



QUICK TIPP

COMMUNICATE
CLEARLY - SIMPLY - FREQUENTLY

ALLES FÜR DEINEN BERUFLICHEN
UND PRIVATEN ERFOLG

Micha Barth

Inhalt

Krisenmanagement Teil 6 - Kommunikation während der Krise2

 Kommunikation während der Krise - mit Deinem Team, Stakeholdern und Kunden2

 Ein Beispiel – Kommunikation ist das was beim Gegenüber ankommt:3

 Deine Aussagen unter dem Scheinwerfer – Authentizität und Ehrlichkeit4

 Gib Deinen Mitarbeitern was sie brauchen5

 Kommuniziere klar, einfach und regelmässig7

 Offenheit und Ehrlichkeit 9

 Bestärke die Resilienzfähigkeit 10

 Finde Klarheit im Chaos 11

Gutschein 12

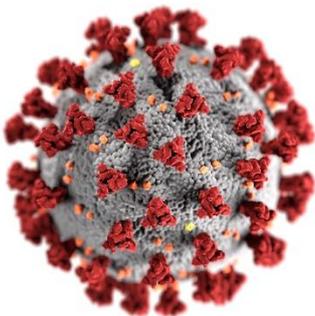
Krisenmanagement Teil 6 - Kommunikation während der Krise

Kommunikation während der Krise - mit Deinem Team, Stakeholdern und Kunden

Mit einer adäquaten Kommunikation wird es Dir gelingen, Klarheit, Resilienz und positive Ergebnisse zu erzielen, auch und vor allem in einer Krisensituation.

Krisen kommen und gehen und sie kommen in unterschiedlicher Wucht daher. Eine weltweite Pandemiekrise, wie die mit Covid19, produziert viel Stress und Ängste. Das Ergebnis ist bei vielen Menschen ein Tunnelblick. Der Fokus liegt dann nur auf dem Moment und nicht in der Zukunft und auf den Auswirkungen der aktuellen Handlung. Mittel- und langfristiges Denken gehen verloren und man neigt zu kurzfristigen Aktionismus.

Was Deine Mitarbeiter, Stakeholder und Kunden aber dringend brauchen, ist Klarheit. Lieber eine schlechte Botschaft als ein unklarer Schrecken. Den Menschen ist eine negative Wahrheit lieber als eine ungewisse Situation. Das mag für den Moment unangenehm für Dich sein, mittelfristig wird es aber Deine Reputation, Dein Ansehen und Deinen Erfolg stärken. Menschen die sich hintergangen fühlen oder angeschwindelt, auch wenn Du der Meinung bist, Du hast nicht gelogen, vertrauen Dir nicht mehr. Es dauert sehr lange, bis dieses Vertrauen wiederaufgebaut werden kann, wenn überhaupt.



Es gibt so ein Wort und es schwappt so langsam in unseren deutschsprachigen Raum über: **Behavioral Science**. Was ist Behavioral Science? Behavioral Science ist ein Teil der Verhaltensökonomie. Der Terminus Behavioral Science umschreibt die Erforschung kognitiver Prozesse in Organismen und das interaktive Verhalten verschiedener Organismen untereinander. Auf uns Menschen angewendet bedeutet das: Welche Auswirkungen hat ein bestimmtes Verhalten auf Deine Mitmenschen?!? Die Forschung in dieser Wissenschaft ist weit fortgeschritten. Mittlerweile lassen sich bestimmte

Verhaltensmuster und deren Auswirkungen in Algorithmen wiedergeben.

Das problematische an der Sache ist: Es geht nicht unbedingt nur darum was Du tust oder sagst, sondern wie es beim Gegenüber verstanden wird.



