

Kontakte zu persönlichen Beziehungen ausbauen

Die modernen, digitalen Kommunikationsmedien verleiten uns oft dazu, mit anderen Menschen „en passant“, also eher beiläufig, zu kommunizieren. Das wirkt sich negativ auf die Qualität unserer Beziehungen aus. Das muss nicht sein. Auch im digitalen Zeitalter ist eine gewinnende, die Menschen wertschätzende Kommunikation möglich.



Bildquelle: Lightfield Studios / stockadobe.com

Jeder Mensch möchte als Individuum wahr- und ernstgenommen werden. Als Kunde möchte er umworben werden, als Mitarbeiter wünscht er sich Wertschätzung und Anerkennung und als Geschäftspartner benötigt er den Augenkontakt, um Vertrauen aufzubauen.

Unser Kommunikationsverhalten hat sich verändert. Früher wurden Fragen an oder von Kollegen, Kunden und Lieferanten meist in einem Telefonat geklärt; heute hingegen geschieht das zumeist per 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 eines auf der Strecke: der Mensch mit seinen Bedürfnissen.

Die Menschen als Individuen wahr- und ernstnehmen

Jeder Mensch möchte als Individuum wahr- und ernstgenommen werden. Als Kunde möchte er umworben werden, als Mitarbeiter wünscht er sich Wertschätzung und Anerkennung und als Geschäftspartner benötigt er den Augenkontakt, um Vertrauen aufzubauen.

Ein unreflektierter Umgang mit diesen Bedürfnissen und den modernen Kommunikationsmedien hat oft negative Auswirkungen auf die Qualität unserer Kontakte und Beziehungen. Deshalb hier einige Tipps, wie Sie im digitalen Zeitalter, eine gewinnende, weil die Menschen wertschätzende Kommunikation führen.

Tipp 1: Human Awareness (persönliche Zuwendung)

Der persönliche Kontakt ist für einen Beziehungsaufbau nach wie vor wichtig. Das wird beim Sich-Vernetzen 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.

Bei der „modernen“ Kommunikation bleibt oft eines auf der Strecke: der Mensch mit seinen Bedürfnissen

Tipp 2: Social Awareness (soziale Kompetenz)

Eher „robuste“ Zeitgenossen verstehen Empathie oft falsch. Sie sind überspitzt formuliert der Überzeugung: 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 und ihn als Mensch wahr-, ernst- und anzunehmen. Aus der hieraus erwachsenden Verbindung und Vertrauensgrundlage entwickeln empathische 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 Kommunikationsmediums beeinflusst den Verlauf und Ausgang einer Situation entscheidend. So macht es zum Beispiel einen gewaltigen Unterschied, ob man ein Lob per Mail, Telefon oder von Angesicht zu Angesicht formuliert. Dasselbe gilt für Kritik oder das Treffen von Absprachen.

Insbesondere wenn wir unter Zeitdruck stehen, neigen wir oft dazu, mit anderen Personen zum Beispiel per 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 Mail oder Chat, so nebenbei, häufig die Wertschätzung und Anerkennung des anderen auf der Strecke. Kommunikation reduziert sich auf Information.

Tipp 4: Digital Awareness (digitale Glaubwürdigkeit).

Halten Sie (und Ihr Unternehmen) im realen Leben, was Sie online versprechen? Angenommen Sie werben mit den Begriffen „persönlich“ und „vertrauenswürdig“ um Kunden. Dann passen Telefonate auf offener Straße, in der Flughafenlobby oder im Zug – wo jeder mithören kann – nicht zu diesem (Werbe-)Versprechen.

Bei der Digital Awareness geht es darum, die Botschaften, die Sie bei der digitalen Kommunikation aussenden, 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 zum Beispiel in Besprechungen, welche Bedeutung Sie ihnen und dem behandelten Thema beimessen? Auch daran, ob besagte Medien ausgeschaltet sind. Zu Recht! Denn nur dann können Sie sich voll und ganz auf die Situation und Ihr Gegenüber konzentrieren.

Der persönliche Kontakt ist für einen Beziehungsaufbau nach wie vor wichtig

Auf den richtigen Kommunikationsmix achten

Die digitalen Kommunikationsmedien E-Mail und Social Media sind in unserer Alltagskommunikation heute wichtige Tools, um mit anderen Menschen in Kontakt zu treten und den Kontakt zu ihnen zu halten. Um diese Kontakte zu Beziehungen auszubauen, bedarf es jedoch auch einer persönlichen Kommunikation, da nur in ihr zwischenmenschliches Vertrauen entsteht. Entsprechend sollten wir unseren Kommunikationsmix gestalten. ■



Autorin

Barbara Liebermeister leitet das Institut für Führungskultur im digitalen Zeitalter (IFIDZ), Wiesbaden, info@ifidz.de, T +49 611 2366 8936, www.ifidz.de.

Die Managementberaterin und Vortragsrednerin ist u.a. Autorin des Buchs „Die Führungskraft als Influencer: Wie man Mitarbeiter als Follower gewinnt“.