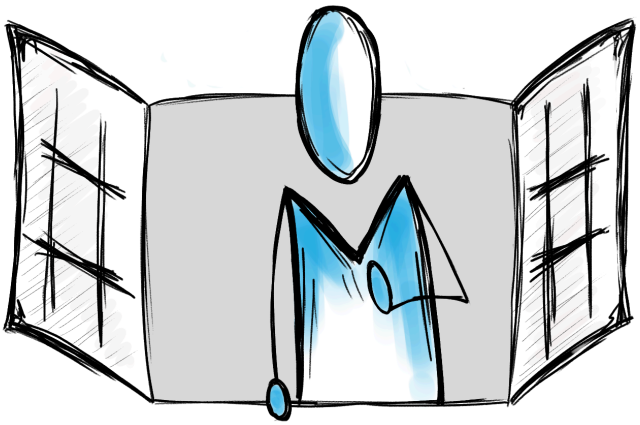
Workbook zu

Johari-Fenster

Praxisnutzen:

Mit dem Johari-Fenster als Hilfsmittel kannst Du die Selbst- und Fremdwahrnehmung besser reflektieren.



Shortcut **2**
Die Theorie **3**
Die Öffentliche Person 4
Mein Geheimnis 4
Unentdecktes 5
Blinder Fleck 5
Bereiche beeinflussen **6**
Übung: Anwendung durch Johari-Adjektive 8
Johari im Firmenkontext **9**

© Improwe Consulting GmbH

Shortcut

Hast Du Dich nach einer Unterhaltung mit einer anderen Person auch schon mal gewundert, dass sie so oder so anders **über Dich denkt**? Dabei kennt Ihr Euch vielleicht schon länger. Oder hast Du neulich erst ganz zufällig ein Talent bei Dir entdeckt, welches Dir bis dahin noch gar **nicht bewusst** war? Vielleicht ist es Dir bisher auch gar nicht aufgefallen und Du reflektierst es jetzt beim Lesen dieser Zeilen. Damit es in Zukunft einfacher und greifbarer für Dich wird, Dich **selbst einzuschätzen** und ganz nebenbei Dich auch noch **persönlich weiterzuentwickeln und zu wachsen**, haben wir für Dich kurz das sogenannte “Johari-Fenster” erklärt.

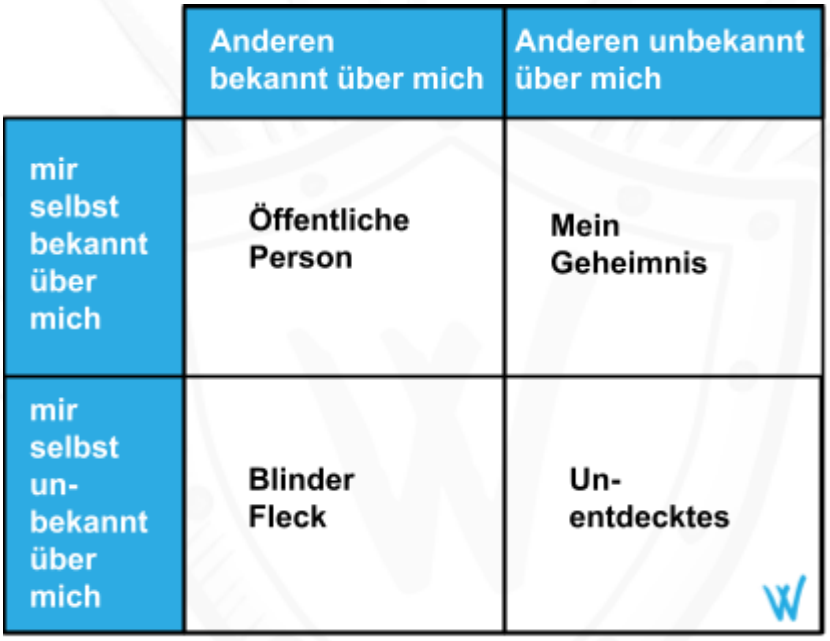
- Das Johari-Fenster **veranschaulicht** in einem Vierfelder-Gitter **bewusste und unbewusste Informationen** wie z.B. Persönlichkeitsmerkmale, Eigenschaften und Verhaltensweisen.
- Es kann als **Methode zur Selbstreflexion** genutzt werden und zum **besseren Verständnis über Selbst- und Fremdwahrnehmung** führen.
- Es erklärt gut den **Nutzen für Feedback,** durch welches Deine **öffentliche Person wachsen** kann und **Blinde Flecken** in Bezug auf Deine eigene Wahrnehmung **reduziert** werden können.