Ein Beispiel – Kommunikation ist das was beim Gegenüber ankommt:

Ein Kunde fragt Dich nach einem Liefertermin: «Herr Müller, können wir am Montag mit dem Teil rechnen?» - «Frau Elmiger, sie können wahrscheinlich am Montag damit rechnen!» Du hast nicht gesagt: «Frau Elmiger, das Teil wird am Montag bei Ihnen sein!». Nein, Du hast nichts versprochen. Aber Frau Elmiger hat verstanden: «Am Montag kommt das Teil bei mir an!». Kommt das Teil dann am Montag nicht an, wird es Dir nichts bringen, Frau Elmiger zu erklären, dass Du nichts versprochen, sondern das Wort «wahrscheinlich» verwendet hast. Das wird sie nur noch wütender machen.

Was hättest Du tun können? Entweder Du hättest Frau Elmiger klar sagen müssen: «Ich hoffe das klappt am Montag, Aber versprechen kann ich nichts, weil ich das Teil selbst noch nicht am Lager habe und ich muss mich auch auf die Zusagen meines Lieferanten verlassen. Frau Elmiger, ich möchte das sie wissen, ich tue alles was ich kann, aber ich kann es aktuell nicht versprechen!» Klare Worte! Keine Zweideutigkeiten, um Frau Elmiger jetzt mal zufrieden zu stellen und mit ihr das Thema dann am Montag zu diskutieren.

Kam es bereits zu dem Missverständnis, dass Frau Elmiger davon ausgeht, dass die Ware am Montag bei ihr eintrifft und es kommt nun zur Konfrontation...

...Was kannst Du nun tun?

«Frau Elmiger, offensichtlich habe ICH MICH da schlecht ausgedrückt. Da ich das Teil nicht am Lager hatte, hätte ich ihnen nichts zusagen dürfen. Mein Fehler! Es tut mir leid! Ich versichere Ihnen, alles zu tun, die Ware so schnell wie möglich zu Ihnen zu bekommen. Was kann ich sonst noch tun, um ihren Schaden zu minimieren?» Du nimmst den Fehler auf Dich, versicherst ihr Dein volles Engagement, entschuldigst Dich und fragst nach, was Du sonst noch tun kannst, um den Schaden möglichst klein zu halten. Sie wird sich daraufhin höchstwahrscheinlich beruhigen und Dir weiterhin Vertrauen schenken.

Was darfst Du auf keinen Fall tun?

«Frau Elmiger, da haben SIE MICH wohl missverstanden. Sie wissen doch wie die Krise ist und ich hätte da gar keine Zusagen machen können!»

Mit diesen Worten gibst Du ihr die Schuld, Dich missverstanden zu haben – Du hättest ja alles richtig gemacht – und bringst eine Offensichtlichkeit als dumme Entschuldigung. Selbst wenn Du recht hättest und sie Dich wirklich missverstanden hat, wird Dir diese Erklärung nichts bringen. Du hättest die Schlacht gewonnen, den Krieg allerdings verloren!

Gerade in der aktuellen Situation haben Deine Aussagen und Handlungen eine noch grössere Bedeutung: sie können Menschen gesund erhalten, ihnen helfen emotional besser mit der Lage umzugehen und auch eine Bedeutung in ihren Anstrengungen und Risiken zu finden, die sie für Dein Unternehmen investieren. Die einen schaffen es dieser Krise eine Bedeutung zu verleihen und andere überführen die Krise in die «neue Normalität». Aber die dritte Gruppe ist die, die am meisten leidet: entweder unter Angst ihr Leben oder finanzielle Existenz zu verlieren oder unter

der angeblichen Weltregierung, die uns nur dezimieren und bevormunden möchte. Beide Parteien der letzten Gruppe haben diese steigende der Angst vor den Unsicherheiten der Zukunft in sich und verspüren wenig bis keine Hoffnung.

Deine Aussagen unter dem Scheinwerfer – Authentizität und Ehrlichkeit



Während sich die Corona Krise immer weiter ausbreitet, werden wir Führungskräfte vor immer neue, grössere und schwierigere Herausforderungen gestellt. Damit einher gehen Kommunikationsprobleme und schwerwiegende Entscheidungen. Niemals zuvor sind die Aussagen Verantwortlicher unter einem kritischeren Licht betrachtet worden als in der gegenwärtigen Situation. Wir müssen jetzt schnell unseren Kommunikationsprozess in Ordnung

bringen. Sind wir als Führungsfiguren nicht authentisch, wird uns grosser Skeptizismus entgegenschlagen. Wir verlieren den Glauben in uns, der fast unmöglich wiederherzustellen ist.

