller das Thema, mögen eher gerne mit anderen Menschen zusammensein, stehen eher gerne im Mittelpunkt, handeln eher erst und denken dann, unterbrechen und beenden eher die Sätze ihrer Gesprächspartner, haben eher ein leidenschaftliches Auftreten.
- Ich sollte den Kunden reden und laut denken lassen.
- Ich sollte mit dem Kunden eher über eine Vielzahl verschiedener Themen sprechen.
- Ich sollte mit dem Kunden eher verbal kommunizieren.
- Der Kunde erwartet von mir sofortige Aktion.
- Ich sollte die Unterhaltung mit dem Kunden in Gang halten.

FPs sind Menschen, die Ihre Gefühle für sich behalten:

- Sie haben ein sanftes und angenehmes Wesen. Sie bevorzugen Kooperation gegenüber der Konkurrenz und haben eher eine lockere Einstellung zum Leben.
- Sie haben tiefe Gefühle, die sie nur mit Ihnen sehr nahe stehenden Menschen teilen. Gleichzeitig können sie aber auch sehr sentimental sein.
- Sie sind überaus sensibel. Auch wenn sie nach außen hin sehr freundlich erscheinen, ändert sich ihre Stimmung manchmal sehr schnell.
- Wenn etwas danebengeht, neigen sie dazu, die Schuld eher bei sich selbst zu suchen, als

- andere zu beschuldigen.
- Sie sind im Umgang mit kleinen Alltagsproblemen flexibel, können jedoch zäh und dickköpfig sein, wenn es um Dinge geht, die etwas mit ihren eigenen Wertvorstellungen zu tun haben oder die ihnen persönlich besonders wichtig sind. Das kann dazu führen, daß sie sehr nachtragend sind, wenn sie sich verletzt fühlen.
- Sie äußern ihre Wertvorstellungen eher durch Handlungen als durch Worte.
- Sie achten nicht übermäßig auf ihr Erscheinungsbild. Es ist ihnen wichtiger, sich selbst zu gefallen als anderen. Sie sind häufig leger, manchmal sogar nachlässig gekleidet.
- Manchmal setzen Sie ihre eigene Leistung herab und sind sehr bescheiden. Es ist ihnen unangenehm in der Öffentlichkeit gelobt zu werden.

Nr.40: Reiner INFP-Typ

-	3	3	3
1 oder 2	-	-	-

Dominant ist das Fühlen: andere Menschen verstehen und auf sie eingehen.

NF: Idealist

Kommunikation mit NF's:

- Ich muß das mifühlende Wesen des Kunden ansprechen.
- Ich muß betonen, wie eine von mir vorgeschlagene Handlungsweise anderen Menschen nützt und besonders wie diese Handlungsweise langfristig dem körperlichen und/oder geistigen Wohlbefinden des Kunden dient.
- Ich muß ausdrücken, wie sehr ich an meine Idee bzw. meinen Vorschlag glaube und warum ich dafür soviel Begeisterung aufbringe.
- Ich muß eine harmonische und kooperative Beziehung zum Kunden anstreben und darf nicht dominant oder konkurrenzorientiert auftreten.
- Ich muß viel mit persönlichen Geschichten und Erfahrungen argumentieren und viele Beispiele und Metaphern benutzen.
- Ich muß versuchen die Freundschaft des Kunden zu gewinnen. Der Kunde wird sich nur dann bemühen meine Beraterargumente zu verstehen und ist nur dann bereit mit mir als Berater zu kooperieren oder Kompromisse einzugehen, wenn er persönlich eine positive Meinung von mir hat.
- Ich muß das Kundenbedürfnis nach seiner Einzigartigkeit und seiner Originalität ansprechen. Ich muß als Berater versuchen seine Neigung zu unkonventionellen und ungewöhnlichen Vorgehensweisen zu schätzen.
- Ich muß die Kreativität und die Phantasie des Kunden herausfordern. Häufig kann der Kunde gut persönliche oder zwischenmenschliche Probleme lösen.
- Ich muß dem Kunden meine persönlichen Gefühle mitteilen. Je mehr persönliche Informationen ich von mir gebe, desto enger wird meine Beziehung zum Kunden.
- Ich muß ernsthaft und aufrichtig sein. Der Kunde reagiert heftig negativ, wenn ich in seinen Augen nicht aufrichtig erscheine.

Geeignete Sätze für die INFP-Präsentation:

- Was sagt Ihnen Ihr Gefühl? Wie sollten wir uns entscheiden?
- Kann ich einmal etwas Persönliches mit Ihnen besprechen?
- Ich würde gerne einmal etwas über Ihr letztes Projekt hören.
- Kein Grund zur Eile. Lassen Sie sich einfach so viel Zeit, wie Sie brauchen.

INFPs sind die idealistischsten unter den Idealisten und werden von ihren tiefsten persönlichen Werten und ihrer individuellen Einstellung zur Welt angetrieben. Sie sind sanft, reserviert und sogar kühl gegenüber denen, die sie nicht kennen und denen sie nicht vertrauen, aber warmherzig, leidenschaftlich und besorgt, wenn es um Menschen und Dinge geht, die ihnen wichtig sind.

FPs sind Menschen, die Ihre Gefühle für sich behalten:

- Sie haben ein sanftes und angenehmes Wesen. Sie bevorzugen Kooperation gegenüber der Konkurrenz und haben eher eine lockere Einstellung zum Leben.
- Sie haben tiefe Gefühle, die sie nur mit Ihnen sehr nahe stehenden Menschen teilen.

- Gleichzeitig können sie aber auch sehr sentimental sein.
- Sie sind überaus sensibel. Auch wenn sie nach außen hin sehr freundlich erscheinen, ändert sich ihre Stimmung manchmal sehr schnell.
 - Wenn etwas danebengeht, neigen sie dazu, die Schuld eher bei sich selbst zu suchen, als andere zu beschuldigen.
 - Sie sind im Umgang mit kleinen Alltagsproblemen flexibel, können jedoch zäh und dickköpfig sein, wenn es um Dinge geht, die etwas mit ihren eigenen Wertvorstellungen zu tun haben oder die ihnen persönlich besonders wichtig sind. Das kann dazu führen, daß sie sehr nachtragend sind, wenn sie sich verletzt fühlen.
 - Sie äußern ihre Wertvorstellungen eher durch Handlungen als durch Worte.
 - Sie achten nicht übermäßig auf ihr Erscheinungsbild. Es ist ihnen wichtiger, sich selbst zu gefallen als anderen. Sie sind häufig leger, manchmal sogar nachlässig gekleidet.
 - Manchmal setzen Sie ihre eigene Leistung herab und sind sehr bescheiden. Es ist ihnen unangenehm in der Öffentlichkeit gelobt zu werden.

Nr.41: INTJ-Typ mit gelegentlichen E+S-Anteil

-	1	2	2
3	-	-	-

Dominant ist die intuitive Wahrnehmung: Möglichkeiten und Auswirkungen erkennen.

NT: Konzeptualist / Kommunikation mit NT's:

- Ich muß die angeborene Neugier des Kunden herausfordern.
- Ich muß mich auf das Gesamtbild und auf wiederholende Muster konzentrieren, anstatt auf Einzelheiten.
- Ich muß die Auswirkungen erwähnen, die bestimmte Handlungen auf die Zukunft haben.
- Ich muß Beispiele und Metaphern verwenden.
- Ich muß meine Argumente mit anderen Ideen und vergleichbaren Theorien untermauern.
- Ich muß das Vorstellungsvermögen des Kunden mit einbeziehen.
- Ich muß als Berater Selbstvertrauen demonstrieren.
- Ich darf den Kunden nicht mit Einzelheiten überhäufen und mit Kleinigkeiten langweilen.
- Ich muß die logischen Konsequenzen meiner Meinung unterstreichen und emotionale Begründungen vermeiden.
- Ich muß an die Fairneß und ausgeprägte Objektivität des Kunden appellieren.
- Ich muß mich darauf einstellen, daß der Kunde einfallsreich ist und sich ungern an Traditionen oder Erfahrungen hält.
- Ich muß mein Durchhaltevermögen zeigen und auch besonders meine Kompetenz als Berater.

Geeignete Sätze für die INTJ-Präsentation:

- Wir haben es hier mit einem sehr komplizierten Problem zu tun.
- Wir brauchen hier einen ganz neuen Lösungsansatz.
- Was meinen Sie dazu?
- Was sind die langfristigen Auswirkungen?
- Bei allem Respekt ...

INTJs sind hervorragende, kreative Strategen. Sie verfügen über komplexe und häufig brillante visionäre Fähigkeiten, ihr logisch analytischer Verstand und ihre zielstrebige Entschlossenheit

ermöglichen es ihnen, mit der Genauigkeit eines Laserstrahls genau das zu erleuchten, was andere nicht sehen können. Sie vertreten ihre Unabhängigkeit mit großer Entschlossenheit und sind Perfektionisten mit sehr starkem eigenen Willen.

Der gelegentliche E-Anteil bewirkt:

- E-Typen fühlen sich in Gesellschaft meistens wohler und unterhalten sich problemlos mit den anderen.
 - E-Typen beginnen eher ein Gespräch mit anderen.
 - E-Typen bevorzugen eher den Mannschaftssport.
 - E-Typen reden eher mehr, sind meistens lebhafter, denken eher laut, sprechen eher schneller und meistens laut, sind eher leicht abgelenkt, wechseln eher schneller das Thema, mögen eher gerne mit anderen Menschen zusammensein, stehen eher gerne im Mittelpunkt, handeln eher erst und denken dann, unterbrechen und beenden eher die Sätze ihrer Gesprächspartner, haben eher ein leidenschaftliches Auftreten.
 - Ich sollte den Kunden reden und laut denken lassen.
 - Ich sollte mit dem Kunden eher über eine Vielzahl verschiedener Themen sprechen.
 - Ich sollte mit dem Kunden eher verbal kommunizieren.
 - Der Kunde erwartet von mir sofortige Aktion.
- Ich sollte die Unterhaltung mit dem Kunden in Gang halten.

