



Buch Das 1x1 der Kommunikation

Franz Lang
Midas Management Verlag, 2001

Rezension

Die Technik für eine globale Kommunikation in Echtzeit gibt es mittlerweile. Es liegt aber offenbar gar nicht so sehr an der Technik, wenn man mit Kommunikation Probleme lösen will. Es liegt an der Kommunikation selbst. Richtig angewandt ist sie das einzige Mittel, um Missverständnisse aus dem Weg zu räumen. Der Autor gibt in seinem Buch dazu Hilfestellung. Er führt den Leser dabei von der emotionalen Verständigung über die kreative Gestaltung hin zur professionellen Anwendung von Kommunikation. Natürlich fehlt auch ein Einblick in die Organisation und Technik nicht, und gemäss ganzheitlicher Ausrichtung bilden Kultur und Ethik die Schlusspunkte. Gut lesbar und in jedem Punkt leicht nachvollziehbar ist das Buch ein alltagstauglicher Ratgeber für Privat- wie Geschäftsleben. *BooksInShort* empfiehlt dieses Buch jedem, der die Chancen, die in seiner Kommunikationsfähigkeit liegen, nutzen und zur Basis seines Erfolges machen will.

Take-aways

- Nutzen Sie Ihre persönliche Kommunikationsfähigkeit als Chance für Privatleben und Beruf.
- Gute Kommunikation bedeutet: Nicht einfach drauflosreden, sondern sensibel sein für die Signale des anderen.
- Verleihen Sie Ihrer Kommunikation Ausdruck, indem Sie alle Sinne ansprechen.
- Je wichtiger die Kommunikation, desto besser müssen Sie darauf vorbereitet sein.
- Erfolgreiche Gespräche müssen einen strukturierten Ablauf haben.
- Der Mensch steht bei der Kommunikation im Mittelpunkt.
- Eine gekonnte Kommunikation ist die beste Imagepflege.
- Ohne Kommunikation funktioniert Ihr Unternehmen weder nach innen noch nach aussen.
- Kommunikation bedeutet auch, Informationen frei fliessen zu lassen.
- Nutzen Sie moderne Kommunikationstechnologien - aber vergessen Sie darüber nicht Ihre kulturellen und ethischen Werte.

Zusammenfassung

Sprachlos trotz Handy?

Es piept rund um die Uhr und nahezu überall: im Büro, auf den Schulhöfen, im Restaurant, im Auto und zu Hause. Heute ist jeder kommunikationsmässig up to date, mit Telefon, Handy, Fax und E-Mail. Aber leider kommt deshalb noch lange keine gute, sinnvolle und schon gar keine erfolgreiche Kommunikation zustande. Die Botschaften kommen entweder überhaupt nicht oder verkehrt an, andauernd gibt es Missverständnisse. Schieben Sie das nicht auf die Technik, die kann nichts dafür. Wenn Ihr Gegenüber B versteht, obwohl Sie glauben, A gesagt zu haben, brauchen Sie nicht Ihr Handy zu entsorgen. Denken Sie lieber über Ihre kommunikativen Fähigkeiten nach. Alles hat mal klein angefangen, auch die Kommunikation. Etwas derbe Urlaute waren die Grundlage, die Entwicklung von Zahlen und Schriftzeichen schon ein gewaltiger Fortschritt, und heute, v. a. aber in der Zukunft, liegt die Chance in der multimedialen Vernetzung. Immer aber läuft Kommunikation auf fünf Ebenen ab:

1. Zeit und Natur sind die Grundlagen. Töne beispielsweise beeinflussen unsere Kommunikation ebenso wie die Tageszeit.
2. Von Mensch zu Mensch verständigt man sich auf der emotionalen Ebene. Wenn Sie sich weiterentwickeln möchten, müssen Sie reden, sonst wird das nichts.
3. Zwischen Partnern - privat oder geschäftlich - braucht es schon eine sehr hohe Kommunikationsqualität, damit da nichts anbrennt. Die Art der Kommunikation zeigt, ob Vertrauen da ist und Transparenz, ob die Beziehung funktioniert oder nicht.
4. Kunden und Lieferanten müssen vernünftig miteinander kommunizieren, andernfalls geraten die geschäftlichen Prozesse gewaltig ins Schleudern.
5. Auch Wissenschaft und Gesellschaft müssen einen Weg finden, erfolgreich zu kommunizieren, um Nachrichten und Wissen auszutauschen. „Global“ und „multimedial“ lauten hier die Stichworte, schliesslich sind wir auch multikulturell.