Leider beobachten wir in unserer Arbeit genau in diesem Punkt ein Versagen vieler Führungskräfte. Insbesondere in der Covid19 Krise. Viele Führungskräfte überreagieren, springen zu schnell auf einen dahinrasenden Informationsfluss auf und versuchen vermeintlich erfolgreiche Personen zu imitieren. Wir müssen uns davor hüten in dem Informationsstrudel von Sozialen Medien einzusinken und den dort gegebenen Informationen allzu grosses Vertrauen zu schenken oder Lösungen ohne Adaption bei uns oder in unserem Unternehmen einzusetzen. Grosse Krise bringen immer grosse Anführer hervor. Grosse Anführer scheuen sich nicht eine klare Sprache zu sprechen, bei der unangenehmen Wahrheit zu bleiben, begrenzten Optimismus auszustrahlen und neue Lösungen anzuwenden, auch entgegen der Meinung der breiten Masse – wenn diese Lösungen ein grosses Potenzial für den Erfolg zeigen und im Falle des Scheiterns, die Situation nicht dramatisch verschlimmern werden.

Pause und nachdenken

Du wirst es in meinen vergangenen Artikeln immer wieder gelesen haben: mach eine Pause, tritt einen Schritt aus der Situation, Atme tief durch und betrachte die Lage von oben. Nach wie vor funktioniert eine gute Kommunikationskultur, daran hat auch SARS-Cov2 nichts geändert. Definiere Deine langfristigen Ziele, höre Deinen Stakeholdern zu und verstehe was sie meinen und halte den Dialog offen, fair und ehrlich. Auch Du kannst in dieser Krise auf Deine Erfahrungswerte zurückgreifen. Damit hast Du alle Tools in der Hand, eine widerstandsfähige Organisationsstruktur zu schaffen und kannst diese Krise dazu nutzen, gestärkt aus ihr herauszutreten – egal wie lange sie auch dauern wird.

1. Gib Deinen Mitarbeitern was sie brauchen

Umso länger die Krise dauern wird, umso grösser wird das Bedürfnis nach ehrlichen und ungeschönten Informationen. Achte darauf alle Strukturen so einzurichten, damit alle sicher sind, mental intakt bleiben und in allem was sie tun müssen, den tieferen Sinn erkennen können

2. Kommuniziere klar, einfach und regelmässig

Aufgrund der vielen Informationen die täglich auf uns einströmen und der Strom wird ja immer grösser, je länger diese Krise dauern wird – müssen die Dinge die Du von Dir gibst, in einfachen, klaren und eindeutigen Worten formuliert sein. Der Fluss an Informationen sollte verlässlich, nachvollziehbar und regelmässig fließen. Bei allem ist das Wohl Deiner Mitarbeiter im Vordergrund! Es mag Dir lästig erscheinen, aber ständige Wiederholung ist der ein ganz wichtiger Schlüssel. Wiederhole, wiederhole und wiederhole. Wiederholung prägt die Informationen in Deine Zuhörer ein

3. Offenheit und Ehrlichkeit

Du wirst niemals so viel Vertrauen brauchen, wie während einer Krise. Die Menschen können mit schlechten Nachrichten umgehen, auch wenn sie persönlich betrifft. Was Menschen nicht akzeptieren: sich belogen oder hintergangen zu FÜHLEN! Hab keine Befürchtungen die ganze, schonungslose Wahrheit zu sagen. All Deine Vorgehensweisen und Umsetzungen müssen absolut transparent sein. Es nicht die Zeit der Bevorzugung von Freunden oder alten Seilschaften. Das raubt Dir jede Glaubwürdigkeit.