Der gelegentliche S-Anteil bewirkt:

S-Typen kommunizieren unkomplizierter und direkter.

- S-Typen konzentrieren sich mehr auf Fakten und Details.
 - S-Typen sprechen eher kürzere Sätze. Sie sind eher nüchtern und ökonomisch.
 - S-Typen lesen eher Sach- und Fachbücher.
 - S-Typen haben mehr Bezug zur Gegenwart und Vergangenheit als zur Zukunft.
 - S-Typen denken mehr einen Gedanken nach dem anderen.
- **TJs** sind Menschen, die Ihre Gefühle für sich behalten:
 - Sie sind nüchtern und geschäftsmäßig. Sie kommen gerne direkt zur Sache und hassen es, Zeit zu verschwenden. Sie lassen sich ungern auf gesellschaftliche Gepflogenheiten ein. Sie sehen im Small talk wenig Sinn.
 - Sie haben gewöhnlich eine starke Meinung, die Sie auch zum Ausdruck bringen. Sie geben aufrichtiges, ehrliches Feedback, auch wenn es schroff oder verletzend wirkt. Dies erscheint für andere manchmal als gefühllos und unsensibel.
 - Sie zeigen selten Emotionen. Sie halten ihre Gefühle unter Kontrolle und lassen es nur selten zu, daß Emotionen ihren logischen Entscheidungsprozeß wesentlich beeinflussen.
 - Sie sind sehr körperbewußt und vermeiden es, die Menschen, mit denen sie kommunizieren, zu berühren.
 - Sie haben gewöhnlich ein ordentliches, formelles, professionell wirkendes äußeres Erscheinungsbild. Sie kleiden sich meistens eher konventionell und traditionell.

Nr.42: ISFJ-Typ mit gelegentlichen E+T-Anteil

-	2	1	2
3	-	-	-

Dominant ist die sinnliche Wahrnehmung: im Augenblick leben. Die Dinge realistisch betrachten

SJ: Traditionalist / Kommunikation mit SJ's:

- Sie direkt und geradeheraus ansprechen.
- Schnell auf den Punkt kommen.
- Ernst bleiben bei wichtigen Dingen.
- Eine einfache und unkomplizierte Sprache nutzen.
- Präsentieren Schritt für Schritt, der Reihe nach.
- Fakten müssen stimmen.
- Vorgehensweise muß die verantwortungsvollste sein.
- Erklären: Dieser Vorschlag ist der richtige Weg.
- Standpunkt mit Statistik, Fakten und Erfahrungen belegen.
- Vergleiche bringen von abgeschlossenen Projekten der Vergangenheit.

Geeignete Sätze für die ISFJ-Präsentation:

- Ich verspreche es. Ich gebe Ihnen mein Wort.
- Was wäre Ihnen denn angenehm?
- Brauchen Sie noch ein wenig Zeit, um darüber nachzudenken?
- Kann ich mal über etwas Persönliches mit Ihnen sprechen?
- Wie stellt sich das in Ihrer Erinnerung dar?

ISFJs sind sanfte, fürsorgliche, bedachtsame Menschen. Sie widmen sich voll und ganz ihrer Familie und ihren Freunden und stellen deren Interessen über ihre eigenen. Sie sind Veränderungen gegenüber vorsichtig und zurückhaltend und nehmen ihre Verantwortung sehr ernst. Sie stehen nicht gerne im Rampenlicht.

Der gelegentliche E-Anteil bewirkt:

- E-Typen fühlen sich in Gesellschaft meistens wohler und unterhalten sich problemlos mit den anderen. E-Typen beginnen eher ein Gespräch mit anderen. E-Typen bevorzugen eher den Mannschaftssport. E-Typen reden eher mehr, sind meistens lebhafter, denken eher laut, sprechen eher schneller und meistens laut, sind eher leicht abgelenkt, wechseln eher schneller das Thema, mögen eher gerne mit anderen Menschen zusammensein, stehen eher gerne im Mittelpunkt, handeln eher erst und denken dann, unterbrechen und beenden eher die Sätze ihrer Gesprächspartner, haben eher ein leidenschaftliches Auftreten. Ich sollte den Kunden reden und laut denken lassen. Ich sollte mit dem Kunden eher über eine Vielzahl verschiedener Themen sprechen. Ich sollte mit dem Kunden eher verbal kommunizieren. Der Kunde erwartet von mir sofortige Aktion. Ich sollte die Unterhaltung mit dem Kunden in Gang halten.

Der gelegentliche T-Anteil bewirkt:

- T-Typen verhalten sich anderen gegenüber kühler.
- T-Typen sind weniger freundlich.
- T-Typen zeigen weniger gern was sie fühlen.
- T-Typen sind eher emotional ausgeglichen.
- T-Typen machen seltener anderen Komplimente.
- T-Typen diskutieren gerne mehr.
- T-Typen wirken eher unsensibel oder gefühllos, schroff, taktlos, geschäftsmäßig, dickhäutig.

FJs tragen Ihre Gefühle nach außen:

- Sie streben danach, zu anderen Menschen eine Beziehung aufzubauen.
- Sie wissen, was andere möchten und brauchen, und sind bereit, Ihnen das zu geben.
- Sie versuchen, anderen zu gefallen und Zustimmung zu bekommen.
- Sie bemühen sich häufig sehr stark um Harmonie.
- Sie sind oftmals charmant und charismatisch.
- Sie sind die kontaktfreudige Menschen und gute Redner.
- Sie können andere davon überzeugen, ihnen zu vertrauen und ihnen zu folgen.
- Sie haben eine starke körperliche Ausdrucksform.
- Sie neigen dazu, andere zu loben und zu beschuldigen.
- Sie sind sich ihres Äußeren meistens sehr bewußt.

Nr.43: ENFJ-Typ mit gelegentlichen S+T-Anteil

-	2	2	1
3	-	-	-

Dominant ist das Fühlen: andere Menschen verstehen und auf sie eingehen.

NF: Idealist / Kommunikation mit NF's:

- Ich muß das mifühlende Wesen des Kunden ansprechen. Ich muß betonen, wie eine von mir vorgeschlagene Handlungsweise anderen Menschen nützt und besonders wie diese Handlungsweise langfristig dem körperlichen und/oder geistigen Wohlbefinden des Kunden dient. Ich muß ausdrücken, wie sehr ich an meine Idee bzw. meinen Vorschlag glaube und warum ich dafür soviel Begeisterung aufbringe. Ich muß eine harmonische und kooperative Beziehung zum Kunden anstreben und darf nicht dominant oder konkurrenzorientiert auftreten. Ich muß viel mit persönlichen Geschichten und Erfahrungen argumentieren und viele Beispiele und Metaphern benutzen. Ich muß versuchen die Freundschaft des Kunden zu gewinnen. Der Kunde wird sich nur dann bemühen meine Beraterargumente zu verstehen und ist nur dann bereit mit mir als Berater zu kooperieren oder Kompromisse einzugehen, wenn er persönlich eine positive Meinung von mir hat. Ich muß das Kundenbedürfnis nach seiner Einzigartigkeit und seiner Originalität ansprechen. Ich muß als Berater versuchen seine Neigung zu

unkonventionellen und ungewöhnlichen Vorgehensweisen zu schätzen. Ich muß die Kreativität und die Phantasie des Kunden herausfordern. Häufig kann der Kunde gut persönliche oder zwischenmenschliche Probleme lösen. Ich muß dem Kunden meine persönlichen Gefühle mitteilen. Je mehr persönliche Informationen ich von mir gebe, desto enger wird meine Beziehung zum Kunden. Ich muß ernsthaft und aufrichtig sein. Der Kunde reagiert heftig negativ, wenn ich in seinen Augen nicht aufrichtig erscheine.

Geeignete Sätze für die ENFJ-Präsentation:

- Darf ich Ihnen sagen, wie ich persönlich zu der Sache stehe?
- Was ist Ihr Gefühl bei der Sache?
- Ich habe ein Problem.
- Wie sieht der Plan aus?
- Was ist Ihre Meinung in dieser Sache?
- Ich muß dem Kunden viele Komplimente machen.

ENFJs sind begeisterungsfähig, lebhaft und haben gewöhnlich hervorragende Fähigkeiten im Umgang mit Menschen. Diese setzen sie gerne ein, um anderen zu helfen, ihr volles Potential zu erreichen. Sie sind kreativ, energiegeladen, gut organisiert und stürzen sich mit vollem Einsatz in jede neue Aufgabe.

Der gelegentliche S-Anteil bewirkt:

- S-Typen kommunizieren unkomplizierter und direkter. S-Typen konzentrieren sich mehr auf Fakten und Details. S-Typen sprechen eher kürzere Sätze. Sie sind eher nüchtern und ökonomisch. S-Typen lesen eher Sach- und Fachbücher. S-Typen haben mehr Bezug zur Gegenwart und Vergangenheit als zur Zukunft. S-Typen denken mehr einen Gedanken nach dem anderen.

Der gelegentliche T-Anteil bewirkt:

- T-Typen verhalten sich anderen gegenüber kühler. - T-Typen sind weniger freundlich. - T-Typen zeigen weniger gern was sie fühlen. - T-Typen sind eher emotional ausgeglichen. - T-Typen machen seltener anderen Komplimente. - T-Typen diskutieren gerne mehr. - T-Typen wirken eher unsensibel oder gefühllos, schroff, taktlos, geschäftsmäßig, dickhäutig.

FJs tragen Ihre Gefühle nach außen:

- Sie streben danach, zu anderen Menschen eine Beziehung aufzubauen.
- Sie wissen, was andere möchten und brauchen, und sind bereit, Ihnen das zu geben.
- Sie versuchen, anderen zu gefallen und Zustimmung zu bekommen.
- Sie bemühen sich häufig sehr stark um Harmonie.
- Sie sind oftmals charmant und charismatisch.
- Sie sind die kontaktfreudige Menschen und gute Redner.
- Sie können andere davon überzeugen, ihnen zu vertrauen und ihnen zu folgen.
- Sie haben eine starke körperliche Ausdrucksform.
- Sie neigen dazu, andere zu loben und zu beschuldigen.
- Sie sind sich ihres Äußeren meistens sehr bewußt.