Erkennst Du Dich in der Anfangsfrage wieder? **Fallen Dir Situationen dazu ein?**

© Improwe Consulting GmbH

Die Theorie

Das Johari-Fenster wurde von **Joseph Luft und Harry Ingham** in den 1950er-Jahren entwickelt und gilt als **Instrument zur Reflexion von Selbst- und Fremdwahrnehmung**. Es visualisiert durch ein Vierfelder-Gitter, welche Informationen über eine Person bewusst und unbewusst und bekannt und unbekannt sind. Sie gehen davon aus, dass Kommunikation besser gelingt, wenn Selbst- und Fremdbild so nah wie möglich beieinander liegen.

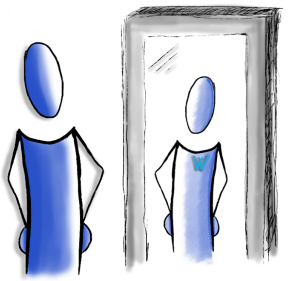


Was weißt Du schon über **Deine Wirkung nach außen**?

© Improwe Consulting GmbH

Die Öffentliche Person

Mir bekannt und anderen bekannt - also eine für alle sichtbare Information einer Person. Das kann zum Beispiel Dein Verhalten, Deine Fähigkeiten, Talente, Denkweisen und Persönlichkeitseigenschaften sein. Die öffentliche Person entsteht durch Dinge, die wir bereitwillig preisgeben oder selbstbewusst durch unser Verhalten anderen zeigen.



Beispiele (füge eigene hinzu):

- Auf der Arbeit besitzt Du Expertise für einen bestimmten Bereich.
- Du trinkst lieber Tee als Kaffee.
-
-
-
-
-

Mein Geheimnis

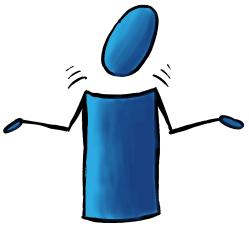
Nur mir bekannt, nicht anderen. Dies sind Deine “Geheimnisse” oder einfach die Dinge, die andere Personen (noch) nicht von Dir wissen. Vielleicht sind es vermeintliche Schwächen von Dir, Wertvorstellungen, Ansichten oder intime Wünsche und Ängste, die Du nicht bereit bist zu teilen (oder nur Deinen engsten Menschen). Je größer Dein Vertrauen zu Deinem Gegenüber ist, desto kleiner kann dieser Bereich sein.

Beispiele:

- Beziehungsstreit zuhause, der Dich auf der Arbeit belastet.
- Ablehnung der Weltanschauung Deines religiösen Trägers, die Du jedoch nicht nach außen tragen darfst.
- Heimliche Leidenschaft für Schlagermusik.

© Improwe Consulting GmbH

Unentdecktes

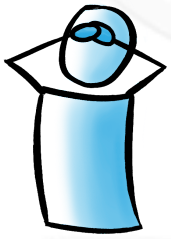


Unbekannt für uns und andere - dies können versteckte Talente sein oder auch Verhalten, was wir so von uns noch nicht kennen, weil wir vielleicht noch nicht die Situation erlebt haben und dementsprechend nicht wissen können, wie wir reagieren werden. Oder es sind Dinge, die wir noch nicht ausprobiert haben und Erfahrungen, die wir noch nicht gemacht haben.

Beispiel:

- Eine unentdeckte Leidenschaft für finnische Volksmusik
- Verborgene Führungsqualitäten
- Ein gutes Reaktionsvermögen in Notsituationen

Blinder Fleck



Uns unbekannt und den anderen aber bekannt, bzw. sichtbar. Dies ist eine für uns unbewusste Außenwirkung, die wir entweder noch nicht zurückgemeldet bekommen haben oder uns davor verschließen. Die eigene Wahrnehmung weicht hier also von der Fremdwahrnehmung ab und kann so zu Missverständnissen führen. Oft handelt es sich dabei auch um kleine Details, die das Umfeld wahrnimmt, wie zum Beispiel Mimik, Gestik und Körpersprache.