4. Bestärke die Resilienzfähigkeit

Wir werden es wieder mit mehr infizierten, erkrankten, schwer erkrankten und toten zu tun bekommen. Das kann sehr angsteinflössend sein. Deshalb sind eine mentale Stärke und Widerstandsfähigkeit gegen Stress und Druck ein probates Mittel, mit diesen Umständen fertig zu werden. Kleine Erfolgsmeldungen oder Mitteilungen über positive Fortschritte, seien sie auch noch so minimal, werden Deinem Team helfen, diese Kraft zu entwickeln. Du schaffst Hoffnung und Hoffnung schafft Resilienz.

5. Finde Klarheit im Chaos

Die Krise wird ein Ende haben. Keiner weiss wann – aber ein Ende ist sicher. Hilf Deinen Mitarbeitern in dem was passiert einen Sinn zu finden. Teile ihnen eine klare Vision mit, gib ihnen einen mantraartigen Slogan – wie Euer Unternehmen um die Mitarbeiter in der Krise wachsen können und werden

Gib Deinen Mitarbeitern was sie brauchen

Jede Krise läuft nach einem bestimmten Zyklus ab. Und der mentale Zustand muss mit den Zyklen der Krise sich verändern. Die Zyklen der Krise können sich verändern, unterschiedlich lang dauern und an unterschiedlichen Orten, können die Zyklen lokal abweichen.

- **Am Anfang**

Am Anfang einer Krise ist die Kommunikation von Informationen wichtig. Wir alle haben zu Beginn von Covid19 die Presse mit grosser Aufmerksamkeit verfolgt und alles Neue verschlungen. Dann kamen die ersten Massnahmen und es war für uns Führungskräfte wichtig, diese schnell und breit zu erfahren, um sie in unseren Betrieb zu integrieren.

- **In der Mitte**

Irgendwann haben wir die Informationen nicht mehr mit dem Interesse verfolgt wie zu Beginn. Manche hatten das Bedürfnis, sich von allen Medien zu trennen und ihre positive und hoffnungsvolle Denkweise nicht weiter verfeuern zu lassen.

In dieser Phase ist es für Deine Mitarbeiter wichtig, denn Sinn der Massnahmen zu verstehen. Und diesen Sinn musst Du ihnen deutlich, glaubhaft und wiederholend versichern und erklären – so dass sie es verstehen.

Die Politik hat das in den vergangenen Monaten versäumt. Die Folge davon sind die vielen Verschwörungstheorien und Mythen über das Tragen von Masken. Mit einer breiten Informationspolitik aus dem Mund von echten Experten und Personen, die seit Jahren aufgrund ihrer Tätigkeit täglich eine Maske tragen müssen und keine der «frei erfundenen» Gefahren erleben, wären die Spaltungen innert der Bevölkerung grösstenteils ausgeblieben.

- **Am Ende**

Am Ende der Krise heisst es, den Scherbenhaufen der unweigerlich entstehen wird, zu beseitigen. Auch in dieser Phase ist der Sinn in allem für Deine Mitarbeiter wichtig. Es ist Deine Verantwortung diesen Sinn zu geben: klar, einfach und verständlich. Damit beginnst Du am Besten sehr vorsichtig bereits dann, wenn der erste Silberstreifen am Horizont zu erkennen ist.

Plane voraus. Antizipiert die Bedürfnisse Eurer Mitarbeiter. Holt alle Teamverantwortlichen mit ins Boot, denn diese sollten ihre Mitarbeiter gut kennen und wissen, was sie brauchen. Auch so kann man die Qualitäten derjenigen erkennen, die man als Verantwortliche eingesetzt hat und ob diese zukünftig Dein Vertrauen noch verdienen oder sogar noch mehr Vertrauen erhalten sollten.