Nr.44: INFJ-Typ mit gelegentlichen S+T-Anteil

-	2	2	3
3	-	-	-

Dominant ist die intuitive Wahrnehmung: Möglichkeiten und Auswirkungen erkennen.

NF: Idealist

Kommunikation mit NF's:

- Ich muß das mifühlende Wesen des Kunden ansprechen. Ich muß betonen, wie eine von mir vorgeschlagene Handlungsweise anderen Menschen nützt und besonders wie diese Handlungsweise langfristig dem körperlichen und/oder geistigen Wohlbefinden des Kunden dient. Ich muß ausdrücken, wie sehr ich an meine Idee bzw. meinen Vorschlag glaube und warum ich dafür soviel Begeisterung aufbringe. Ich muß eine harmonische und kooperative Beziehung zum Kunden anstreben und darf nicht dominant oder konkurrenzorientiert auftreten. Ich muß viel mit persönlichen Geschichten und Erfahrungen argumentieren und viele Beispiele und Metaphern benutzen. Ich muß versuchen die Freundschaft des Kunden zu gewinnen. Der Kunde wird sich nur dann bemühen meine Beraterargumente zu verstehen und ist nur dann bereit mit mir als Berater zu kooperieren oder Kompromisse einzugehen, wenn er persönlich

eine positive Meinung von mir hat. Ich muß das Kundenbedürfnis nach seiner Einzigartigkeit und seiner Originalität ansprechen. Ich muß als Berater versuchen seine Neigung zu unkonventionellen und ungewöhnlichen Vorgehensweisen zu schätzen. Ich muß die Kreativität und die Phantasie des Kunden herausfordern. Häufig kann der Kunde gut persönliche oder zwischenmenschliche Probleme lösen. Ich muß dem Kunden meine persönlichen Gefühle mitteilen. Je mehr persönliche Informationen ich von mir gebe, desto enger wird meine Beziehung zum Kunden. Ich muß ernsthaft und aufrichtig sein. Der Kunde reagiert heftig negativ, wenn ich in seinen Augen nicht aufrichtig erscheine.

Geeignete Sätze für die INFJ-Präsentation:

- Ich bräuchte dafür einmal eine kreative Lösung. Können Sie mir da helfen? - Was habe ich übersehen? - Was ist Ihrer Meinung nach das Richtige? - Lassen Sie sich damit Zeit. Wir sprechen darüber, wenn Sie soweit sind. - Lassen Sie uns das doch einmal durchplanen.

INFJs sind die begriffsorientierten Idealisten. Sie sind kreativ, schöpferisch und komplex, aber gleichzeitig eher formell und reserviert und von tiefsten inneren Überzeugungen angetrieben, die ihre Handlungen und Entscheidungen erheblich beeinflussen. Sie können sehr zielstrebig sein und haben ein sehr ausgeprägtes Bedürfnis, ihre Ziele auch zu erreichen.

Der gelegentliche S-Anteil bewirkt:

- S-Typen kommunizieren unkomplizierter und direkter. S-Typen konzentrieren sich mehr auf Fakten und Details. S-Typen sprechen eher kürzere Sätze. Sie sind eher nüchtern und ökonomisch. S-Typen lesen eher Sach- und Fachbücher. S-Typen haben mehr Bezug zur Gegenwart und Vergangenheit als zur Zukunft. S-Typen denken mehr einen Gedanken nach dem anderen.

Der gelegentliche T-Anteil bewirkt:

- T-Typen verhalten sich anderen gegenüber kühler. - T-Typen sind weniger freundlich. - T-Typen zeigen weniger gern was sie fühlen. - T-Typen sind eher emotional ausgeglichen. - T-Typen machen seltener anderen Komplimente. - T-Typen diskutieren gerne mehr. - T-Typen wirken eher unsensibel oder gefühlslos, schroff, taktlos, geschäftsmäßig, dickhäutig.

FJs tragen Ihre Gefühle nach außen:

- Sie streben danach, zu anderen Menschen eine Beziehung aufzubauen.
- Sie wissen, was andere möchten und brauchen, und sind bereit, Ihnen das zu geben.
- Sie versuchen, anderen zu gefallen und Zustimmung zu bekommen.
- Sie bemühen sich häufig sehr stark um Harmonie.
- Sie sind oftmals charmant und charismatisch.
- Sie sind die kontaktfreudige Menschen und gute Redner.
- Sie können andere davon überzeugen, ihnen zu vertrauen und ihnen zu folgen.
- Sie haben eine starke körperliche Ausdrucksform.
- Sie neigen dazu, andere zu loben und zu beschuldigen.
- Sie sind sich ihres Äußeren meistens sehr bewußt.

Nr.45: INFJ-Typ mit gelegentlichen E+S-Anteil

-	3	2	2
3	-	-	-

Dominant ist die intuitive Wahrnehmung: Möglichkeiten und Auswirkungen erkennen.

NF: Idealist / Kommunikation mit NF's:

- Ich muß das mifühlende Wesen des Kunden ansprechen. Ich muß betonen, wie eine von mir vorgeschlagene Handlungsweise anderen Menschen nützt und besonders wie diese Handlungsweise langfristig dem körperlichen und/oder geistigen Wohlbefinden des Kunden dient. Ich muß ausdrücken, wie sehr ich an meine Idee bzw. meinen Vorschlag glaube und warum ich dafür soviel Begeisterung aufbringe. Ich muß eine harmonische und kooperative Beziehung zum Kunden anstreben und darf nicht dominant oder konkurrenzorientiert auftreten. Ich muß viel mit persönlichen Geschichten und Erfahrungen argumentieren und viele Beispiele und Metaphern benutzen. Ich muß versuchen die Freundschaft des Kunden zu gewinnen. Der Kunde wird sich nur dann bemühen meine Beraterargumente zu verstehen und ist nur dann bereit mit mir als Berater zu kooperieren oder Kompromisse einzugehen, wenn er persönlich eine positive Meinung von mir hat. Ich muß das Kundenbedürfnis nach seiner Einzigartigkeit

und seiner Originalität ansprechen. Ich muß als Berater versuchen seine Neigung zu unkonventionellen und ungewöhnlichen Vorgehensweisen zu schätzen. Ich muß die Kreativität und die Phantasie des Kunden herausfordern. Häufig kann der Kunde gut persönliche oder zwischenmenschliche Probleme lösen. Ich muß dem Kunden meine persönlichen Gefühle mitteilen. Je mehr persönliche Informationen ich von mir gebe, desto enger wird meine Beziehung zum Kunden. Ich muß ernsthaft und aufrichtig sein. Der Kunde reagiert heftig negativ, wenn ich in seinen Augen nicht aufrichtig erscheine.

Geeignete Sätze für die INFJ-Präsentation:

- Ich bräuchte dafür einmal eine kreative Lösung. Können Sie mir da helfen? - Was habe ich übersehen? - Was ist Ihrer Meinung nach das Richtige? - Lassen Sie sich damit Zeit. Wir sprechen darüber, wenn Sie soweit sind. - Lassen Sie uns das doch einmal durchplanen.

INFJs sind die begriffsorientierten Idealisten. Sie sind kreativ, schöpferisch und komplex, aber gleichzeitig eher formell und reserviert und von tiefsten inneren Überzeugungen angetrieben, die ihre Handlungen und Entscheidungen erheblich beeinflussen. Sie können sehr zielstrebig sein und haben ein sehr ausgeprägtes Bedürfnis, ihre Ziele auch zu erreichen.

Der gelegentliche E-Anteil bewirkt:

- E-Typen fühlen sich in Gesellschaft meistens wohler und unterhalten sich problemlos mit den anderen. E-Typen beginnen eher ein Gespräch mit anderen. E-Typen bevorzugen eher den Mannschaftssport. E-Typen reden eher mehr, sind meistens lebhafter, denken eher laut, sprechen eher schneller und meistens laut, sind eher leicht abgelenkt, wechseln eher schneller das Thema, mögen eher gerne mit anderen Menschen zusammensein, stehen eher gerne im Mittelpunkt, handeln eher erst und denken dann, unterbrechen und beenden eher die Sätze ihrer Gesprächspartner, haben eher ein leidenschaftliches Auftreten. Ich sollte den Kunden reden und laut denken lassen. Ich sollte mit dem Kunden eher über eine Vielzahl verschiedener Themen sprechen. Ich sollte mit dem Kunden eher verbal kommunizieren. Der Kunde erwartet von mir sofortige Aktion. Ich sollte die Unterhaltung mit dem Kunden in Gang halten.

Der gelegentliche S-Anteil bewirkt:

- S-Typen kommunizieren unkomplizierter und direkter. S-Typen konzentrieren sich mehr auf Fakten und Details. S-Typen sprechen eher kürzere Sätze. Sie sind eher nüchtern und ökonomisch. S-Typen lesen eher Sach- und Fachbücher. S-Typen haben mehr Bezug zur Gegenwart und Vergangenheit als zur Zukunft. S-Typen denken mehr einen Gedanken nach dem anderen.

FJs tragen Ihre Gefühle nach außen: Sie streben danach, zu anderen Menschen eine Beziehung aufzubauen. Sie wissen, was andere möchten und brauchen, und sind bereit, Ihnen das zu geben. Sie versuchen, anderen zu gefallen und Zustimmung zu bekommen. Sie bemühen sich häufig sehr stark um Harmonie. Sie sind oftmals charmant und charismatisch. Sie sind die kontaktfreudige Menschen und gute Redner. Sie können andere davon überzeugen, ihnen zu vertrauen und ihnen zu folgen. Sie haben eine starke körperliche Ausdrucksform. Sie neigen dazu, andere zu loben und zu beschuldigen. Sie sind sich ihres Äußeren meistens sehr bewußt.

