OHNE NARZISSMUS KEIN CHARISMA

Warum wir uns als souveräne Vortragsredner:innen ein bisschen mehr selbst lieben sollten.

VON **THOMAS A. COUCOULIS**

„Ich liebe mich, denn ich bin immer für mich da." Diese Textzeile sang die Band „Basis" im Jahr 1998. In dem Jahr, als ich zum ersten Mal auf einer Bühne stand. Damals wusste ich noch nicht, dass für ein charismatisches Auftreten als Vortragsredner eine gelebte Selbstliebe unerlässlich ist. Die Aufregung überwog in diesem Moment und ich konzentrierte mich darauf, nicht von der Bühne zu fallen und dabei auch noch ein paar gerade Sätze rauszubringen. Über 26 Jahre und unzählige Auftritte später weiß ich, dass man auf der Bühne nicht mit seiner Persönlichkeit überzeugen kann, wenn man diese selbst nicht mag. Und zwar nicht nur an der Oberfläche.
Bei mir war das damals die Problematik. Ich war mit mir selbst unzufrieden, mit meinem Körper, mit meiner Performance, mit dem Gesamtbild, das ich abgab. Mein eigener Perfektionismus war die Hürde, die ich nicht überwinden konnte, der Stolperstein, an dem mein Selbstbild immer wieder strauchelte. Der perfekte Vortrag, die makellose Moderation, das war immer mein Ziel. Ein Ziel, das ich niemals erreicht habe.
Und dennoch wollte ich nicht auf die Bühne verzichten, denn sie zog mich magisch an. Nicht zuletzt, weil ich dieses Gefühl „on stage" so sehr genossen habe.

Wer ist eigentlich dieser Narzisst?

Das klingt ein kleines bisschen narzisstisch. Nach einem, der die Bestätigung durch den Applaus braucht, dabei aber selbst mit sich unzufrieden ist. Doch wie definiert sich Narzissmus eigentlich genau?
Zunächst mal müssen wir unterscheiden zwischen dem Alltags-Narzissmus, also der Bedeutungsebene des Narzissmus-Begriffs, wie sie im Volksmund gebräuchlich ist, und dem

klinisch-pathologischen Narzissmus, wie er im ICD, der *International Classification of Diseases* durch die WHO codiert ist.
Wenn im Volksmund über einen Menschen gesagt wird, sein Verhalten sei narzisstisch, ist damit in der Regel gemeint, dass sich jemand gerne in den Mittelpunkt stellt und die Aufmerksamkeit und den Applaus genießt. Manchmal soll damit auch zum Ausdruck gebracht werden, dass jemand sehr überzeugt von sich ist und sich auch nicht scheut, dies vor anderen kundzutun.
Zu den Symptomen gehören unter anderem das Gefühl der eigenen Wichtigkeit, der Glaube, etwas Besonderes zu sein, und der Wunsch nach Bewunderung.
An dieser Stelle kann man sich die Frage stellen: Na und? Ist es nicht genau das, was einen guten Vortragsredner ausmacht? Wenn ich mich mit meiner Botschaft nicht für wichtig halte und nicht den Wunsch habe, diese der Welt zu präsentieren, wenn ich nicht glaube, dass ich selbst etwas Besonderes bin und dadurch die Möglichkeit habe, eine Veränderung in der Welt zu bewirken, und wenn ich für meine Bemühungen keine verdiente Anerkennung möchte, warum sollte ich dann überhaupt auf eine Bühne gehen? Das ergibt wenig Sinn.
Betrachtet man weitere Symptome, die zu einer Narzissmus-Diagnose führen können, sieht es schon wieder anders aus: Egozentrik, Neid und Empathielosigkeit gehören ebenfalls in den Symptom-Katalog und sind sehr wohl hinderlich bei der Keynote Speech. Wenn es mir bei meinem Vortrag nur um meine Selbstdarstellung geht und ich mich nicht in den Dienst des Publikums stelle, wenn ich neidisch bin auf andere Vortragende oder Expert:innen aus meiner Bubble, anstatt mich mit ihnen auszutauschen und von ihnen zu lernen, und wenn ich durch mangelnde Empathie überhaupt nicht in der Lage bin, mit dem Publikum in Kontakt zu gehen, dann wird mein Bühnenauftritt nur problematisch, nicht charismatisch.