Kommuniziere klar, einfach und regelmässig

Die Unsicherheit, die unter den Menschen aktuell herrscht, ist unglaublich gross. Diese Unsicherheit ist der Auslöser und Ursache vieler Gerüchte, Theorien und Mythen. Die meisten sind überfordert mit den vielseitigen Meinungen und dem gewaltigen Informationsangebot. Deshalb, mach und sag es mit einfachen, klaren, plakativen Worten. Denn je komplizierter und abstrakter das ist, was Du sagt, umso schwieriger ist es für die Menschen, diese Informationen zu verarbeiten und umzusetzen.

Verweise Deine Mitarbeiter **nicht** auf externe Quellen. Als Arbeitgeber solltest Du davon ausgehen, dass nicht die Wahrheit oder Wissenschaftlichkeit einer Information die Grundlage ist etwas zu glauben. Die meisten Menschen neigen dazu, der Quelle zu glauben, die das Behauptet, was Deine Leute ohnehin geneigt sind zu glauben.

Wie solltest Du Informationen vermitteln

Sprich Anweisungen aus – keine Verbote!



Ich habe vor Jahren eine interessante Dokumentation einer Verhaltensforscherin gesehen. In einem Park gab es grosse Grünflächen, die neu eingesät wurden. Wie könnte man die meisten Menschen davon abhalten den Rasen zu betreten? Auf einer der Flächen stand ein Schild, mit der Aufschrift: «Betreten des Rasens verboten» und auf einer anderen Fläche «Bleiben sie bitte auf den Wegen». Was denkst Du, was passierte? Das Schild mit «Betreten verboten» verlockte, die Fläche zu betreten. Selbst vernünftige

Erwachsene mussten mit einer Schuhspitze auf die Fläche treten. Wohingegen die Fläche mit der Aufforderung «auf den Wegen zu bleiben», 30x weniger von Personen betreten wurde.

Eine Steigerung konnte noch erreicht werden, durch das folgende Schild: «Bleiben Sie auf den Wegen. Wir haben für Sie neu angesät, damit sie demnächst diese schöne Wiese für sich benutzen können.» Ein «tu das» und ein Sinn, warum das zu tun ist, ist praktisch eine Garantie für die Umsetzung durch die absolut überwiegende Mehrheit. Wohingegen die Begründung auf den Schild mit der Aufschrift «Betreten verboten», praktisch keinen Nutzen zeigte.

Wiederholung, Wiederholung, Wiederholung

Auch ich habe die Macht der Wiederholung lange unterschätzt. Wenn ich heute in Keynotes oder auf Workshops klare Informationen durchsetzen will, mache ich das auf die folgende Methode (und diese Methode funktioniert wirklich gut und ist wissenschaftlich belegt):

1. Ich beginne bereits in der Einleitung mit den «Anweisungen» der Lektion
2. Nach jeder Botschaft fasse ich die Nachricht zusammen und wiederhole die Anweisungen
3. Am Ende der «Lektion», wiederhole ich langsam die Anweisungen
4. Jede Lektion dauert maximal 45 Minuten, denn das ist die Aufmerksamkeitsspanne von uns Menschen – MAXIMAL 45 Minuten am Stück
5. Pause
6. Nach der Pause wiederhole ich die Anweisungen der vorigen Lektion
7. Ich beginne mit der neuen Lektion bei dem ersten Punkt
8. Am Ende des Tages wiederhole ich alle Anweisungen des Tages, und mache am nächsten Tag bei erstens weiter
9. Am Ende eines Workshops wiederhole ich alle Anweisungen des Workshops

Das lässt sich auf alles anwenden, was Du Deinen Mitarbeitern vermitteln willst, Deinen Kindern einschärfen willst oder bei Deinem Aufsichtsrat oder Vorstand durchsetzen möchtest. Das mantraartige Wiederholen der Botschaften ist eine mächtige Waffe. Bleibe bei Anweisungen oder Bitten, erkläre und begründe mit einfachen Worten und wiederhole immer wieder.



Only Do's! Any Dont's!

Ganz wie beim Sport die Wiederholung den Erfolg bringt, so auch im Aufnehmen, Verarbeiten und Einprägen neuer Informationen.

