

(Fortsetzung von Seite 1)

Unternehmen. Damit wird die Innovationskraft der Unternehmung und die Flexibilität der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter nachhaltig sichergestellt.

Langjährige Mitarbeitende erhalten durch den Test wertvolle Inputs über ihre Chancen am Arbeitsmarkt. Sie sollten auch die Chancen der betrieblichen Massnahmen bewusst nutzen, um für den heutigen oder zukünftigen Arbeitgeber attraktiv (fit für den Arbeitsmarkt) zu bleiben. Die Entwicklung der überfachlichen Kompetenzen ist für die Erhaltung der persönlichen Arbeitsmarkt- und Wettbewerbsfähigkeit von entscheidender Bedeutung. Gut ausgebildete und selbstbewusste Mitarbeitende geniessen Aufgaben, die Herausforderungen darstellen und eigenverantwortliches Handeln ermöglichen.

Chancengleichheit

Arbeitsmarktfitness bedeutet per Definition auch, dass ein Mitarbeiter selbständig eine für ihn geeignete Aufgabe finden kann. Ich sage bewusst Aufgabe, nicht Stelle. Unternehmen bezahlen einen Lohn, damit bestimmte Aufgaben erledigt und daraus Mehrwerte generiert werden. Der Arbeitgeber muss also aus der Bewerbung erkennen können, dass dieser legitime Anspruch vom Bewerber erfüllt werden kann. Es reicht nicht nur die beruflichen Erfahrungen in der Bewerbung aufzuzählen, die ausserberuflichen Kompetenzen weisen auf das Arbeitsverhalten hin. Der Employability-Index gibt Auskunft über Stärken und Schwächen des Bewerbers. Er bildet die Grundlage für Gespräche, um gezielt Änderungen im persönlichen Bereich zu initiieren. Daraus wird eine Strategie für eine erfolgreiche Bewerbung erarbeitet. Der Employability-Index ist also nicht nur für die Unternehmung eine gute Investition, sondern auch für die Arbeitnehmer. Beide Seiten erhalten so gleichermaßen ihre Chancen am Markt.

(*) Ernst Zryd, Projektleiter und Coach, ist Inhaber der Alpha & Omega GmbH in Buchs. (ezryd@hispeed.ch)

Kommunikation gestalten

Mut zum Vereinfachen

Wer es nicht auf den Punkt bringt, hat nicht gelernt zu vereinfachen. Ob im Gespräch oder bei Präsentationen, jeder Beitrag sollte eine einzige Kernaussage enthalten.

von Marcus Knill (*)

Das Vereinfachen ist eine Erfolgsformel, die auch in der Alltagskommunikation hilft. Was heisst vereinfachen? Das Verb «vereinfachen» (ver – 1 – fachen) verdeutlicht mit der Zahl eins, dass es immer um die «Reduktion auf das Wesentliche» und um die Frage «Was ist wichtig?» geht. Vereinfachen heisst: Sinnvoll reduzieren. Vereinfachen ist eine Kunst. Das Weglassen darf jedoch die Aussage nie verfälschen.

Wenn Matisse mit wenigen Strichen einen Frauenkörper skizziert hatte, so war diese Vereinfachung nur deshalb möglich, weil der Künstler den Körper als Ganzes erfasst hatte. Die Kunst liegt darin, so zu vereinfachen, dass das Wesentliche trotz des Weglassens erkannt und begriffen wird. Bei Kommunikationsprozessen ist die Zahl eins ebenfalls «Eins und alles».

Fassbar argumentieren

Die Reduktion auf etwas lohnt sich in den verschiedensten Bereichen der Alltagskommunikation. Jeder Beitrag (Votum, Aussage, Vortrag, Antwort) sollte eine Kernaussage haben. Dies gilt ebenfalls bei Einwänden, Kritik-, Einzel- und Telefongesprächen, beim Argumentieren, bei Interviews sowie bei Meetings.

Wer argumentiert, sollte ein Argument hervorheben und es mit einem Beispiel, einer Geschichte oder nur einem Bild fassbar – erfassbar – machen. Jedes Argument braucht

nur eine konkrete Zusatzinformation. Wir bezeichnen dies als das «Fleisch am Knochen». Wird das Argument (Knochen) nur mit einem Beispiel (Fleisch) verdeutlicht, so ist damit die notwendige Kürze garantiert. Die Antworten werden meist zu lang, weil assoziativ geredet wird, weil zu viele Gedanken aneinandergeschaltet werden (mit Aufzählungen oder mehreren Geschichten).

Ein Marathonläufer wurde nach dem Sieg vom Sportreporter gefragt, wie es ihm ergangen sei. Seine Antwort überzeugte: «Bei Kilometer 30 fühlte ich enorme Schmerzen. Ich hatte das Gefühl, eine Schmerzmauer überwinden zu müssen. Die Füsse klebten förmlich am Teer. Dann dachte ich an die schwarze Schokolade am Ziel, die ich so schätze. Plötzlich lief es wieder besser. Die Aussage «Ich litt» wurde mit der Analogie Schmerzmauer und dem Bild «die Füsse klebten am Teer» nachvollziehbar. Der Spitzensportler brachte es fertig, in wenigen Sekunden eine bildhafte, konkrete Antwort zu veranschaulichen.