Wenn ich mich mit meiner Botschaft nicht für wichtig halte, warum sollte ich dann überhaupt auf eine Bühne gehen?

Selbstwert ist Geld wert

Ein Aspekt wurde bisher noch gar nicht beleuchtet: die Absenz von Selbstwert und damit der essenziellen Basis echter Selbstliebe.
Wenn ich mich selbst nicht liebe, kann ich keine authentisch-charismatische Rednerpersönlichkeit werden. Denn wenn ich mich auf den Ebenen meiner Identität, meiner Mission und meiner Vision nicht wertschätze und von meinem Inneren überzeugt bin, wie soll ich das glaubwürdig ins Außen transportieren?
Nun gibt es beim Thema Selbstliebe nicht nur Schwarz und Weiß und ein bisschen ist hier auch der Weg das Ziel. Doch wenn ich mich und meine Ideen komplett ablehne, werde ich andere nicht wirklich dafür begeistern können.
Wir halten also fest, dass die zuerst genannten, deutlich unproblematischeren Symptome aus dem psychopathologischen Blickwinkel weitgehend mit den Aspekten des im Volksmund genutzten Narzissmus-Begriffs übereinstimmen. Insbesondere diese Symptome gelten als sozial unerwünscht und werden Kindern gezielt aberzogen und bei Erwachsenen mit negativem Feedback geahndet. Dabei sind diese Symptome beziehungsweise Qualitäten gleichzeitig eine unerlässliche Komponente charismatischen Auftretens bei Vortragsredner:innen. Entscheidend ist, in welchem Ausmaß sie vorkommen.
Interessant ist in diesem Kontext die Betrachtung von drei Coaching-Fällen, die ich in den vergangenen Jahren betreut habe – natürlich in anonymisierter Form.

Fallstudie 1: Die Introvertierte

Als Katharina, Führungskraft in einem großen Konzern, zu mir ins Coaching kommt, weiß sie genau, wo sie hinwill – auf die Bühne. Allerdings zweifelt sie, ob sie dort wirklich hingehört, denn sie bezeichnet sich selbst als introvertierte Persönlichkeit und ein bisschen „nerdig“. Sie hat zu Beginn des Coachings bereits Vorträge gehalten und dafür auch positives Feedback erhalten, dennoch fühlt sie sich in sich selbst unsicher in Vortragssituationen, da sie sich im Vergleich mit anderen als nicht so laut, präsent und witzig wahrnimmt. Sie befürchtet, sie müsse sich verstellen, um der sozialen Erwartungshaltung ihres Umfelds an ihre Vorträge gerecht zu werden.
Tatsächlich liegt der Schlüssel zu ihrer charismatischen Wirkung jedoch woanders, nämlich im Loslassen ihrer alten Glaubenssätze und Blockaden und der liebevollen Akzeptanz ihrer Persönlichkeit. Indem sie realisiert, dass sie sich nicht verstellen muss, um wirkungsvoll aufzutreten, hat sie keinen inneren Konflikt mehr im Hinblick auf ihre Außenwirkung und kann sich entspannt und authentisch zeigen.
Dadurch entfaltet sie ihr volles Potenzial und erhält schon während des Coachingprozesses mehrere Einladungen zu internationalen Kongressen sowie zu branchenrelevanten Podcasts, wo sie sich mit ihrer Expertise präsentiert. Ihr Unternehmen fördert sie und entwickelt sie zur Corporate Influencerin weiter und platziert sie gezielt bei medienwirksamen Veranstaltungen. Doch auch unabhängig von ihrem Arbeitgeber wird Katharina in ihrem Bereich immer mehr als

Eine Prise Narzissmus ist das Salz der charismatischen Performance-Suppe.