Kommunizieren Sie, und zwar mit all Ihren Sinnen

Sie haben einen PC oder einen Mac, ein WAP-fähiges Handy und eine Telefonanlage mit allen Raffinessen. Aber wenn Sie den Mund aufmachen, beschränken Sie sich auf Ja und Nein, sachlich, kurz und knapp, und wundern sich, wenn es mit Ihrer Menschenführung nicht so recht hinhaut.

„In unserer persönlichen Kommunikationsfähigkeit liegt die Quelle für Glück, Erfolg und Lebensqualität.“

Die emotionale Verständigung, eines der fünf Grundelemente der Kommunikation, läuft aber nicht, ohne dass Sie Ihre Sinne bemühen. Sehen, Hören, Tasten, Riechen und Schmecken - wenn Ihre Kommunikation erfolgreich verlaufen soll, müssen Sie alle Register ziehen. Was Sie sinnlich wahrnehmen, beeinflusst nämlich ganz entscheidend Ihre Stimmung. Nutzen Sie das für Ihre Kommunikation. Und dann quasseln Sie nicht möglichst viel, sondern geben Sie dem Gesagten Inhalt. Wenn Ihr Gegenüber Sie verstehen soll, dann bemühen Sie sich um Kernaussagen, verbindlich und eindeutig. Phrasen oder Ungenauigkeiten machen Ihren Partner misstrauisch. Das ist keine Basis für gute Kommunikation.

„Sind Sie sich dessen bewusst, dass kein Computer der Welt Ihre persönliche Kommunikation ersetzen kann?“

Sie müssen deswegen aber nicht im Telegrammstil sprechen, viel besser klingt es, wenn Sie Ihre Botschaften verpacken. Aber angepasst an die jeweilige Situation - also beim Brainstorming bitte nicht allzu blumig, das heben Sie sich für das Dinner-for-Two auf. Wenn Sie dagegen Ihren Mitarbeiter loben, dann darf es ruhig etwas umfangreicher ausfallen als nur „Gut gemacht“. Sie können sogar Ihre Anweisungen mit ein wenig Emotion aufpeppen, das motiviert. Übertreiben Sie halt nicht dabei. Und stehen Sie nicht stocksteif herum, Sie haben Arme und Beine und ein Gesicht, setzen Sie Gestik und Mimik ein, das macht Ihre Erzählung lebendig und packt Ihre Zuhörer.

Kommunikation planen, nicht einfach drauflosquatschen

Entscheidend für den Erfolg eines für Sie wichtigen Gespräches ist, dass Sie sich ordentlich darauf vorbereiten. Was ist Ihr Ziel? Gerade bei geschäftlichen Besprechungen müssen Sie sich vorher über Ihre Zielvorstellungen im Klaren sein. Kommen Sie körperlich fit, ausgeschlafen, konzentriert und auch äusserlich top zum Gespräch. Wenn Sie im Sessel hängen wie ein nasser Lappen, werden Sie leicht über den Tisch gezogen.

„Keine menschliche Macht kann mehr bewegen als die Kommunikation.“

Und vergessen Sie die Organisation nicht. Ein Besprechungsprogramm gehört dazu, die Sitzordnung, ein Overheadprojektor (der auch funktioniert!) und geplante Kaffeepausen. Und laufen Sie nicht mittendrin weg, weil Ihr Schreibblock voll ist. Nichts nervt so sehr wie ein Gespräch, das lustlos vor sich hin tröpfelt. Bringen Sie System in die Sache. Es geht los mit einer Begrüssung, und die sollte auch gleich eine positive Atmosphäre schaffen. Dann erarbeiten Sie eine gemeinsame Basis, bemühen Sie sich um Verständigung, weil es nichts bringt, wenn Sie sich von vorneherein in der Wolle liegen.

„Die Kommunikation ist das Herzstück des Managements, ohne die überhaupt nichts läuft.“

Die dritte Gesprächsphase heisst: Verstehen. Stellen Sie die Sachverhalte so dar, dass alle Beteiligten unmissverständlich wissen, worum es geht. Wenn Sie dann in der Phase vier überzeugende Beweise auf den Tisch legen und damit das Vertrauen Ihrer Gesprächspartner gewinnen, dürfte es Ihnen zum Schluss nicht mehr schwer fallen, Übereinstimmung zu erzielen und mit einem positiven Abschluss die Gesprächsrunde zu verlassen.

Kommunikation als Imagepflege

Sie und Ihr Unternehmen sind etwas ganz Besonderes, und das müssen Sie der Welt vermitteln. Stellen Sie Ihre Einzigartigkeit heraus. Was Sie dazu brauchen, ist Originalität, schliesslich haben Sie ja Wettbewerber, die auch einzigartig sein möchten. Zeigen Sie, was Sie in Sachen Kreativität draufhaben, verpassen sie Ihrem Unternehmen einen Fingerabdruck. Man nennt das Corporate Identity (CI), und die ist für die Kommunikation nach aussen ganz entscheidend. Haben Sie ein einmaliges Produkt? Ist Ihre Unternehmenskultur stimmig? Bringen Sie positive Botschaften rüber? Wenn Sie das alles mit Ja beantworten können, dürfen Sie sich über Ihr Image freuen.