Auf einen Lernpunkt beschränken

Wenige Führungskräfte haben gelernt, bei Folien und Powerpoint-Präsentationen, nur das Wesentlichste hervorzuheben und zu betonen. In der Praxis sind unzählige Charts meist überfüllt (zu viel Text, zu viele Farben)!



Marcus Knill

Wer effizient lernen möchte, beschränkt sich auf nur einen Lernpunkt – nicht auf mehrere. Ist dieser einzelne Lernpunkt bereinigt, folgt der nächste. Diese Methode des punktuellen Lernens hat

sich im Spitzensport bewährt. Die Methode lässt sich auch auf andere Lernprozesse übertragen. Ein Arzt hat nach dem Abschluss eines Kommunikationsseminars festgestellt, dass er verschiedene Bereiche verbessern müsste: Er unterbrach den Gesprächspartner zu oft. Es mangelte bei den Patientengesprächen am Augenkontakt. Er sprach zu oft in einem Fachchinesisch.

Würde dieser Arzt alle festgestellten Defizite gleichzeitig beheben wollen, wäre der Lernerfolg in Frage gestellt. Notiert er hingegen nur einen einzigen Punkt und zwar den wichtigsten «Lernpunkt» mit einem Lernbild und arbeitet er während der folgenden Wochen nur an diesem einzigen Punkt, so ist die Chance sehr gross, dass dieser Kritikpunkt rasch und nachhaltig verbessert werden kann.

Konzentration als Erfolgsformel

Erfolgreiche Menschen können sich auf ein Ziel konzentrieren. Dieses Erfolgsprinzip macht sich immer bezahlt. Zen-Mönche beherrschen die Fähigkeit, sich voll und ganz auf ihr gegenwärtiges Tun zu konzentrieren. Wenn wir unsere Arbeitsweise betrachten, denken wir beim Arbeiten an den Feierabend und während des Feierabends an die Arbeit. Die Erfolgsformel lautet: Was Du tust, das tue ganz (arbeiten, essen, ruhen, zuhören, reden, lieben)! Das gilt bei allen Kommunikationsprozessen.

Ein Zen-Mönch antwortete auf die Frage, warum er trotz seiner vielen Beschäftigungen so konzentriert arbeiten könne: «Wenn ich stehe, dann stehe ich. Wenn ich esse, dann esse ich. Wenn ich spreche, dann spreche ich.» Der Fragesteller unterbrach den Mönch und sagte: «Das machen wir ja auch, was machst Du darüber hinaus?» Der Mönch

sagte nochmals: «Wenn ich stehe, dann stehe ich, wenn ich esse, dann esse ich. Wenn ich spreche, dann spreche ich.» Wieder entgegnete der Fragesteller: «Das tun wir ebenfalls!» «Nein», antwortete der Mönch: «Wenn ihr steht, dann lauft ihr schon, wenn ihr lauft, seid ihr schon am Ziel.» Fazit: Konzentriere Dich nur auf etwas – auf das, was Du im Augenblick tust.

Weniger ist mehr

Reduzieren Sie nach der Lektüre dieses Beitrags die verschiedenen Erkenntnisse ebenfalls auf nur einen einzigen Punkt, den Sie verbessern möchten. Entscheiden Sie jetzt: Welches ist für mich auf der nächsten Lernetappe die wichtigste Erkenntnis des gelesenen Textes? Nötigenfalls überfliegen Sie nochmals die einzelnen Kapitel, bis Sie sich für einen einzigen Lernpunkt entschieden haben, der auf der nächsten Lernphase hilfreich sein könnte.

Notieren Sie nun dieses Merkwort ebenfalls in einem «Lernbild» (als Lernpiktogramm). Beginnen Sie unverzüglich mit der Umsetzung dieses einzelnen Merkpunktes im Alltag. Sie werden entdecken: Das Vereinfachen ist eine taugliche Erfolgsformel. Im Alltag hören wir oft, das Einfache sei leider nicht einfach.

Dank der Fokussierung auf einen Lernpunkt folgt gewiss die neue Erkenntnis: Das Einfache ist im Grunde genommen doch einfach. Die Umsetzung des Prinzips «Einfachheit» fällt uns nur deshalb so schwer, weil wir dazu neigen, immer wieder zu viel auf einmal zu tun oder zu viel sagen oder zu viel auf einmal lernen wollen. Dies erschwert den Lernprozess.

(*) Marcus Knill ist Kommunikationsberater, Medienexperte und Supervisor in Uhwiesen. Er ist Autor von Fachbüchern und Fachartikeln sowie des virtuellen Buchs zu Themen der Kommunikation und deren Grenzgebieten unter www.rhetorik.ch.

(www.knill.com, k-k@bluewin.ch)

Diesen und weitere Artikel finden Sie unter www.jobwinner.ch