Expertin wahrgenommen und baut sich dadurch ihre eigene charismatische Personal Brand auf.

Fallstudie 2: Der Ambitionierte

Ferdinand ist selbstständig und darüber hinaus in einer sozialen Organisation tätig. Er möchte sein Engagement dort ausbauen und höhere Ämter mit mehr Einfluss erreichen, um so noch mehr Möglichkeiten der Einflussnahme auf soziale Projekte zu haben, die ihm wirklich wichtig sind. Er hat keine Angst vor der Bühne, im Gegenteil, er liebt das Rampenlicht und fühlt sich dort wohl. Er ist gleichzeitig auch diskussionsfreudig und konfrontativ und möchte durch das Coaching lernen, etwas kontrollierter in solchen Situationen aufzutreten, da sein Vorankommen in der Organisation durch seine temperamentvolle Art negativ beeinflusst werden könnte.
Die Annahme, dass es bei seinem manchmal etwas forschen Auftreten nur um seine Leidenschaft für das Thema geht, ist dabei nur ein Teil der Ursache. Er hat durch seine Sozialisation Erfahrungen gemacht, die in ihm den Glaubenssatz „Angriff ist die beste Verteidigung“ geprägt haben. Damit schießt er in diesem Kontext jedoch über das Ziel hinaus und sein Verhalten kostet ihn Sympathiepunkte.
Durch das Coaching lernt Ferdinand nicht nur, seine Emotionen in Vortragssituationen und den anschließenden Diskussionsrunden zu kontrollieren, er kann auch besser auf sein Gegenüber eingehen, wenn er sich nicht im Verteidigungsmodus befindet. Dadurch gelingt ihm die interne Weiterentwicklung in der Organisation und das Erreichen eines höheren Amts.

Fallstudie 3: Der Rationale

Als Daniel mit seinem Unternehmen ein großes Videoprojekt plant, kommt er ins Coaching, um sich auf ein paar kleinere Sprech-Parts vorzubereiten, die er im Rahmen der Produktion übernehmen soll. Er soll eine Art Sidekick für die angefragte Moderatorin sein, um so als Experte noch etwas mehr thematische Tiefe in die Inhalte zu bringen.
Daniel hält sich selbst für kompetent genug, dieser Expertenrolle gerecht zu werden, glaubt jedoch gleichzeitig, dass er eher der „Typ für den Hintergrund“ sei. Er hält regelmäßig Vorträge und war auch schon in Videoproduktionen aktiv, meint allerdings, andere könnten das einfach besser.
Die eigentliche Ursache ist jedoch, dass ihm bisher schlichtweg das rhetorische Handwerkszeug fehlte, um sich und seine Expertise souverän zu präsentieren.
Im Coaching entwickelt Daniel durch die Arbeit an seinen Skills zunehmend Spaß an der Rolle des Experten-Moderators und entscheidet sich kurzerhand, der ursprünglich angefragten Moderatorin abzusagen und die Inhalte komplett allein zu präsentieren.
Die Produktion verläuft dank intensiver Vorbereitung und der Coaching-Begleitung am Set nicht nur reibungslos und überpünktlich, die Erwartungen an Daniels Performance werden auch noch weit übertroffen und er tritt im Nachgang immer häufiger in die Öffentlichkeit und wird sichtbar. Sein Unternehmen bekommt dadurch ein Gesicht und wird mehr und mehr zur Personal Brand weiterentwickelt.