Nr.46: INTP-Typ mit gelegentlichen E+S-Anteil

-	1	2	2
1 oder 2	-	-	-

Dominant ist das Denken: logische, objektive Entscheidungen treffen.

NT: Konzeptualist / Kommunikation mit NT's:

- Ich muß die angeborene Neugier des Kunden herausfordern.
- Ich muß mich auf das Gesamtbild und auf wiederholende Muster konzentrieren, anstatt auf Einzelheiten.
- Ich muß die Auswirkungen erwähnen, die bestimmte Handlungen auf die Zukunft haben.
- Ich muß Beispiele und Metaphern verwenden.
- Ich muß meine Argumente mit anderen Ideen und vergleichbaren Theorien untermauern.
- Ich muß das Vorstellungsvermögen des Kunden mit einbeziehen.
- Ich muß als Berater Selbstvertrauen demonstrieren.
- Ich darf den Kunden nicht mit Einzelheiten überhäufen und mit Kleinigkeiten langweilen.
- Ich muß die logischen Konsequenzen meiner Meinung unterstreichen und emotionale Begründungen vermeiden.

- Ich muß an die Fairneß und ausgeprägte Objektivität des Kunden appellieren.
- Ich muß mich darauf einstellen, daß der Kunde einfallsreich ist und sich ungern an Traditionen oder Erfahrungen hält.
- Ich muß mein Durchhaltevermögen zeigen und auch besonders meine Kompetenz als Berater.

Geeignete Sätze für die INTP-Präsentation:

- Würden Sie über dieses Problem bitte einmal nachdenken?
- Nehmen Sie sich so viel Zeit, wie Sie brauchen.
- Dies ist eine interessante Herausforderung für Sie.
- Ich weiß noch nicht, wie wir dieses Problem lösen sollen.
- Ich respektiere Ihr Privatleben.

INTPs sind sehr komplexe, unabhängige und kreative Persönlichkeiten. Sie sind fasziniert von den abstraktesten und kompliziertesten Aufgaben und können jede beliebige rationale Position mit Fairneß und Überzeugung vertreten.

- Der gelegentliche E-Anteil bewirkt:
- E-Typen fühlen sich in Gesellschaft meistens wohler und unterhalten sich problemlos mit den anderen.
- E-Typen beginnen eher ein Gespräch mit anderen.
- E-Typen bevorzugen eher den Mannschaftssport.
- E-Typen reden eher mehr, sind meistens lebhafter, denken eher laut, sprechen eher schneller und meistens laut, sind eher leicht abgelenkt, wechseln eher schneller das Thema, mögen eher gerne mit anderen Menschen zusammensein, stehen eher gerne im Mittelpunkt, handeln eher erst und denken dann, unterbrechen und beenden eher die Sätze ihrer Gesprächspartner, haben eher ein leidenschaftliches Auftreten.
- Ich sollte den Kunden reden und laut denken lassen.
- Ich sollte mit dem Kunden eher über eine Vielzahl verschiedener Themen sprechen.
- Ich sollte mit dem Kunden eher verbal kommunizieren.
- Der Kunde erwartet von mir sofortige Aktion.
- Ich sollte die Unterhaltung mit dem Kunden in Gang halten.

Der gelegentliche S-Anteil bewirkt:

- S-Typen kommunizieren unkomplizierter und direkter.
- S-Typen konzentrieren sich mehr auf Fakten und Details.
- S-Typen sprechen eher kürzere Sätze. Sie sind eher nüchtern und ökonomisch.
- S-Typen lesen eher Sach- und Fachbücher.
- S-Typen haben mehr Bezug zur Gegenwart und Vergangenheit als zur Zukunft.
- S-Typen denken mehr einen Gedanken nach dem anderen.

TPs tragen Ihre Gefühle nach außen:

- Sie fällen Ihre Entscheidungen auf der Grundlage von unpersönlichen Analysen und nicht auf der Grundlage ihrer Wertvorstellungen oder weil sie sich um die Auswirkungen, die ihre Entscheidung auf andere haben könnte, sorgen.
- Sie setzen Ihre Gefühle häufig strategisch ein, als Hilfsmittel, um Beziehungen aufzubauen und ihre Ziele zu erreichen.
- Sie erkennen schnell beide Seiten des Problems und genießen es, über die Vorteile der verschiedenen Aspekte zu diskutieren.
- Sie können ihre Gefühle sehr dramatisch äußern. Sie können mühelos von einem extremen Verhalten ins andere wechseln.
- Sie können sehr leicht ihre Meinung ändern, wenn sie feststellen, daß eine andere Strategie effektiver ist.
- Sie sind im allgemeinen weniger ernst und dafür lockerer.
- Sie haben ein legeres Auftreten und meistens macht es Spaß mit ihnen zusammenzusein.

Nr.47: ISFP-Typ mit gelegentlichen E+T-Anteil

-	2	1	2
---	---	---	---

1 oder 2	-	-	-
----------	---	---	---

Dominant ist das Fühlen: andere Menschen verstehen und auf sie eingehen.

SP: Erlebnistyp / Kommunikation mit SP's:

- Ich muß freundlich und aufgeschlossen sein und die Kundenfragen beantworten.
- Ich muß mich besonders auf die Realität, die Praxisrelevanz und die Gegenwart konzentrieren.
- Ich muß überprüfbare Beweise und Beispiele liefern.
- Ich muß dem Kunden ausreichende Alternativen geben, die er gegeneinander abwägen kann.
- Ich muß gegenüber dem Kunden locker sein und mich im Gespräch nicht so wichtig nehmen.
- Ich muß gegenüber dem Kunden Geschäftliches und Privates vermischen.
- Ich muß das Zusammentreffen mit dem Kunden so interessant und unterhaltsam wie möglich gestalten. Die Abwechslung ist für den Kunden das Salz in der Suppe des Lebens. Also muß meine Präsentation lebendig, mitreißend und aufregend gestaltet sein. Wenn möglich muß ich sofortige Belohnungen einbauen.
- Ich muß möglichst viele Sinne beim Kunden ansprechen. (Audiovisuelle Mittel nutzen!).
- Ich muß dem Kunden Gelegenheiten bieten, Dinge selbst auszuprobieren. Z.B. dem Kunden eine Besichtigung vor Ort anbieten.
- Ich muß den Kunden in die Präsentation mit einbeziehen. Ich muß zu einem Dialog ermuntern. Ich darf keinen Vortrag halten.

Geeignete Sätze für die ISFP-Präsentation:

- Hilfe!
- Kannst Du ein Geheimnis für Dich behalten?
- Daß Du daran gedacht hast!
- Lassen Sie sich Zeit. Ich warte auf Sie.
- Ich schätze Deine guten Manieren und Dein rücksichtsvolles Verhalten wirklich sehr.

ISFPs sind sanft, bescheiden und einfühlsam. Auch wenn sie anfänglich reserviert und still sind, so sorgen sie sich doch zutiefst um Mensch und Tier, sind hingebungsvoll, loyal und immer zur Stelle, wenn Hilfe benötigt wird. Sie leben völlig in der Gegenwart, sind praktisch veranlagt, beobachten ihre Umwelt sorgfältig und genießen die Schönheit des Lebens um sie herum.

- Der gelegentliche E-Anteil bewirkt:
- E-Typen fühlen sich in Gesellschaft meistens wohler und unterhalten sich problemlos mit den anderen.
- E-Typen beginnen eher ein Gespräch mit anderen.
- E-Typen bevorzugen eher den Mannschaftssport.
- E-Typen reden eher mehr, sind meistens lebhafter, denken eher laut, sprechen eher schneller und meistens laut, sind eher leicht abgelenkt, wechseln eher schneller das Thema, mögen eher gerne mit anderen Menschen zusammensein, stehen eher gerne im Mittelpunkt, handeln eher erst und denken dann, unterbrechen und beenden eher die Sätze ihrer Gesprächspartner, haben eher ein leidenschaftliches Auftreten.
- Ich sollte den Kunden reden und laut denken lassen.
- Ich sollte mit dem Kunden eher über eine Vielzahl verschiedener Themen sprechen.
- Ich sollte mit dem Kunden eher verbal kommunizieren.
- Der Kunde erwartet von mir sofortige Aktion.
- Ich sollte die Unterhaltung mit dem Kunden in Gang halten.

Der gelegentliche T-Anteil bewirkt:

- T-Typen verhalten sich anderen gegenüber kühler.
- T-Typen sind weniger freundlich.
- T-Typen zeigen weniger gern was sie fühlen.
- T-Typen sind eher emotional ausgeglichen.
- T-Typen machen seltener anderen Komplimente.
- T-Typen diskutieren gerne mehr.
- T-Typen wirken eher unsensibel oder gefühlslos, schroff, taktlos, geschäftsmäßig, dickhäutig.

FPs sind Menschen, die Ihre Gefühle für sich behalten:

- Sie haben ein sanftes und angenehmes Wesen. Sie bevorzugen Kooperation gegenüber der

- Konkurrenz und haben eher eine lockere Einstellung zum Leben.
- Sie haben tiefe Gefühle, die sie nur mit Ihnen sehr nahe stehenden Menschen teilen. Gleichzeitig können sie aber auch sehr sentimental sein.
- Sie sind überaus sensibel. Auch wenn sie nach außen hin sehr freundlich erscheinen, ändert sich ihre Stimmung manchmal sehr schnell.
- Wenn etwas danebengeht, neigen sie dazu, die Schuld eher bei sich selbst zu suchen, als andere zu beschuldigen.
- Sie sind im Umgang mit kleinen Alltagsproblemen flexibel, können jedoch zäh und dickköpfig sein, wenn es um Dinge geht, die etwas mit ihren eigenen Wertvorstellungen zu tun haben oder die ihnen persönlich besonders wichtig sind. Das kann dazu führen, daß sie sehr nachtragend sind, wenn sie sich verletzt fühlen.
- Sie äußern ihre Wertvorstellungen eher durch Handlungen als durch Worte.
- Sie achten nicht übermäßig auf ihr Erscheinungsbild. Es ist ihnen wichtiger, sich selbst zu gefallen als anderen. Sie sind häufig leger, manchmal sogar nachlässig gekleidet.
- Manchmal setzen Sie ihre eigene Leistung herab und sind sehr bescheiden. Es ist ihnen unangenehm in der Öffentlichkeit gelobt zu werden.