Beispiele:

- Deine Freunde schätzen Deine kommunikative Art - Du selbst denkst oft von Dir, dass Du zu viel redest.
- Du wirkst auf andere zielstrebig und selbstbewusst, während Du nur selbst weißt, wie oft Du mit Dir haderst und kämpfst, bevor Du etwas entscheidest oder unternimmst.
- Die anderen denken von dir, dass Du schlecht gelaunt bist und grimmig guckst, dabei hast Du Deine Brille vergessen und kneifst deswegen Deine Augen zusammen.

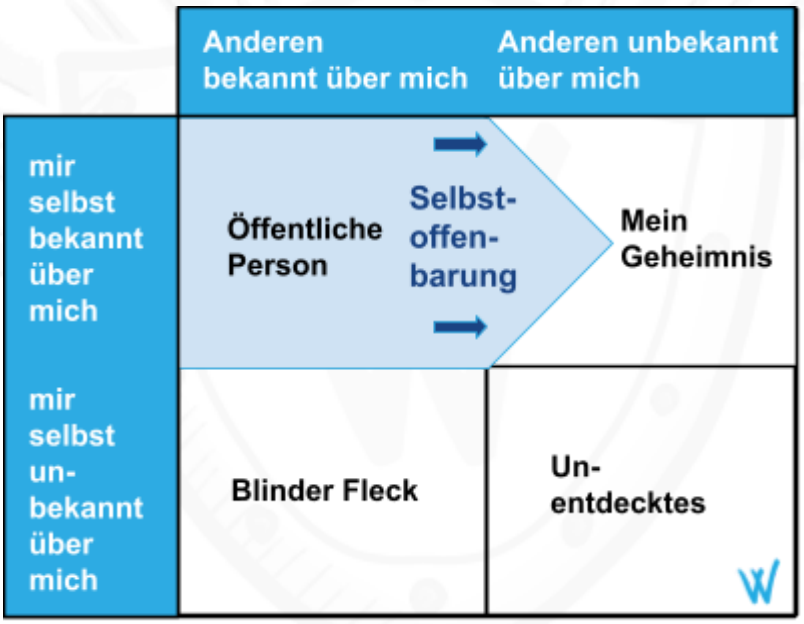
Das Johari-Fenster ist nicht starr, sondern flexibel. **Kannst Du Dir vorstellen, durch was die einzelnen Felder sich vergrößern bzw. schrumpfen können?**

© Improwe Consulting GmbH

Bereiche beeinflussen

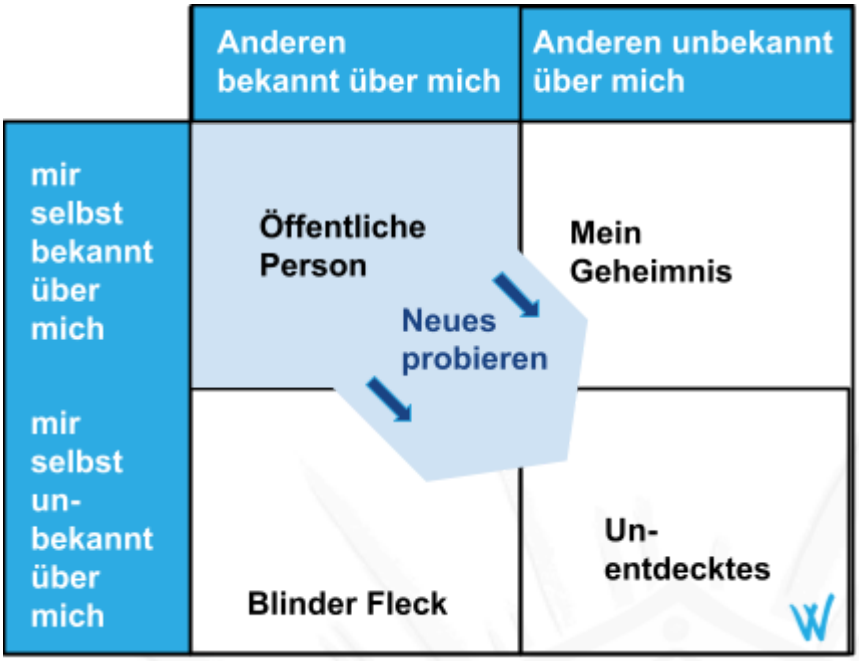
Für das eigene persönliche Wachstum und eine bessere Kommunikation mit der Umwelt ist es von Vorteil, sich selbst gut zu kennen und seine öffentliche Person zu erweitern. Betrachtet man das Modell des Johari-Fensters, geht es darum, das **Feld der öffentlichen Person zu erweitern** und somit die anderen Felder kleiner werden zu lassen. Dies kannst Du durch verschiedene Dinge erreichen, die mit unterschiedlichen Zielen und Richtungen einhergehen.

