

Weihnachtszeit – Zeit der (Miss?-)Kommunikation

Alle Jahre wieder – kommt die Weihnachtszeit. Und mit ihr steigt bei vielen Menschen der Wunsch nach Harmonie, Liebe, Nähe, Ruhe, Freude, Frieden. Wir wünschen uns gegenseitig „fröhliche Weihnachten“, „friedvolle Weihnachten“ und ähnliches. Wir verabreden uns zu Glühwein und Plätzchen. Wir machen einander Geschenke und hoffen insgeheim, dass diese gut ankommen.

Und zugleich ist gerade die Weihnachtszeit angesichts solch hoher Erwartungen oftmals die Zeit, in der in zahlreichen privaten Beziehungen und ebenso in Unternehmen das „Fass zum Überlaufen“ gebracht wird.

Ein falsches Wort oder eine unpassende Geste reichen erst recht in dieser erwartungsüberladenen Zeit, um die Stimmung kippen und Streit und Missmut aufkommen zu lassen. Auch hier gilt: Der Psychologe und Kommunikationswissenschaftler Friedemann Schulz von Thun sitzt mit seinem Sender-Empfänger-Modell gleichsam mit am Tisch und ruft uns zu: Denkt an die Empfangs-Ohren des Gegenübers.

In von Kosteneinsparungsdruck bedrängten Unternehmen wird die Weihnachtszeit häufig dazu benutzt, um Arbeitsverträge aufzulösen. Das mag betriebswirtschaftlich nachvollziehbar sein, hinsichtlich der Wirkung auf die Betroffenen und des letzten bleibenden Eindrucks, den diese von Ihrem Arbeitgeber mitnehmen, gäbe es günstigere Zeitpunkte, solche Botschaften zu kommunizieren. Wie heißt es doch: Man sieht sich im Leben immer mindestens zweimal.

Ob Weihnachten und die Weihnachtszeit „gelingen“ ist letztendlich also insbesondere auch eine Frage des Kommunikationsstils – des passenden Einsatzes von Rhetorik und Körpersprache – beruflich wie privat.

Für die diesjährige Weihnachtszeit legen Ihnen die vorliegenden „Gedanken für die Praxis“ sechs **der wichtigsten Grundzüge für eine erfolgreiche Kommunikation auf den Gabenteller:**

Drei Grundregeln:

- **Nicht was Sie meinen ist entscheidend, sondern wie es ankommt**
 - Stellen Sie sich vor, Sie möchten jemandem aus Ihrer Sicht etwas Gutes tun. Doch sind beispielsweise Ihre Wortwahl und/oder der Kommunikationszeitpunkt unglücklich gewählt, dann kann es sein, dass Sie das Gegenteil von dem erreichen, was Sie wollten. Der Ökonom Peter F. Drucker gibt uns generell mit auf den Weg, „... mit den Augen des Kunden zu sehen.“ – und „Kunde“ steht hier ebenso für „Gesprächspartner jeglicher Art“.

- **Sage immer die Wahrheit, aber sage die Wahrheit nicht immer**
 - Für manche Wahrheiten ist der Zeitpunkt, an dem sie kommuniziert werden, entscheidend, damit sie in das „richtige Ohr“ gelangen.

- **Halten Sie Blickkontakt, wenn Sie face-to-face kommunizieren**
 - Klingt einfach und logisch, erweist sich in der Praxis allerdings als durchaus anspruchsvoll. Und: Es gibt guten und schlechten Blickkontakt.

Drei Grundtechniken:

- **Ich-Botschaften**
 - Wollen Sie Ihren Missmut oder Kritik gegenüber jemandem äußern, vermeiden Sie den „verbalen Zeigefinger“ (z.B. „Sie kommen ja schon wieder zu spät.“). Rhetorisch geschickter agieren Sie in solchen Situationen mit Ich-Botschaften. Diese Technik eröffnet Ihnen zugleich die Option, dass der Gesprächspartner trotz Kritik motiviert bleibt und leichter einsichtig ist.
- **Sie-Standpunkte**
 - Schreiben Sie „normale“ Geschäftsbriefe, übermitteln Sie Weihnachtsgrußbotschaften, formulieren Sie Angebote, Flyer, etc., dann denken Sie daran, mittels des Sie-Standpunktes aus der Sicht der Empfänger zu formulieren. Dies ist eine der rhetorischen Grundtechniken, die im Verkaufen jedweder Situation (Verkaufen von Ideen, Produkten, Dienstleistungen, ..., Übermitteln von Wünschen, ...) zum besonderen Erfolg führt, denn sie beinhaltet, dass Ihre Worte wesentlich wirkungsvoller und persönlicher ankommen. In der Praxis ist leider in der Regel zu beobachten, dass Formulierungen im Wir-/Ich-Standpunkt gewählt werden, wodurch stets ein gewisses Maß an unpersönlichem, distanziertem 08/15-Stil mitschwingt.
- **Fragen ist besser als behaupten**
 - Wie oft unterstellen wir jemandem etwas, was in unserer eigenen Gedankenwelt möglicherweise sogar Sinn macht, doch es trifft überhaupt nicht zu? Im schlimmsten Fall entwickelt sich „Kopfkino“ und Sie treffen sich mit der entsprechenden Person und setzen Ihre Kommunikation statt an der Realität an Ihren gedachten/vermuteten Unterstellungen an. Vermeiden Sie diese typische Kommunikationsfalle: Fragen statt behaupten/unterstellen ist generell und insbesondere hier die Lösung schlechthin.

Ich wünsche Ihnen und allen Ihnen nahestehenden Personen eine besinnliche und kommunikativ erfolgreiche (Vor-)Weihnachtszeit.

Mit herzlichen vorweihnachtlichen Grüßen, Ihr Peter A. Worel

*Management-Trainer Peter A. Worel, Experte für überzeugendes Auftreten, Buchautor, Geschäftsführer von Stilwelt® - Führungsberatung, Seminare & Coaching, **geht mit seinen Kunden bewusst einen individuellen Weg**: Für ihn haben Körpersprache und Rhetorik die gleiche Bedeutung, erst die stimmige Kombination aus beidem verhilft zu nachhaltigem beruflichen Erfolg – in der Führung wie im Vertrieb wie in der Kommunikation generell. Er arbeitet als Trainer in Seminaren und Einzeltrainings mit Menschen aus sämtlichen Hierarchieebenen von Finanzdienstleistern, Industriekonzernen, Klein- und mittelständischen Unternehmen sowie mit Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens. Und verhilft ihnen zu wirklich überzeugendem, sicherem und erfolgreichem – weil „undressiert“ wirkendem – Auftreten – in Gesprächen, Verhandlungen, Präsentationen und Reden. Seine (Impuls-)Vorträge zu diesem Thema im In- und Ausland bieten erste Appetithäppchen für ein intensives Training. Ein Motto von ihm lautet: „Jeder Auftritt verdient einen Feinschliff.“*

Im Buchhandel und im Internet
für Sie erhältlich:



Nutzen Sie den Vorteil von individuell zugeschnittenen

- firmeninternen Seminaren
- Einzeltrainings
- Vorträgen
- Coachings

Sie bestimmen die Inhalte. Ihre Bedürfnisse zählen. Gehen auch Sie den individuell passenden Weg!

Sie erhalten für Präsentationen, Reden, Verkaufs- und Führungsgespräche maßgeschneiderte Trainings zu Grundwissen bis hin zu ultimativem Profi-Wissen

- „Auftreten – wirklich überzeugend. Immer und überall.“
- „So bringen Sie Ihre Rhetorik, Etikette und Körpersprache in Einklang.“
- „Führen durch das Wort“

Das aktuelle Buch von Peter A. Worel: „Türöffner zum Erfolg – Wie Sie bei Gesprächspartnern und Kunden überzeugend auftreten“ (empfohlen u.a. von *managementbuch.de* und *Handelsblatt*)

Gebundene Ausgabe: 363 Seiten
Verlag: Wiley-VCH Verlag

ISBN-13: 978-3527506262
Preis: 19,90 Euro

Was Sie können, wissen Sie. Bei Stilwelt[®] erfahren Sie, wie Sie Ihr Auftreten optimieren können.
Stilwelt[®] – mehr Nutzen als üblich.