Du musst den Job auch nicht allein übernehmen. Es gibt in jedem Bereich oder für jedes Thema Leute in einem Unternehmen, denen dort besonders viel Vertrauen entgegenbracht wird. Nutze diese Menschen, um Deine wichtigen Botschaften in den Köpfen Deiner Mitarbeiter zu verfestigen.

Offenheit und Ehrlichkeit

Nachdem die wichtigsten Kernbotschaften vermittelt wurden, wird es notwendig die Ängste und eventuelle Traumata zu behandeln. Gute Führungskräfte stärken dafür das Selbstvertrauen ihrer Mitarbeiter. Führungskräfte, die es nicht schaffen Selbstvertrauen in ihrer Belegschaft aufzubauen, denen wird auch wenig Vertrauen geschenkt. Somit Deine Mitarbeiter, Stakeholder oder Kunden nur den geringsten Zweifel an Deiner Vertrauenswürdigkeit spüren, und das geht schnell und leicht, verlieren sie auch das Vertrauen in alle Deine Fähigkeiten. Um Vertrauen zu generieren musst Du folgendes tun:

Bleibe bei Fakten – schonungslos

Versuche nichts kleinzureden, schönzureden oder zu spekulieren. Während einer Krise bei den Fakten zu bleiben, auch wenn sie unangenehm sind oder sogar persönlich sehr schmerzhaft für die Betroffenen, werden das Vertrauen ihrer Organisation gewinnen. Vielleicht nicht den Sympathiepreis, aber das Vertrauen.



Umso grösser Dein Kontrollzwang ist, umso geringer wird Deine Bereitschaft sein, Nachrichten weiterzugeben, die nicht auf breite positive Resonanz stossen. In meiner Arbeit ist dieser Umstand ausnahmslos zu erkennen: wird ein Unternehmen durch Micromanagement geführt, herrscht ein Klima des generellen Misstrauens unter allen. Niemand traut niemand.

Wenn Du etwas nicht mit der absoluten inneren Überzeugung sagen kannst, dann sag es nicht! Mache keine Vermutungen: «Im April 2021 werden wir alles wieder wie immer machen können». Abgesehen davon, dass die Formulierung «alles wie immer» auf einem antiquierten und innovationslosen Denken fusst, weisst Du nicht, ob im April 2021 wieder alles normal laufen wird.

Sei transparent

Transparenz bildet Vertrauen. Firmen die Offen und Ehrlich kommunizieren, auch über Probleme und Schwierigkeiten, erhalten das Vertrauen des Marktes. Gerade in schwierigen unternehmerischen Situationen wird es das Vertrauen in Dich und Dein Unternehmen stärken, wenn Du Dir in die Karten schauen lässt und einen Einblick in Dein Unternehmen gibst. Die Mitarbeiter, Stakeholder und Kunden können Dein Bemühen erkennen und werden es honorieren. Ausserdem

wirst Du überrascht sein, wie viele Menschen gerne ihre Hilfe anbieten. So erhältst Du unter Umständen von einem erfahrenen Unternehmer ein Mentorat, die ähnliche Situationen schon gemeistert haben oder einfache, aber praktische Tipps über LinkedIn.

Beziehe andere in Entscheidungsprozesse mit ein

Lass Deine Stakeholder an Deinen Entscheidungen und den damit verbundenen Prozessen teilnehmen. Nicht nur, dass Du damit Deine Transparenz demonstrierst. Du nimmst Deine

Stakeholder mit in die Verantwortung. Wenn sie die Entscheidung mit getroffen haben, werden sie auch eher bereit sein, die Folgen der Entscheidung mit Dir zu tragen, auch wenn sie negativ sein sollten.

Zeig Deine Verletzbarkeit

Es war auch für mich sehr schwer zu lernen, mich nicht als den unverwundbaren und unverletzlichen darzustellen. Wir glauben immer noch, Verletzlichkeit und das Zeigen der Verletzlichkeit, lässt schwach wirken. Aber genau das Gegenteil ist der Fall. Wer seine Verletzlichkeit und Schwächen offen zugibt, der ist stark und wird als stark wahrgenommen!