Die Charisma-Kurve

Alle drei in den Fallstudien genannten Personen haben eine Sache gemeinsam. Sie sind empathiefähig, können Kritik annehmen und haben einen *gesunden* Grundselbstwert. Sie handeln nicht egozentrisch oder größenwahnsinnig und stellen ihre Bedürfnisse auch nicht über die von anderen. Damit sind sie per Definition des ICD nicht pathologisch-narzisstisch. In den oben genannten gesunden narzisstischen Symptomen sind sie unterschiedlich ausgeprägt. Wenn wir diese als Gruppe von Qualitäten verstehen, die ein souveränes und wirkungsstarkes Auftreten bedingen, ist Katharina eher unteraktiviert, Ferdinand eher überaktiviert und Daniel im unteren bis mittleren Bereich, mit der Besonderheit, dass ihm das rhetorisch-technische Handwerkszeug vor dem Coaching-Prozess fehlte.
Charismatisches Auftreten beim Expertenvortrag entsteht dann, wenn wir uns, auf Basis rhetorisch-technischer Kompetenz, im Mittel bewegen. Man kann sich die Aktivierungskurve von Unter- zur Überaktivierung wie eine Gaußsche Normalverteilung denken, bei der in der Mitte der höchste Punkt liegt. Hier befindet sich der „Charisma-Sweetspot“, der uns die maximal präsente Außenwirkung bei gleichzeitig größtmöglichem Rapport-Potenzial sichert. Eine stärkere Aktivierung wäre zwar präsent, würde uns jedoch Sympathiepunkte kosten, eine schwächere Aktivierung kann zwar

Save the Dates!

Words that ChangeMinds

Shelle Rose Charvet's neues Live Online
LAB Profile® Consultant/Trainer/Coach 2025 Certification Program

"Ich habe meinen Traum verwirklicht, das LAB Profile® zum zentralen Bestandteil meines Angebotes als Trainer zu machen. Dieses Programm hat mir den mit Abstand größten Return on Investment gebracht.
Ich bin so erfolgreich damit, dass ich komplett ausgebucht bin." - David Klaasen, UK

Datum: **13.-15., 20.-22. und 27.-29. August 2025 (9 Tage)**
Preis: USD 3.490,- / **Super Early Bird bis 31. Dezember 2024 – USD 2.792,-**

Für mehr Info besuch uns auf *labprofilecertification.com* Fragen? Schreib uns: *shelle@wordsthatchangeminds.com*

stärker im Rapport sein, allerdings haben wir dabei nicht so eine starke Präsenz.
Wir sollten also versuchen, auf der Charisma-Kurve in der Mitte zu bleiben und damit im gesunden narzisstischen Mittelmaß. Ein wenig aktive Schwingungsfähigkeit nach links und rechts kann durchaus hilfreich sein, wenn wir uns mal stärker positionieren oder mal eher rapportorientiert zeigen wollen.
Wichtig ist bei der Arbeit mit der Charisma-Kurve lediglich, dass im Vorfeld sichergestellt ist, dass kein pathologischer Narzissmus vorliegt.

„Start with the I."

Noch bevor wir gemäß Simon Sinek nach dem *Warum* fragen, sollten wir also erst mal in die Selbstreflexion gehen und abklären, wie narzisstisch wir sind, und damit, wie wirkungsvoll wir unser *Warum* in die Welt bringen können. Im gesunden narzisstischen Mittelmaß gelingt uns das mit dem entsprechenden rhetorischen Handwerkszeug dann nicht nur mit einer authentischen und natürlichen Leichtigkeit, sondern auch mit dem nötigen Charisma, um unsere Einzigartigkeit als Experte oder Expertin herauszustellen. Damit werden wir automatisch zur Personal Brand und vermeiden, ganz un-narzisstisch, die größte Gefahr als Vortragsredner:in – die Austauschbarkeit. Eine Prise Narzissmus ist das Salz der charismatischen Performance-Suppe, also machen Sie es wie Ilsebill in Günter Grass' Roman „Der Butt": Salzen Sie nach – es soll ja schließlich schmecken.

© privat

Dr. Thomas A. Coucoulis
Als der Rampenpfau hilft er Unternehmer:innen und Führungskräften, ihren Expertenstatus durch souveräne Vorträge auf der Bühne und vor der Kamera zu kommunizieren und dadurch zur Personal Brand zu werden.
https://rampenpfau.de