Nr.48: ENFP-Typ mit gelegentlichen S+T-Anteil

-	2	2	1
1 oder 2	-	-	-

Dominant ist die intuitive Wahrnehmung: Möglichkeiten und Auswirkungen erkennen.

NF: Idealist / Kommunikation mit NF's:

- Ich muß das mifühlende Wesen des Kunden ansprechen.
- Ich muß betonen, wie eine von mir vorgeschlagene Handlungsweise anderen Menschen nützt und besonders wie diese Handlungsweise langfristig dem körperlichen und/oder geistigen Wohlbefinden des Kunden dient.
- Ich muß ausdrücken, wie sehr ich an meine Idee bzw. meinen Vorschlag glaube und warum ich dafür soviel Begeisterung aufbringe.
- Ich muß eine harmonische und kooperative Beziehung zum Kunden anstreben und darf nicht dominant oder konkurrenzorientiert auftreten.
- Ich muß viel mit persönlichen Geschichten und Erfahrungen argumentieren und viele Beispiele und Metaphern benutzen.
- Ich muß versuchen die Freundschaft des Kunden zu gewinnen. Der Kunde wird sich nur dann bemühen meine Beraterargumente zu verstehen und ist nur dann bereit mit mir als Berater zu kooperieren oder Kompromisse einzugehen, wenn er persönlich eine positive Meinung von mir hat.
- Ich muß das Kundenbedürfnis nach seiner Einzigartigkeit und seiner Originalität ansprechen. Ich muß als Berater versuchen seine Neigung zu unkonventionellen und ungewöhnlichen Vorgehensweisen zu schätzen.
- Ich muß die Kreativität und die Phantasie des Kunden herausfordern. Häufig kann der Kunde gut persönliche oder zwischenmenschliche Probleme lösen.
- Ich muß dem Kunden meine persönlichen Gefühle mitteilen. Je mehr persönliche Informationen ich von mir gebe, desto enger wird meine Beziehung zum Kunden.
- Ich muß ernsthaft und aufrichtig sein. Der Kunde reagiert heftig negativ, wenn ich in seinen Augen nicht aufrichtig erscheine.

Geeignete Sätze für die ENFP-Präsentation:

- Das ist unmöglich Das können wir einfach nicht schaffen.
- Wir veranstalten da eine Wiedersehensfeier.
- Wir haben reichlich Zeit; lassen Sie uns morgen weitermachen.
- Ich habe eine tolle Idee!
- Kennen Sie jemanden, der das kann?
- Hier sind ein paar Leute, die Sie kennenlernen sollten.

ENFPs sehen überall Alternativen und Gelegenheiten und leben dafür, all diese Möglichkeiten auszuleben und anderen zu helfen, etwas zu verändern oder ihr Leben zu verbessern. Sie sind freundliche, spontane und verspielte Menschen, denen ihre Familie und ihre vielen Freunde sehr

viel bedeuten.

Der gelegentliche S-Anteil bewirkt:

S-Typen kommunizieren unkomplizierter und direkter.

- S-Typen konzentrieren sich mehr auf Fakten und Details.
- S-Typen sprechen eher kürzere Sätze. Sie sind eher nüchtern und ökonomisch.
- S-Typen lesen eher Sach- und Fachbücher.
- S-Typen haben mehr Bezug zur Gegenwart und Vergangenheit als zur Zukunft.
- S-Typen denken mehr einen Gedanken nach dem anderen.

Der gelegentliche T-Anteil bewirkt:

- T-Typen verhalten sich anderen gegenüber kühler.
- T-Typen sind weniger freundlich.
- T-Typen zeigen weniger gern was sie fühlen.
- T-Typen sind eher emotional ausgeglichen.
- T-Typen machen seltener anderen Komplimente.
- T-Typen diskutieren gerne mehr.
- T-Typen wirken eher unsensibel oder gefühlslos, schroff, taktlos, geschäftsmäßig, dickhäutig.

FPs sind Menschen, die Ihre Gefühle für sich behalten:

- Sie haben ein sanftes und angenehmes Wesen. Sie bevorzugen Kooperation gegenüber der Konkurrenz und haben eher eine lockere Einstellung zum Leben.
- Sie haben tiefe Gefühle, die sie nur mit Ihnen sehr nahe stehenden Menschen teilen. Gleichzeitig können sie aber auch sehr sentimental sein.
- Sie sind überaus sensibel. Auch wenn sie nach außen hin sehr freundlich erscheinen, ändert sich ihre Stimmung manchmal sehr schnell.
- Wenn etwas danebengeht, neigen sie dazu, die Schuld eher bei sich selbst zu suchen, als andere zu beschuldigen.
- Sie sind im Umgang mit kleinen Alltagsproblemen flexibel, können jedoch zäh und dickköpfig sein, wenn es um Dinge geht, die etwas mit ihren eigenen Wertvorstellungen zu tun haben oder die ihnen persönlich besonders wichtig sind. Das kann dazu führen, daß sie sehr nachtragend sind, wenn sie sich verletzt fühlen.
- Sie äußern ihre Wertvorstellungen eher durch Handlungen als durch Worte.
- Sie achten nicht übermäßig auf ihr Erscheinungsbild. Es ist ihnen wichtiger, sich selbst zu gefallen als anderen. Sie sind häufig leger, manchmal sogar nachlässig gekleidet.
- Manchmal setzen Sie ihre eigene Leistung herab und sind sehr bescheiden. Es ist ihnen unangenehm in der Öffentlichkeit gelobt zu werden.

Nr.49: INFP-Typ mit gelegentlichen S+T-Anteil

-	2	2	3
1 oder 2	-	-	-

Dominant ist das Fühlen: andere Menschen verstehen und auf sie eingehen.

NF: Idealist / Kommunikation mit NF's:

- Ich muß das mifühlende Wesen des Kunden ansprechen.
- Ich muß betonen, wie eine von mir vorgeschlagene Handlungsweise anderen Menschen nützt und besonders wie diese Handlungsweise langfristig dem körperlichen und/oder geistigen Wohlbefinden des Kunden dient.
- Ich muß ausdrücken, wie sehr ich an meine Idee bzw. meinen Vorschlag glaube und warum ich dafür soviel Begeisterung aufbringe.
- Ich muß eine harmonische und kooperative Beziehung zum Kunden anstreben und darf nicht dominant oder konkurrenzorientiert auftreten.
- Ich muß viel mit persönlichen Geschichten und Erfahrungen argumentieren und viele Beispiele und Metaphern benutzen.
- Ich muß versuchen die Freundschaft des Kunden zu gewinnen. Der Kunde wird sich nur dann bemühen meine Beraterargumente zu verstehen und ist nur dann bereit mit mir als Berater zu kooperieren oder Kompromisse einzugehen, wenn er persönlich eine positive Meinung von mir hat.
- Ich muß das Kundenbedürfnis nach seiner Einzigartigkeit und seiner Originalität ansprechen.

Ich muß als Berater versuchen seine Neigung zu unkonventionellen und ungewöhlichen Vorgehensweisen zu schätzen.

- Ich muß die Kreativität und die Phantasie des Kunden herausfordern. Häufig kann der Kunde gut persönliche oder zwischenmenschliche Probleme lösen.
- Ich muß dem Kunden meine persönlichen Gefühle mitteilen. Je mehr persönliche Informationen ich von mir gebe, desto enger wird meine Beziehung zum Kunden.
- Ich muß ernsthaft und aufrichtig sein. Der Kunde reagiert heftig negativ, wenn ich in seinen Augen nicht aufrichtig erscheine.

Geeignete Sätze für die INFP-Präsentation:

- Was sagt Ihnen Ihr Gefühl? Wie sollten wir uns entscheiden?
- Kann ich einmal etwas Persönliches mit Ihnen besprechen?
- Ich würde gerne einmal etwas über Ihr letztes Projekt hören.
- Kein Grund zur Eile. Lassen Sie sich einfach so viel Zeit, wie Sie brauchen.

INFPs sind die idealistischsten unter den Idealisten und werden von ihren tiefsten persönlichen Werten und ihrer individuellen Einstellung zur Welt angetrieben. Sie sind sanft, reserviert und sogar kühl gegenüber denen, die sie nicht kennen und denen sie nicht vertrauen, aber warmherzig, leidenschaftlich und besorgt, wenn es um Menschen und Dinge geht, die ihnen wichtig sind.

Der gelegentliche S-Anteil bewirkt:

S-Typen kommunizieren unkomplizierter und direkter.

- S-Typen konzentrieren sich mehr auf Fakten und Details.
- S-Typen sprechen eher kürzere Sätze. Sie sind eher nüchtern und ökonomisch.
- S-Typen lesen eher Sach- und Fachbücher.
- S-Typen haben mehr Bezug zur Gegenwart und Vergangenheit als zur Zukunft.
- S-Typen denken mehr einen Gedanken nach dem anderen.

Der gelegentliche T-Anteil bewirkt:

- T-Typen verhalten sich anderen gegenüber kühler.
- T-Typen sind weniger freundlich.
- T-Typen zeigen weniger gern was sie fühlen.
- T-Typen sind eher emotional ausgeglichen.
- T-Typen machen seltener anderen Komplimente.
- T-Typen diskutieren gerne mehr.
- T-Typen wirken eher unsensibel oder gefühlslos, schroff, taktlos, geschäftsmäßig, dickhäutig.