Sei das Vorbild

Wie in der Kindererziehung Deine Worte weniger wert haben als Dein Vorbild, so ist es auch in Deinem Unternehmen. Wenn Du also erfolgreich Massnahmen durchsetzen möchtest, dann zeig Deinen Mitarbeitern, wie Du selbst diese Massnahmen beachtest. Zeige eher mehr als Du forderst! Deinen Worten wird nur 10% der Beachtung zukommen. Dein vorbildliches Vorlegen mindestens 6x so viel!

Bestärke die Resilienzfähigkeit

Mit der Stärkung der Resilienz in der Krise zu beginnen ist schwierig. Solltest Du es versäumt haben, Deine eigene Stressresilienz oder die Deiner Mitarbeiter aufzubauen und ständig zu stärken, ist dieser Prozess nun umso wichtiger und mit einem grösseren Aufwand verbunden. Er ist allerdings unvermeidlich wichtig.

Gib positive Nachrichten weiter

Jeder kleine Erfolg, jede kleine positive Information, ein aufmunternder Satz oder ein kleiner Anlass, unter Beachtung der Schutzvorkehrungen, stärken Deine Widerstandsfähigkeit und die Deiner Mitarbeiter. Nutze alle Gelegenheiten, die sich bieten.

Hilfe zu Selbsthilfe

Hilf Deinen Mitarbeitern bei ihren Herausforderungen, auch im Privaten. Vielleicht brauchen sie Unterstützung in der Kinderbetreuung, mehr Homeoffice Zeiten oder besondere Schutzvorkehrungen. Gib Deinen Mitarbeitern die Möglichkeit sich gegenseitig auszuhelfen, wenn nötig auch mit bezahlter Freizeit.

Ein schönes Beispiel habe ich von einer Zürcher nonprofit und nongovernment Organisation erfahren: alle Mitarbeiter die mehr als 30 Minuten im ÖV verbringen müssten, um zur Arbeit zu gelangen, erhalten während der Krise einen kostenlosen Dienstwagen zur Verfügung gestellt, damit sie sicher und geschützt zur Arbeit kommen können und Wertschätzung und Dankbarkeit für ihren Einsatz erfahren. Das Unternehmen Carvolution macht solche Prozesse sehr einfach und flexibel.

Baue Gemeinschaften auf

Fördere den Zusammenhalt in Deiner Firma. Menschen sind gerne Teil einer Community. Gib ihnen den Rahmen und die Möglichkeiten. Forschungen kommen immer wieder zum Ergebnis: soziale Bindungen machen den Mensch stärker und widerstandsfähiger.

Finde Klarheit im Chaos

Der Suche nach dem Sinn einer Sache, wächst überproportional in Krisenzeiten. Für viele ist der Arbeitsplatz ein Ort, an dem sie diesen Sinn genau dann finden. Studien haben ergeben, dass Arbeitnehmer die Sinn oder Erfüllung in ihrer Arbeit sehen, 25% mehr Performance an den Tag legen als diejenigen ohne Sinn in ihrer Tätigkeit. Du gibst einer Arbeit Sinn. Deine Aufgabe als Führungskraft ist, diesen Sinn zu vermitteln. Nicht den Sinn den Du darin siehst. Sondern den Sinn den Thomas braucht, den gibt Thomas. Roger gib den Sinn, den er braucht und Rebecca den Sinn, den sie braucht. Ja das ist mit viel Arbeit verbunden. Aber Deine Arbeit als Führungskraft ist es, mit Menschen zu arbeiten und nicht an der Arbeit.

Wie kannst Du Sinn stiften?

Setze klare Ziele und gib den Weg vor

Dabei hilft Dir Dein und das durch Wiederholung in Deine Belegschaft eingeschrärfte Mantra. Lass Dich am besten von einer Agentur beraten. Erprobe es und führe es ein, nachdem Du Dich überzeugt hast, damit können meiner Mitarbeiter «leben».