„Die Macht der Kommunikation ist in der täglichen Praxis und auf dem Weg in die Zukunft durch nichts zu ersetzen.“

Rücken Sie bei Ihrer Kommunikation den Menschen in den Mittelpunkt, egal, ob Sie ihn mit Worten, Bildern oder Texten zu erreichen versuchen. Gestalten Sie, mit Form und Farbe, mit Struktur und Betonung. Veranstalten Sie aber kein buntes Kasperltheater, gerade Farben müssen Sie ganz gezielt und so einsetzen, dass sie den Menschen ansprechen und ihn nicht verwirren. Das gilt ganz besonders für Ihre Geschäftsunterlagen.

„Ähnlich wie die Anziehungskräfte und Gesetzmässigkeiten im Weltall für eine unerschöpfliche Dynamik sorgen, kommt erst durch die Kommunikation Leben und Bewegung in das Universum der wirtschaftlichen Beziehungen.“

Sowohl Ihre Geschäftspartner als auch Ihre Kunden möchten Ihre Botschaft auf Anhieb verstehen. Also machen Sie alle Ihre Unterlagen zu einer anspruchsvollen Visitenkarte Ihres Hauses. Und Ihre Werbung auch. Sie soll informieren und motivieren, das ist der Schlüssel zum Erfolg. Dann brauchen Sie auch bei einer Präsentation keine verrückte Show abziehen, setzen Sie lieber auf emotionale Verständigung, überzeugen Sie mit Qualität, nicht mit Quantität, und wenn die Leute dann begeistert sind, haben Sie Ihr kommunikatives Ziel erreicht.

Kommunikation, das A und O im Unternehmen

Welchen Zweck erfüllt Ihr Unternehmen eigentlich? In irgendeiner Form sollte es den Menschen schon dienen, sonst ist seine Existenzberechtigung fraglich. Notwendigerweise muss es dazu aber in das interaktive Kommunikationsnetz eingebunden sein, wie soll denn sonst jemand von Ihrem Angebot erfahren? Ausserdem brauchen Sie ja auch ein Feedback.

„Sich um die Gunst von Menschen und Partnern zu bewerben, verlangt eine reizvolle Sprache und ein hohes Mass an Verantwortung.“

Kommunikation ist das Wesentliche. Also stehen in Ihrem Unternehmen der Mensch und die Kommunikation im Mittelpunkt. Wenn nicht, sorgen Sie dafür, dass dem so ist, denn das beeinflusst alle anderen Aktivitäten in Ihrem Haus. Überall stecken kommunikative Botschaften, ohne Kommunikation läuft nichts, sie ist eine gewaltige Macht. Lernen Sie, sie zum Nutzen aller zu beherrschen.

„Sie müssen immer bedenken, dass alle Botschaften, die wir entwerfen, an den Adressaten Mensch gerichtet sind.“

Visionen, Ziele, Strategien und Massnahmen, das sind die vier Orientierungspunkte, auf die Ihre Kommunikation im Rahmen der Un-

ternehmenspolitik aufbaut. Es ist gut, wenn Sie Ihre unternehmerischen Grundsätze kennen, aber noch besser ist es, wenn auch Ihre Mitarbeiter darüber informiert sind. Besonders wichtig wird die Kommunikation aber in der Mitarbeiterführung. Wenn es hier hapert, kriegen Sie ein Problem.

„Kundenbegeisterung kann nur gelingen, wenn die Macht der Kommunikation auf allen Ebenen wirkt.“

Im zwischenmenschlichen Bereich ist die Kommunikation der Dreh- und Angelpunkt. Ihre Mannschaft braucht Zielvorgaben, Absprachen bei Verantwortung und Selbstständigkeit, Lösungen bei Konflikten, Hilfestellung zur Teamarbeit und jede Menge Motivation für den Erfolg. Das sind die Kernpunkte einer guten Mitarbeiterführung, und die setzen Kommunikation voraus. Die Kommunikation verbindet die Geschäftsleitung mit der Produktion und der Teamorganisation. Und nach aussen hin verkoppelt sie Ihr Unternehmen mit den Kunden, mit dem Markt.