Eine Möglichkeit besteht in der **Selbstoffenbarung**. Das heißt, andere an seinem eigenen Befinden, Gedanken, Gefühlen und Ansichten teilhaben zu lassen. Du kannst es als Übung ansehen, anderen Menschen in Deinem näheren Umfeld zu vertrauen und selbstbewusst mit Dir und Deinen Geheimnissen umzugehen. So können Dich andere besser einschätzen und auch besser auf Dich eingehen oder reagieren. Sie kennen Deine Erwartungen oder Einstellungen.

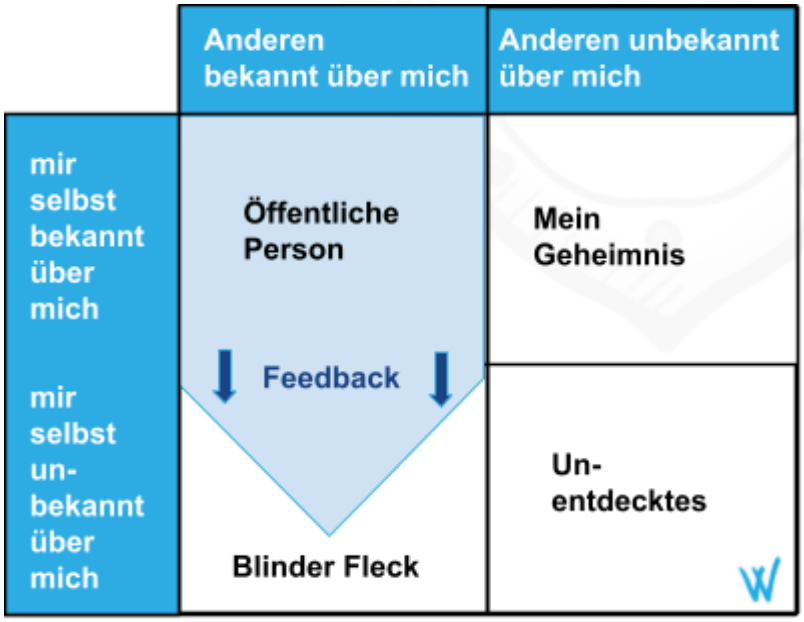


Für Dein persönliches Wachstum ist es auch interessant, Deinen noch unentdeckten Bereich zu entdecken. Dies kannst Du erreichen, indem Du neue Dinge ausprobierst und aus Deiner Komfortzone trittst.

© Improwe Consulting GmbH



Eine weitere Möglichkeit ist, sich von Deiner Umgebung regelmäßig **Feedback** einzufordern. Dadurch kannst Du Deinen blinden Fleck verkleinern und mehr über Deine Außenwirkung erfahren. So nähern sich Dein Selbst- und Fremdbild aneinander an. Wenn Du Dir Feedback holst, sorge für eine störungsfreie und entspannte Atmosphäre und versuche eine offene Haltung zu bewahren.



© Improwe Consulting GmbH

Übung: Anwendung durch Johari-Adjektive

Falls Du schon jetzt gleich loslegen willst und Deine öffentliche Person erweitern möchtest, haben wir hier die perfekte Übung für Dich! Du solltest Dir dafür einen Partner suchen, die dasselbe Ziel hat.