FPs sind Menschen, die Ihre Gefühle für sich behalten:

- Sie haben ein sanftes und angenehmes Wesen. Sie bevorzugen Kooperation gegenüber der Konkurrenz und haben eher eine lockere Einstellung zum Leben.
- Sie haben tiefe Gefühle, die sie nur mit Ihnen sehr nahe stehenden Menschen teilen. Gleichzeitig können sie aber auch sehr sentimental sein.
- Sie sind überaus sensibel. Auch wenn sie nach außen hin sehr freundlich erscheinen, ändert sich ihre Stimmung manchmal sehr schnell.
- Wenn etwas danebengeht, neigen sie dazu, die Schuld eher bei sich selbst zu suchen, als andere zu beschuldigen.
- Sie sind im Umgang mit kleinen Alltagsproblemen flexibel, können jedoch zäh und dickköpfig sein, wenn es um Dinge geht, die etwas mit ihren eigenen Wertvorstellungen zu tun haben oder die ihnen persönlich besonders wichtig sind. Das kann dazu führen, daß sie sehr nachtragend sind, wenn sie sich verletzt fühlen.
- Sie äußern ihre Wertvorstellungen eher durch Handlungen als durch Worte.
- Sie achten nicht übermäßig auf ihr Erscheinungsbild. Es ist ihnen wichtiger, sich selbst zu gefallen als anderen. Sie sind häufig leger, manchmal sogar nachlässig gekleidet.
- Manchmal setzen Sie ihre eigene Leistung herab und sind sehr bescheiden. Es ist ihnen unangenehm in der Öffentlichkeit gelobt zu werden.

Nr.50: INFP-Typ mit gelegentlichen E+S-Anteil

-	3	2	2
1 oder 2	-	-	-

Dominant ist das Fühlen: andere Menschen verstehen und auf sie eingehen.

NF: Idealist / Kommunikation mit NF's:

- Ich muß das mifühlende Wesen des Kunden ansprechen.
- Ich muß betonen, wie eine von mir vorgeschlagene Handlungsweise anderen Menschen nützt und besonders wie diese Handlungsweise langfristig dem körperlichen und/oder geistigen Wohlbefinden des Kunden dient. Ich muß ausdrücken, wie sehr ich an meine Idee bzw. meinen Vorschlag glaube und warum ich dafür soviel Begeisterung aufbringe.
- Ich muß eine harmonische und kooperative Beziehung zum Kunden anstreben und darf nicht dominant oder konkurrenzorientiert auftreten. Ich muß viel mit persönlichen Geschichten und Erfahrungen argumentieren und viele Beispiele und Metaphern benutzen.
- Ich muß versuchen die Freundschaft des Kunden zu gewinnen. Der Kunde wird sich nur dann bemühen meine Beraterargumente zu verstehen und ist nur dann bereit mit mir als Berater zu kooperieren oder Kompromisse einzugehen, wenn er persönlich eine positive Meinung von mir hat. Ich muß das Kundenbedürfnis nach seiner Einzigartigkeit und seiner Originalität ansprechen. Ich muß als Berater versuchen seine Neigung zu unkonventionellen und ungewöhnlichen Vorgehensweisen zu schätzen. Ich muß die Kreativität und die Phantasie des Kunden herausfordern. Häufig kann der Kunde gut persönliche oder zwischenmenschliche Probleme lösen. Ich muß dem Kunden meine persönlichen Gefühle mitteilen. Je mehr persönliche Informationen ich von mir gebe, desto enger wird meine Beziehung zum Kunden.
- Ich muß ernsthaft und aufrichtig sein. Der Kunde reagiert heftig negativ, wenn ich in seinen Augen nicht aufrichtig erscheine.

Geeignete Sätze für die INFP-Präsentation:

- Was sagt Ihnen Ihr Gefühl? Wie sollten wir uns entscheiden?
- Kann ich einmal etwas Persönliches mit Ihnen besprechen?
- Ich würde gerne einmal etwas über Ihr letztes Projekt hören.
- Kein Grund zur Eile. Lassen Sie sich einfach so viel Zeit, wie Sie brauchen.

INFPs sind die idealistischsten unter den Idealisten und werden von ihren tiefsten persönlichen Werten und ihrer individuellen Einstellung zur Welt angetrieben. Sie sind sanft, reserviert und sogar kühl gegenüber denen, die sie nicht kennen und denen sie nicht vertrauen, aber warmherzig, leidenschaftlich und besorgt, wenn es um Menschen und Dinge geht, die ihnen wichtig sind.

Der gelegentliche E-Anteil bewirkt:

- E-Typen fühlen sich in Gesellschaft meistens wohler und unterhalten sich problemlos mit den anderen.
- E-Typen beginnen eher ein Gespräch mit anderen.
- E-Typen bevorzugen eher den Mannschaftssport.
- E-Typen reden eher mehr, sind meistens lebhafter, denken eher laut, sprechen eher schneller und meistens laut, sind eher leicht abgelenkt, wechseln eher schneller das Thema, mögen eher gerne mit anderen Menschen zusammensein, stehen eher gerne im Mittelpunkt, handeln eher erst und denken dann, unterbrechen und beenden eher die Sätze ihrer Gesprächspartner, haben eher ein leidenschaftliches Auftreten.
- Ich sollte den Kunden reden und laut denken lassen.
- Ich sollte mit dem Kunden eher über eine Vielzahl verschiedener Themen sprechen.
- Ich sollte mit dem Kunden eher verbal kommunizieren.
- Der Kunde erwartet von mir sofortige Aktion.
- Ich sollte die Unterhaltung mit dem Kunden in Gang halten.

Der gelegentliche S-Anteil bewirkt:

- S-Typen kommunizieren unkomplizierter und direkter.
- S-Typen konzentrieren sich mehr auf Fakten und Details.
- S-Typen sprechen eher kürzere Sätze. Sie sind eher nüchtern und ökonomisch.
- S-Typen lesen eher Sach- und Fachbücher.
- S-Typen haben mehr Bezug zur Gegenwart und Vergangenheit als zur Zukunft.
- S-Typen denken mehr einen Gedanken nach dem anderen.

FPs sind Menschen, die Ihre Gefühle für sich behalten:

- Sie haben ein sanftes und angenehmes Wesen. Sie bevorzugen Kooperation gegenüber der Konkurrenz und haben eher eine lockere Einstellung zum Leben.
- Sie haben tiefe Gefühle, die sie nur mit Ihnen sehr nahe stehenden Menschen teilen. Gleichzeitig können sie aber auch sehr sentimental sein.
- Sie sind überaus sensibel. Auch wenn sie nach außen hin sehr freundlich erscheinen, ändert sich ihre Stimmung manchmal sehr schnell.
- Wenn etwas danebengeht, neigen sie dazu, die Schuld eher bei sich selbst zu suchen, als andere zu beschuldigen.
- Sie sind im Umgang mit kleinen Alltagsproblemen flexibel, können jedoch zäh und dickköpfig sein, wenn es um Dinge geht, die etwas mit ihren eigenen Wertvorstellungen zu tun haben oder die ihnen persönlich besonders wichtig sind. Das kann dazu führen, daß sie sehr nachtragend sind, wenn sie sich verletzt fühlen.
- Sie äußern ihre Wertvorstellungen eher durch Handlungen als durch Worte.
- Sie achten nicht übermäßig auf ihr Erscheinungsbild. Es ist ihnen wichtiger, sich selbst zu gefallen als anderen. Sie sind häufig leger, manchmal sogar nachlässig gekleidet.
- Manchmal setzen Sie ihre eigene Leistung herab und sind sehr bescheiden. Es ist ihnen unangenehm in der Öffentlichkeit gelobt zu werden.

Nr.51: INFJ-Typ mit gelegentlichen E+T-Anteil

-	2	3	2
3	-	-	-

Dominant ist die intuitive Wahrnehmung: Möglichkeiten und Auswirkungen erkennen.

NF: Idealist. Kommunikation mit NF's:

- Ich muß das mifühlende Wesen des Kunden ansprechen. Ich muß betonen, wie eine von mir vorgeschlagene Handlungsweise anderen Menschen nützt und besonders wie diese Handlungsweise langfristig dem körperlichen und/oder geistigen Wohlbefinden des Kunden dient. Ich muß ausdrücken, wie sehr ich an meine Idee bzw. meinen Vorschlag glaube und warum ich dafür soviel Begeisterung aufbringe. Ich muß eine harmonische und kooperative Beziehung zum Kunden anstreben und darf nicht dominant oder konkurrenzorientiert auftreten. Ich muß viel mit persönlichen Geschichten und Erfahrungen argumentieren und viele Beispiele und Metaphern benutzen. Ich muß versuchen die Freundschaft des Kunden zu gewinnen. Der Kunde wird sich nur dann bemühen meine Beraterargumente zu verstehen und ist nur dann bereit mit mir als Berater zu kooperieren oder Kompromisse einzugehen, wenn er persönlich eine positive Meinung von mir hat. Ich muß das Kundenbedürfnis nach seiner Einzigartigkeit und seiner Originalität ansprechen. Ich muß als Berater versuchen seine Neigung zu unkonventionellen und ungewöhnlichen Vorgehensweisen zu schätzen. Ich muß die Kreativität und die Phantasie des Kunden herausfordern. Häufig kann der Kunde gut persönliche oder zwischenmenschliche Probleme lösen. Ich muß dem Kunden meine persönlichen Gefühle mitteilen. Je mehr persönliche Informationen ich von mir gebe, desto enger wird meine Beziehung zum Kunden. Ich muß ernsthaft und aufrichtig sein. Der Kunde reagiert heftig negativ, wenn ich in seinen Augen nicht aufrichtig erscheine.

INFJs sind die begriffsorientierten Idealisten. Sie sind kreativ, schöpferisch und komplex, aber gleichzeitig eher formell und reserviert und von tiefsten inneren Überzeugungen angetrieben, die ihre Handlungen und Entscheidungen erheblich beeinflussen. Sie können sehr zielstrebig sein und haben ein sehr ausgeprägtes Bedürfnis, ihre Ziele auch zu erreichen.