Durch Covid19 könnte ein Mantra sein:

- «Es ist O.K., wenn wir in dieser Lage nicht genauso produktiv sind, wie ohne Covid19. Wir bleiben gesund und auch voller Freude»
- «Wir können auch in dieser neuen Zeit präsent und erfolgreich sein. Durch Gesundheit und Freude»
- «Auch wenn wir fallen, fallen wir nach vorne und niemals zurück»

Es muss nichts gross Ausgeklügeltes sein. Nur etwas mit einer positiven Botschaft und leicht Einzuprägendes.

Ermittle den tieferen Sinn

Du musst es schaffen, Deinen Mitarbeitern das grosse und ganze Bild zu vermitteln und den tieferen Sinn zu vermitteln. Finde die gemeinsame Mission, von Deinen Mitarbeitern und Dir. Sei grosszügig und belohne kleine Fortschritte und Erfolge. Das muss nicht nur mit Geld passieren. Es kann ein kleines Präsent sein, ein dickes Lob, ein halber Tag Freizeit, aber auch mal ein Stutz mehr im Sack.

Ich hatte mal einen Kunden, der sagte: «Lob darf man nur für aussergewöhnliche Taten aussprechen, Lob darf nichts alltägliches sein». Dementsprechend schaffte er es aber auch, 8

Jahren, 4-mal die gesamte Belegschaft auszuwechseln und keiner wollte jemals zurückkommen. Er ging Konkurs, auch ohne Krise. Wobei das nicht sein einziges Problem war. Lob muss etwas Alltägliches sein. Lob kostet nichts und bringt so wahnsinnig viel. Und Lob stiftet unglaublich viel Sinn!

Förder den Dialog

Wenn Mitarbeiter miteinander sprechen, dann ist ein wunderbarer Austausch. Auch wenn das persönliche Sachen sind und nichts mit der Arbeit zu tun hat. Den Dialog, den Deine Mitarbeiter über private Sachen haben, die gleiche Qualität werden sie in ihren Gesprächen über die Verbesserungsmöglichkeiten in ihrer Arbeit an den Tag leben.

Wenn Deine Mitarbeiter Angst davor haben, in einem privaten Gespräch erwischt zu werden, werden sie auch über die Arbeit nicht miteinander sprechen. Aus Angst davor, dass Du denken könntest, sie sprechen über etwas privates.

Frage auch Deine Mitarbeiter einzeln, wie sie sich fühlen, wie es ihnen geht, wo sie gerne etwas verändern oder verbessern würden und was gut läuft. Ja, da kann es passieren, dass Du Kritik einstecken musst. Und deshalb beschäftige ich mich in der nächsten Zeit mit dem Umgang mit Kritik.

Gutschein

businessMENTORING

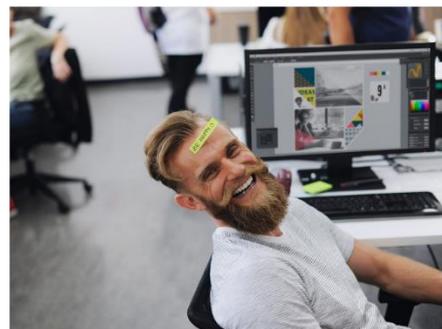
**Power Strategie
Gespräch**

**30 Minuten
wir schenken sie Dir**

- Absolute Klarheit über Deine eigenen Ziele finden
- Deine negativen Glaubenssätze aufspüren, die Dich aufhalten
- Einen Aktionsplan erstellen, um Deine spezifischen Ergebnisse zu erreichen

businessMENTORING

Micha 'Barth
personalMENTORING
businessMENTORING



www.michabarth.com

Gehe einfach www.michabarth.com/contact, fülle das Formular aus und einer unserer Spezialisten wird sich wegen Deines persönlichen Termines bei Dir melden.

Dein Team von Micha M. Barth

Micha 'Barth

Personal Men Mentoring

Micha M. Barth Personal Men Mentoring
Mosenstr. 7 CH 6286 Altwis (LU)