Kommunikation macht schlau

Ohne die Kommunikation, die Ihnen Informationen als lesbare Inhalte und Daten als deren kleine Bausteine liefert, können Sie Ihren Laden dicht machen. Klar ist da auch viel Müll dabei und manchmal fällt es schwer, das Wichtige vom Unwichtigen zu trennen. Aber nur über Informationen beziehen wir unser Wissen, unser Knowhow. Also brauchen wir überschaubare, unkomplizierte und wahre Informationen und möglichst in der richtigen Menge. Jetzt bringen Sie mal Ordnung rein in die Fülle, die täglich auf Ihrem Schreibtisch, Ihrem Computer und in Ihrem Kopf landet. Eine Datenbank kann da nützlich sein und mit einer Klassifizierung kommt System in das Ganze. Jetzt können Sie Ihre Informationen auch noch kennzeichnen, damit nicht die Kundenreklamation bei den Wettbewerbspublikationen landet. Aber horten Sie die Informationen nicht, lassen Sie sie einfließen in ein Informationsnetzwerk, auf das jeder, der es braucht, zugreifen kann.

„Auf Dauer werden sich die menschlichen Bedürfnisse nach Glaubwürdigkeit, Vertrauen und Geborgenheit durchsetzen und den Massstab für die Kommunikation der Zukunft setzen.“

Sie sind der Boss, aber wenn Sie glauben, dass Wissen Macht ist, die man ab besten nicht aus der Hand gibt, sollten Sie Ihren Managerposten freiwillig abgeben. Management ohne Kommunikation ist schlichtweg undenkbar. Wer führt, muss Entscheidungen treffen. Wie wollen Sie das anstellen, ohne dass Sie in ein intaktes Informationsnetzwerk eingebunden sind? Das Management braucht den ständigen Dialog, den permanenten gegenseitigen Gedankenaustausch.

„Ein weiterer Vorteil integrierter Kommunikationstechniken ist darin zu sehen, dass eine einheitliche Kommunikationskultur nach innen und aussen möglich ist.“

Gerade im Lean Management ist die integrierte Kommunikation ja eine Voraussetzung. Verwenden Sie dazu aber bitte nicht nur Fax und E-Mail. Beweisen Sie Ihre persönliche Kommunikationsfähigkeit und ersetzen Sie die emotionale Verständigung nicht nur noch durch multimediale Technik. Nutzen Sie jede Gelegenheit, aus einem Dialog ein richtig positives Erlebnis zu machen. Und reden Sie mit Ihren Mitarbeitern, Kunden und Geschäftspartnern nicht nur dann, wenn Feuer unterm Dach ist.

Kommunikation braucht Stil

Auch in Sachen Kommunikation gibt es so etwas wie Kultur und Ethik. Sie werden so kommunizieren, wie es Ihrer Einstellung, Ihrer Persönlichkeit entspricht. Ob Sie ein Optimist sind, ob Sie Wissen und Kompetenz besitzen, wie Sie sich verhalten, das alles ist die Basis Ihrer individuellen Kommunikationskultur. Und die sollten Sie dazu nutzen, positive Signale zu setzen, denn Schrott gibt es schon genug.

„Verfügbarkeit von Information eröffnet neue Horizonte für die persönliche und geschäftliche Kommunikation.“

Ihr Unternehmen braucht also ein unverwechselbares Erscheinungsbild, Ihre Dokumentationen ein hohes Niveau. Ihre Informationen hinterlassen dann den besten Eindruck, wenn man sie problemlos versteht. Halten Sie sich an Regeln, gerade im Umgang mit Informationen und insbesondere bei der kommunikativen Nutzung des Internets. So bekommt dann alles Stil.

„Wissen können wir nur erlangen, wenn wir permanent den Dialog mit anderen Menschen pflegen und in ein intaktes Informationsnetzwerk eingebunden sind.“

In der IT-Traumwelt ist es vielleicht mit der Ethik nicht so weit her. Aber ganz verdrängen wird sie sich nicht lassen. Und wenn Sie dauerhaften Erfolg anstreben, sollten Sie mit Ihrer Kommunikation Wahrheit, Vertrauen und Zuverlässigkeit vermitteln. Kommunikationsethik ist ein solides Fundament. Kommunikation kann die Welt verändern - positiv wie negativ. Sie kann Brücken zwischen Menschen bauen oder alles zerstören. Sorgen Sie mit dafür, dass sie auch eine „Sprache des Herzens“ bleibt.

Über den Autor

Franz Lang ist ein anerkannter PR-Experte: 20 Jahre lang war er selbst als Leiter von Marketing-, Kommunikations- und Organisationsabteilungen verschiedener Firmen mit den immer wieder auftauchenden Problemen der Kommunikation konfrontiert. Diese Erfahrungen fließen heute in seine Tätigkeit als selbstständiger Unternehmensberater, Seminarleiter und Buchautor ein.