Der gelegentliche E-Anteil bewirkt:

- E-Typen fühlen sich in Gesellschaft meistens wohler und unterhalten sich problemlos mit den anderen. E-Typen beginnen eher ein Gespräch mit anderen. E-Typen bevorzugen eher den Mannschaftssport. E-Typen reden eher mehr, sind meistens lebhafter, denken eher laut, sprechen eher schneller und meistens laut, sind eher leicht abgelenkt, wechseln eher schneller das Thema, mögen eher gerne mit anderen Menschen zusammensein, stehen eher gerne im Mittelpunkt, handeln eher erst und denken dann, unterbrechen und beenden eher die Sätze ihrer Gesprächspartner, haben eher ein leidenschaftliches Auftreten. Ich sollte den Kunden reden und laut denken lassen. Ich sollte mit dem Kunden eher über eine Vielzahl verschiedener Themen sprechen. Ich sollte mit dem Kunden eher verbal kommunizieren. Der Kunde erwartet von mir sofortige Aktion. Ich sollte die Unterhaltung mit dem Kunden in Gang halten.

Der gelegentliche T-Anteil bewirkt:

- T-Typen verhalten sich anderen gegenüber kühler. - T-Typen sind weniger freundlich. - T-Typen zeigen weniger gern was sie fühlen. - T-Typen sind eher emotional ausgeglichen. - T-Typen machen seltener anderen Komplimente. - T-Typen dikutieren gerne mehr. - T-Typen wirken eher unsensibel oder gefühlslos, schroff, taktlos, geschäftsmäßig, dickhäutig.

FJs tragen Ihre Gefühle nach außen:

- Sie streben danach, zu anderen Menschen eine Beziehung aufzubauen.
- Sie wissen, was andere möchten und brauchen, und sind bereit, Ihnen das zu geben.
- Sie versuchen, anderen zu gefallen und Zustimmung zu bekommen.
- Sie bemühen sich häufig sehr stark um Harmonie.
- Sie sind oftmals charmant und charismatisch.
- Sie sind die kontaktfreudige Menschen und gute Redner.
- Sie können andere davon überzeugen, ihnen zu vertrauen und ihnen zu folgen.
- Sie haben eine starke körperliche Ausdrucksform.
- Sie neigen dazu, andere zu loben und zu beschuldigen.
- Sie sind sich ihres Äußeren meistens sehr bewußt.

Nr.52: INFP-Typ mit gelegentlichen E+T-Anteil

-	2	3	2
1 oder 2	-	-	-

Dominant ist das Fühlen: andere Menschen verstehen und auf sie eingehen.

NF: Idealist / Kommunikation mit NF's:

- Ich muß das mifühlende Wesen des Kunden ansprechen. Ich muß betonen, wie eine von mir vorgeschlagene Handlungsweise anderen Menschen nützt und besonders wie diese Handlungsweise langfristig dem körperlichen und/oder geistigen Wohlbefinden des Kunden dient. Ich muß ausdrücken, wie sehr ich an meine Idee bzw. meinen Vorschlag glaube und warum ich dafür soviel Begeisterung aufbringe. Ich muß eine harmonische und kooperative Beziehung zum Kunden anstreben und darf nicht dominant oder konkurrenzorientiert auftreten. Ich muß viel mit persönlichen Geschichten und Erfahrungen agumentieren und viele Beispiele und Metaphern benutzen. Ich muß versuchen die Freundschaft des Kunden zu gewinnen. Der Kunde wird sich nur dann bemühen meine Beraterargumente zu verstehen und ist nur dann bereit mit mir als Berater zu kooperieren oder Kompromisse einzugehen, wenn er persönlich eine positive Meinung von mir hat. Ich muß das Kundenbedürfnis nach seiner Einzigartigkeit und seiner Originalität ansprechen. Ich muß als Berater versuchen seine Neigung zu unkonventionellen und ungewöhnlichen Vorgehensweisen zu schätzen. Ich muß die Kreativität und die Phantasie des Kunden herausfordern. Häufig kann der Kunde gut persönliche oder zwischenmenschliche Probleme lösen. Ich muß dem Kunden meine persönlichen Gefühle mitteilen. Je mehr persönliche Informationen ich von mir gebe, desto enger wird meine Beziehung zum Kunden. Ich muß ernsthaft und aufrichtig sein. Der Kunde reagiert heftig negativ, wenn ich in seinen Augen nicht aufrichtig erscheine.

Geeignete Sätze für die INFP-Präsentation:

- Was sagt Ihnen Ihr Gefühl? Wie sollten wir uns entscheiden?
- Kann ich einmal etwas Persönliches mit Ihnen besprechen?
- Ich würde gerne einmal etwas über Ihr letztes Projekt hören.
- Kein Grund zur Eile. Lassen Sie sich einfach so viel Zeit, wie Sie brauchen.

INFPs sind die idealistischsten unter den Idealisten und werden von ihren tiefsten persönlichen Werten und ihrer individuellen Einstellung zur Welt angetrieben. Sie sind sanft, reserviert und sogar kühl gegenüber denen, die sie nicht kennen und denen sie nicht vertrauen, aber warmherzig, leidenschaftlich und besorgt, wenn es um Menschen und Dinge geht, die ihnen wichtig sind.

- Der gelegentliche E-Anteil bewirkt:
- E-Typen fühlen sich in Gesellschaft meistens wohler und unterhalten sich problemlos mit den anderen. E-Typen beginnen eher ein Gespräch mit anderen. E-Typen bevorzugen eher den

Mannschaftssport. E-Typen reden eher mehr, sind meistens lebhafter, denken eher laut, sprechen eher schneller und meistens laut, sind eher leicht abgelenkt, wechseln eher schneller das Thema, mögen eher gerne mit anderen Menschen zusammensein, stehen eher gerne im Mittelpunkt, handeln eher erst und denken dann, unterbrechen und beenden eher die Sätze ihrer Gesprächspartner, haben eher ein leidenschaftliches Auftreten. Ich sollte den Kunden reden und laut denken lassen. Ich sollte mit dem Kunden eher über eine Vielzahl verschiedener Themen sprechen. Ich sollte mit dem Kunden eher verbal kommunizieren. Der Kunde erwartet von mir sofortige Aktion. Ich sollte die Unterhaltung mit dem Kunden in Gang halten.

Der gelegentliche T-Anteil bewirkt:

- T-Typen verhalten sich anderen gegenüber kühler.
- T-Typen sind weniger freundlich.
- T-Typen zeigen weniger gern was sie fühlen.
- T-Typen sind eher emotional ausgeglichen.
- T-Typen machen seltener anderen Komplimente.
- T-Typen diskutieren gerne mehr.
- T-Typen wirken eher unsensibel oder gefühlslos, schroff, taktlos, geschäftsmäßig, dickhäutig.

FPs sind Menschen, die Ihre Gefühle für sich behalten:

- Sie haben ein sanftes und angenehmes Wesen. Sie bevorzugen Kooperation gegenüber der Konkurrenz und haben eher eine lockere Einstellung zum Leben.
- Sie haben tiefe Gefühle, die sie nur mit Ihnen sehr nahe stehenden Menschen teilen. Gleichzeitig können sie aber auch sehr sentimental sein.
- Sie sind überaus sensibel. Auch wenn sie nach außen hin sehr freundlich erscheinen, ändert sich ihre Stimmung manchmal sehr schnell.
- Wenn etwas danebengeht, neigen sie dazu, die Schuld eher bei sich selbst zu suchen, als andere zu beschuldigen.
- Sie sind im Umgang mit kleinen Alltagsproblemen flexibel, können jedoch zäh und dickköpfig sein, wenn es um Dinge geht, die etwas mit ihren eigenen Wertvorstellungen zu tun haben oder die ihnen persönlich besonders wichtig sind. Das kann dazu führen, daß sie sehr nachtragend sind, wenn sie sich verletzt fühlen.
- Sie äußern ihre Wertvorstellungen eher durch Handlungen als durch Worte.
- Sie achten nicht übermäßig auf ihr Erscheinungsbild. Es ist ihnen wichtiger, sich selbst zu gefallen als anderen. Sie sind häufig leger, manchmal sogar nachlässig gekleidet.
- Manchmal setzen Sie ihre eigene Leistung herab und sind sehr bescheiden. Es ist ihnen unangenehm in der Öffentlichkeit gelobt zu werden.

Nr.53: INFJ-Typ mit gelegentlichen E+S+T-Anteil

-	2	2	2
3	-	-	-

Dominant ist die intuitive Wahrnehmung: Möglichkeiten und Auswirkungen erkennen.

NF: Idealist / Kommunikation mit NF's:

- Ich muß das mifühlende Wesen des Kunden ansprechen. Ich muß betonen, wie eine von mir vorgeschlagene Handlungsweise anderen Menschen nützt und besonders wie diese Handlungsweise langfristig dem körperlichen und/oder geistigen Wohlbefinden des Kunden dient. Ich muß ausdrücken, wie sehr ich an meine Idee bzw. meinen Vorschlag glaube und warum ich dafür soviel Begeisterung aufbringe. Ich muß eine harmonische und kooperative Beziehung zum Kunden anstreben und darf nicht dominant oder konkurrenzorientiert auftreten. Ich muß viel mit persönlichen Geschichten und Erfahrungen argumentieren und viele Beispiele und Metaphern benutzen. Ich muß versuchen die Freundschaft des Kunden zu gewinnen. Der Kunde wird sich nur dann bemühen meine Beraterargumente zu verstehen und ist nur dann bereit mit mir als Berater zu kooperieren oder Kompromisse einzugehen, wenn er persönlich eine positive Meinung von mir hat. Ich muß das Kundenbedürfnis nach seiner Einzigartigkeit und seiner Originalität ansprechen. Ich muß als Berater versuchen seine Neigung zu unkonventionellen und ungewöhnlichen Vorgehensweisen zu schätzen. Ich muß die Kreativität und die Phantasie des Kunden herausfordern. Häufig kann der Kunde gut persönliche oder zwischenmenschliche Probleme lösen. Ich muß dem Kunden meine persönlichen Gefühle

mitteilen. Je mehr persönliche Informationen ich von mir gebe, desto enger wird meine Beziehung zum Kunden. Ich muß ernsthaft und aufrichtig sein. Der Kunde reagiert heftig negativ, wenn ich in seinen Augen nicht aufrichtig erscheine.

