

Kontakte individuell pflegen

Die digitalen Medien verleiten uns oft zur beiläufigen Kommunikation. Das wirkt sich aber negativ auf die Qualität unserer Beziehungen aus.

Unsere Kommunikationsverhalten hat sich verändert. Früher wurden Fragen an oder von Kollegen, Kunden und Lieferanten meist in einem Telefonat geklärt. Hingegen geschieht das heute zumeist per E-Mail oder Chat-Nachricht, denn dies geht oft schneller und erscheint häufig „praktischer“ - speziell dann, wenn die Beteiligten an unterschiedlichen Orten oder gar in verschiedenen Ländern arbeiten. Doch bei dieser „modernen“ Kommunikation bleibt oft der Mensch mit seinen Bedürfnissen auf der Strecke.

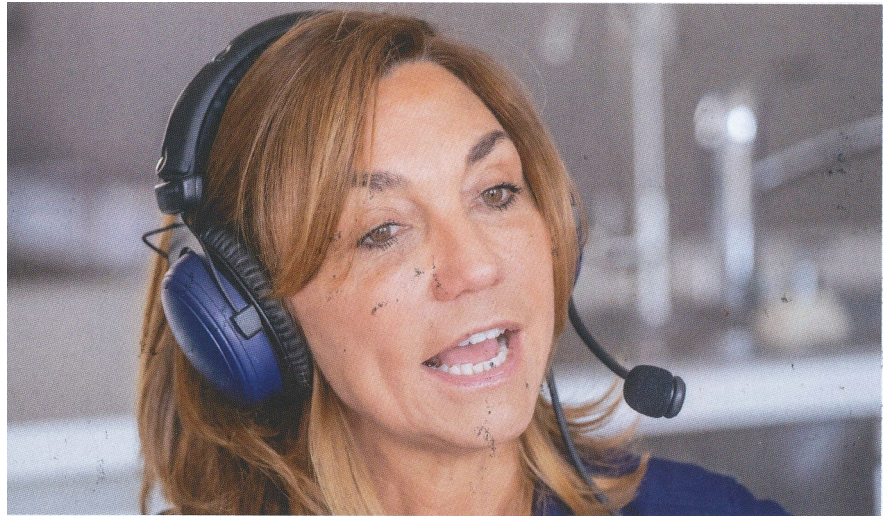
Jeder Mensch möchte als Individuum wahr- und ernstgenommen werden. Als Kunde möchte er umworben werden. Als Mitarbeiter wünscht er sich Wertschätzung und Anerkennung. Als Geschäftspartner benötigt er Augenkontakt, um Vertrauen aufzubauen. Ein unreflektierter Umgang mit diesen Bedürfnissen und den modernen (Kommunikations-) Medien hat oft negative Auswirkungen auf die Qualität unserer Kontakte und Beziehungen. Deshalb hier einige Tipps, wie im digitalen Zeitalter, eine gewinnende, weil die Menschen wertschätzende Kommunikation geführt werden sollte.

Tipp 1: Human Awareness (persönliche Zuwendung)

Der persönliche Kontakt ist für einen Beziehungsaufbau nach wie vor wichtig. Das wird beim Sich-Verketten über die sozialen Medien oft vergessen. Eine hohe Zahl digitaler Kontakte mag auf Außenstehende zwar beeindruckend wirken, doch letztlich entscheidet die Qualität und nicht die Zahl der Kontakte über die Tragfähigkeit Ihres Netzwerks. Die Qualität Ihrer Kontakte können Sie vor allem dadurch steigern, dass Sie diese auch offline, also im realen Leben pflegen und zu persönlichen Beziehungen ausbauen.

Tipp 2: Social Awareness (soziale Kompetenz)

Eher „robuste“ Zeitgenossen verstehen Empathie oft falsch. Sie sind (überspitzt formuliert) überzeugt: Ich muss auch lachen, wenn dies mein Gegenüber tut. Und wenn er weint, dann sollte ich das ebenfalls tun. Dies kann ein Ausdruck von Empathie sein, ist es aber nicht zwangsläufig. Viel wichtiger ist es, dem anderen zuzuhören, ihn als Mensch wahr-, ernst- und anzunehmen. Aus der daraus erwachsenden Verbindung und Vertrauensbasis entwickeln em-



Barbara Liebermeister leitet das Institut für Führungskultur im digitalen Zeitalter.

FOTO: IFIDZ

pathische Menschen dann Lösungen oder Ideen, die dem anderen im Idealfall helfen, beispielsweise sein Problem zu lösen.

Tipp 3: Incident Awareness (Gespür für den Moment)

Die Wahl des (Kommunikations-) Mediums beeinflusst Verlauf und Ausgang einer Situation entscheidend. Demnach macht es einen großen Unterschied, ob wir Absprachen, Lob oder Kritik per E-Mail, Telefon oder von Angesicht zu Angesicht formulieren. Insbesondere wenn wir unter Zeitdruck stehen, neigen wir oft dazu, mit anderen Personen etwa per E-Mail zu kommunizieren - in der Hoffnung, Zeit zu sparen, und aufgrund der falschen Annahme, immer schnell reagieren zu müssen. Wer schnell reagiert, macht jedoch häufiger Fehler und vergisst entscheidende Details. Und vor allem bleiben bei der schnellen Kommunikation per E-Mail oder Chat, so nebenbei, häufig die Wertschätzung und Anerkennung des anderen auf der Strecke - weil sich Kommunikation auf Information reduziert.

Tipp 4: Digital Awareness (digitale Glaubwürdigkeit)

Halten Sie und Ihr Unternehmen im realen Leben, was Sie regelmäßig online versprechen? Angenommen, Sie werben mit „persönlich“ und „vertrauenswürdig“ um Kundschaft. Dann passen Telefonate auf der Straße, in der Flughafen-Lobby oder in der Bahn - wo jeder mithören kann - nicht zu dem Versprechen. Bei der Digital Awareness geht es darum, die Botschaften, die Sie bei der digitalen Kommunikation aus-

senden, mit denen im persönlichen Kontakt zu synchronisieren, damit Sie und Ihr Unternehmen glaubwürdig wirken. Denn der Glaubwürdigkeit und Authentizität einer Person, Organisation oder Marke, messen immer mehr Menschen bei ihren (Kauf-) Entscheidungen eine hohe Bedeutung bei. Dessen sollten sich gerade Führungskräfte und Verkäufer bewusst sein.

Tipp 5: Timeout-Awareness (Auszeiten nehmen)

Definieren Sie Zeiten, in denen Sie sich vor allem um sich selbst und die Ihnen oder für Sie wichtigen Menschen kümmern - Zeiten also, in denen Ihr PC und Smartphone ausgeschaltet ist. Denn woran messen Ihre Kollegen, Mitarbeiter oder Kunden beispielsweise in Meetings, welche Bedeutung Sie ihnen und dem behandelten Thema beimessen? Auch daran, ob die genannten Medien ausgeschaltet sind. Zu Recht! Denn nur dann können Sie sich voll und ganz auf die Situation und Ihr Gegenüber konzentrieren.

Heutzutage sind die digitalen Medien E-Mail und Social Media wichtige Tools, um mit anderen Menschen in Kontakt zu treten und den Kontakt zu halten. Um diese Kontakte zu Beziehungen auszubauen, bedarf es einer persönlichen Kommunikation, da nur in ihr zwischenmenschliches Vertrauen entsteht. Entsprechend sollten wir unseren Kommunikationsmix ausgestalten.

BARBARA LIEBERMEISTER

Informationen: ifidz.de