Ihr nehmt euch nun jeder für sich die Liste vor und markiert euch im ersten Schritt 5-7 Adjektive, die zu Euch selbst passen. Im zweiten Schritt markiert ihr mit einer anderen Farbe 5-7 Adjektive, die zum Partner passen. Denkt daran, im Anschluss behutsam und sensibel mit der anderen Person darüber zu sprechen.

o akzeptierend	o geschickt	o mächtig	o sentimental
o albern	o genial	o mitfühlend	o spontan
o angespannt	o glücklich	o nachdenklich	o still
o anpassungsfähig	o großzügig	o nervös	o stolz
o aufmerksam	o heiter	o nett	o suchend
o bescheiden	o hilfreich	o organisiert	o tapfer
o bestimmt	o idealistisch	o reaktionsschnell	o unabhängig
o energievoll	o intelligent	o reif	o verlässlich
o entspannt	o introvertiert	o religiös	o vernünftig
o extrovertiert	o kompetent	o ruhig	o vertrauenswürdig
o fähig	o komplex	o scheu	o warmherzig
o freundlich	o kühn	o schlau	o weise
o fürsorglich	o liebevoll	o selbstbewusst	o witzig
o geduldig	o logisch	o selbstsicher	o würdevoll

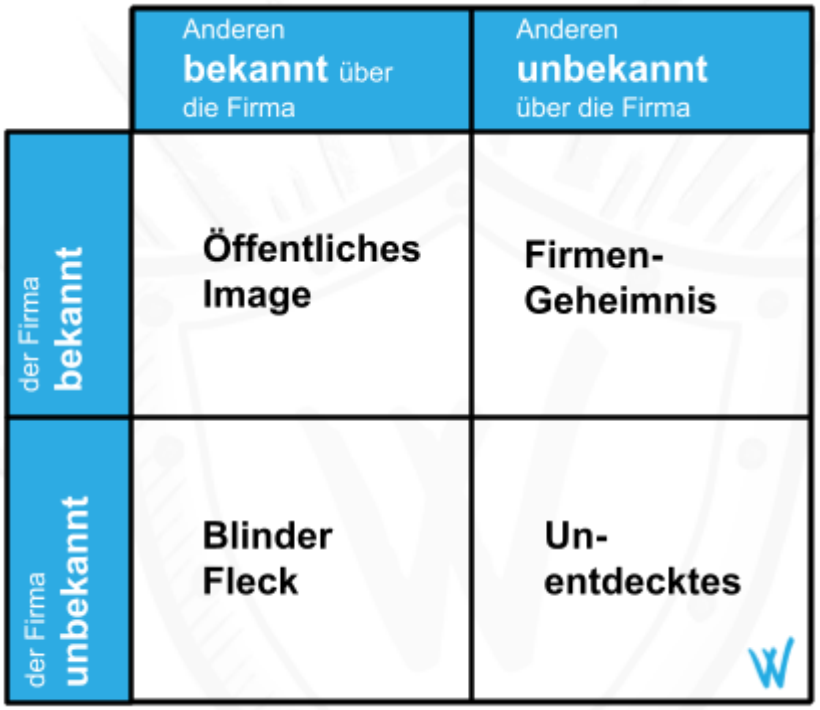
Gleicht sie nun zusammen ab. Nehmt euch erst die eine Person vor und danach die andere.
Welche sind gleich? Das ist Deine öffentliche Person.
Welche hast Du, aber Dein Gegenüber nicht? Das war bisher Dein Geheimnis.
Welche hat Dein Gegenüber, Du aber nicht? Herzlichen Glückwunsch, das war Dein blinder Fleck, den Du jetzt aufgedeckt hast!

Reflektiere die Übung für Dich selbst. Was war für Dich besonders überraschend? Was hat Dich irritiert? Was fandest Du schön?

© Improwe Consulting GmbH

Johari im Firmenkontext

Das Johari-Fenster kann nicht nur zur Selbstreflexion von Personen herangezogen werden. Du könntest mit diesem **Instrument auch Deine Firma beleuchten**. Gerade was die Außenwirkung anbelangt, gibt es wahrscheinlich noch Blinde Flecken, die Du mittels **Umfragen** (z.B. über Medienplattformen) erfahren kannst. Vielleicht gibt es auch Informationen, die Deine Kundschaft noch nicht weiß und Deine Firma noch attraktiver machen kann (beispielsweise nachhaltige Produktion oder Mitwirken an gemeinnützigen Aktionen).



© Improwe Consulting GmbH