INFJs sind die begriffsorientierten Idealisten. Sie sind kreativ, schöpferisch und komplex, aber gleichzeitig eher formell und reserviert und von tiefsten inneren Überzeugungen angetrieben, die ihre Handlungen und Entscheidungen erheblich beeinflussen. Sie können sehr zielstrebig sein und haben ein sehr ausgeprägtes Bedürfnis, ihre Ziele auch zu erreichen.

Der gelegentliche E-Anteil bewirkt:

- E-Typen fühlen sich in Gesellschaft meistens wohler und unterhalten sich problemlos mit den anderen. E-Typen beginnen eher ein Gespräch mit anderen. E-Typen bevorzugen eher den Mannschaftssport. E-Typen reden eher mehr, sind meistens lebhafter, denken eher laut, sprechen eher schneller und meistens laut, sind eher leicht abgelenkt, wechseln eher schneller das Thema, mögen eher gerne mit anderen Menschen zusammensein, stehen eher gerne im Mittelpunkt, handeln eher erst und denken dann, unterbrechen und beenden eher die Sätze ihrer Gesprächspartner, haben eher ein leidenschaftliches Auftreten. Ich sollte den Kunden reden u. laut denken lassen. Ich sollte mit dem Kunden eher über eine Vielzahl verschiedener Themen sprechen. Ich sollte mit dem Kunden eher verbal kommunizieren. Der Kunde erwartet von mir sofortige Aktion. Ich sollte die Unterhaltung mit dem Kunden in Gang halten.

Der gelegentliche S-Anteil bewirkt:

S-Typen kommunizieren unkomplizierter und direkter. S-Typen konzentrieren sich mehr auf Fakten und Details. S-Typen sprechen eher kürzere Sätze. Sie sind eher nüchtern und ökonomisch. S-Typen lesen eher Sach- und Fachbücher. S-Typen haben mehr Bezug zur Gegenwart und Vergangenheit als zur Zukunft. S-Typen denken mehr einen Gedanken nach dem anderen.

Der gelegentliche T-Anteil bewirkt:

- T-Typen verhalten sich anderen gegenüber kühler. - T-Typen sind weniger freundlich. - T-Typen zeigen weniger gern was sie fühlen. - T-Typen sind eher emotional ausgeglichen. - T-Typen machen seltener anderen Komplimente. - T-Typen dikutieren gerne mehr. - T-Typen wirken eher unsensibel oder gefühlslos, schroff, taktlos, geschäftsmäßig, dickhäutig.

FJs tragen Ihre Gefühle nach außen:

- Sie streben danach, zu anderen Menschen eine Beziehung aufzubauen. Sie wissen, was andere möchten und brauchen, und sind bereit, Ihnen das zu geben. Sie versuchen, anderen zu gefallen und Zustimmung zu bekommen. Sie bemühen sich häufig sehr stark um Harmonie.
- Sie sind oftmals charmant und charismatisch. Sie sind die kontaktfreudige Menschen und gute Redner. Sie können andere davon überzeugen, ihnen zu vertrauen und ihnen zu folgen.
- Sie haben eine starke körperliche Ausdrucksform. Sie neigen dazu, andere zu loben und zu beschuldigen. Sie sind sich ihres Äußeren meistens sehr bewußt.

Nr.54: INFP-Typ mit gelegentlichen E+S+T-Anteil

-	2	2	2
1 oder 2	-	-	-

Dominant ist das Fühlen: andere Menschen verstehen und auf sie eingehen.

NF: Idealist / Kommunikation mit NF's:

- Ich muß das mifühlende Wesen des Kunden ansprechen. Ich muß betonen, wie eine von mir vorgeschlagene Handlungsweise anderen Menschen nützt und besonders wie diese Handlungsweise langfristig dem körperlichen und/oder geistigen Wohlbefinden des Kunden dient. Ich muß ausdrücken, wie sehr ich an meine Idee bzw. meinen Vorschlag glaube und warum ich dafür soviel Begeisterung aufbringe. Ich muß eine harmonische und kooperative Beziehung zum Kunden anstreben und darf nicht dominant oder konkurrenzorientiert auftreten. Ich muß viel mit persönlichen Geschichten und Erfahrungen argumentieren und viele Beispiele und Metaphern benutzen. Ich muß versuchen die Freundschaft des Kunden zu gewinnen. Der Kunde wird sich nur dann bemühen meine Beraterargumente zu verstehen und ist nur dann bereit mit mir als Berater zu kooperieren oder Kompromisse einzugehen, wenn er persönlich eine positive Meinung von mir hat. Ich muß das Kundenbedürfnis nach seiner Einzigartigkeit und seiner Originalität ansprechen. Ich muß als Berater versuchen seine Neigung zu unkonventionellen und ungewöhnlichen Vorgehensweisen zu schätzen. Ich muß die Kreativität und die Phantasie des Kunden herausfordern. Häufig kann der Kunde gut persönliche oder

zwischenmenschliche Probleme lösen. Ich muß dem Kunden meine persönlichen Gefühle mitteilen. Je mehr persönliche Informationen ich von mir gebe, desto enger wird meine Beziehung zum Kunden. Ich muß ernsthaft und aufrichtig sein. Der Kunde reagiert heftig negativ, wenn ich in seinen Augen nicht aufrichtig erscheine.

Geeignete Sätze für die INFP-Präsentation:

- Was sagt Ihnen Ihr Gefühl? Wie sollten wir uns entscheiden?
- Kann ich einmal etwas Persönliches mit Ihnen besprechen?
- Ich würde gerne einmal etwas über Ihr letztes Projekt hören.
- Kein Grund zur Eile. Lassen Sie sich einfach so viel Zeit, wie Sie brauchen.

INFPs sind die idealistischsten unter den Idealisten und werden von ihren tiefsten persönlichen Werten und ihrer individuellen Einstellung zur Welt angetrieben. Sie sind sanft, reserviert und sogar kühl gegenüber denen, die sie nicht kennen und denen sie nicht vertrauen, aber warmherzig, leidenschaftlich und besorgt, wenn es um Menschen und Dinge geht, die ihnen wichtig sind.

Der gelegentliche E-Anteil bewirkt:

- E-Typen fühlen sich in Gesellschaft meistens wohler und unterhalten sich problemlos mit den anderen. E-Typen beginnen eher ein Gespräch mit anderen. E-Typen bevorzugen eher den Mannschaftssport. E-Typen reden eher mehr, sind meistens lebhafter, denken eher laut, sprechen eher schneller und meistens laut, sind eher leicht abgelenkt, wechseln eher schneller das Thema, mögen eher gerne mit anderen Menschen zusammensein, stehen eher gerne im Mittelpunkt, handeln eher erst und denken dann, unterbrechen und beenden eher die Sätze ihrer Gesprächspartner, haben eher ein leidenschaftliches Auftreten. Ich sollte den Kunden reden und laut denken lassen. Ich sollte mit dem Kunden eher über eine Vielzahl verschiedener Themen sprechen. Ich sollte mit dem Kunden eher verbal kommunizieren. Der Kunde erwartet von mir sofortige Aktion. Ich sollte die Unterhaltung mit dem Kunden in Gang halten.

Der gelegentliche S-Anteil bewirkt:

- S-Typen kommunizieren unkomplizierter und direkter. S-Typen konzentrieren sich mehr auf Fakten und Details. S-Typen sprechen eher kürzere Sätze. Sie sind eher nüchtern und ökonomisch. S-Typen lesen eher Sach- und Fachbücher. S-Typen haben mehr Bezug zur Gegenwart und Vergangenheit als zur Zukunft. S-Typen denken mehr einen Gedanken nach dem anderen.

Der gelegentliche T-Anteil bewirkt:

- T-Typen verhalten sich anderen gegenüber kühler. T-Typen sind weniger freundlich.
- T-Typen zeigen weniger gern was sie fühlen. T-Typen sind eher emotional ausgeglichen.
- T-Typen machen seltener anderen Komplimente. T-Typen dikutieren gerne mehr.
- T-Typen wirken eher unsensibel oder gefühlslos, schroff, taktlos, geschäftsmäßig, dickhäutig.

FPs sind Menschen, die Ihre Gefühle für sich behalten:

- Sie haben ein sanftes und angenehmes Wesen. Sie bevorzugen Kooperation gegenüber der Konkurrenz und haben eher eine lockere Einstellung zum Leben.
- Sie haben tiefe Gefühle, die sie nur mit Ihnen sehr nahe stehenden Menschen teilen. Gleichzeitig können sie aber auch sehr sentimental sein.
- Sie sind überaus sensibel. Auch wenn sie nach außen hin sehr freundlich erscheinen, ändert sich ihre Stimmung manchmal sehr schnell.
- Wenn etwas danebengeht, neigen sie dazu, die Schuld eher bei sich selbst zu suchen, als andere zu beschuldigen.
- Sie sind im Umgang mit kleinen Alltagsproblemen flexibel, können jedoch zäh und dickköpfig sein, wenn es um Dinge geht, die etwas mit ihren eigenen Wertvorstellungen zu tun haben oder die ihnen persönlich besonders wichtig sind. Das kann dazu führen, daß sie sehr nachtragend sind, wenn sie sich verletzt fühlen.
- Sie äußern ihre Wertvorstellungen eher durch Handlungen als durch Worte.
- Sie achten nicht übermäßig auf ihr Erscheinungsbild. Es ist ihnen wichtiger, sich selbst zu gefallen als anderen. Sie sind häufig leger, manchmal sogar nachlässig gekleidet.
- Manchmal setzen Sie ihre eigene Leistung herab und sind sehr bescheiden. Es ist ihnen unangenehm in der Öffentlichkeit gelobt zu werden.