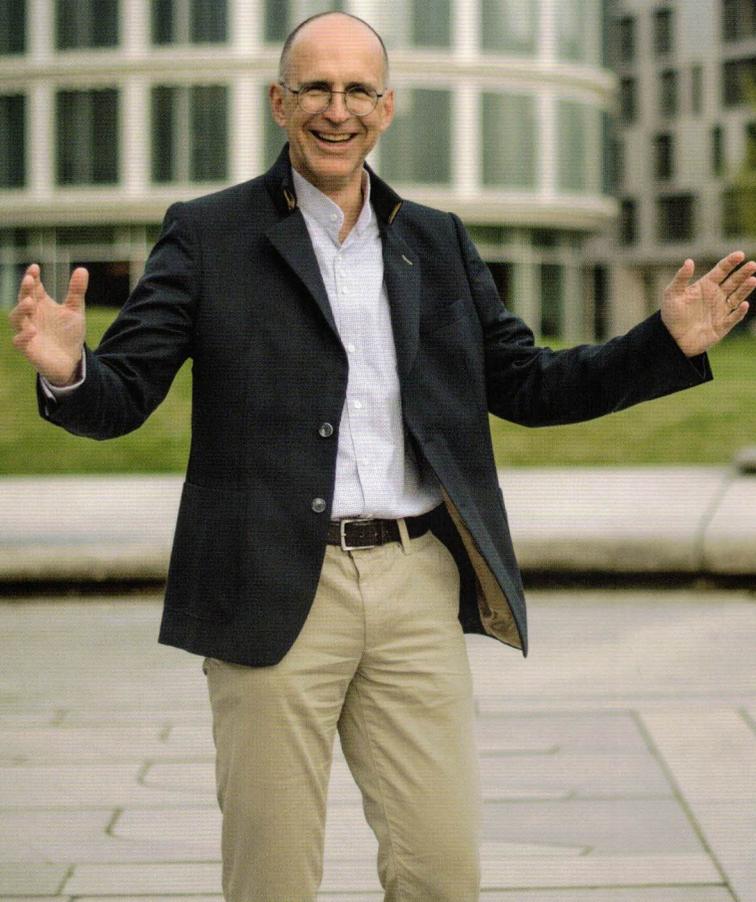


Redet miteinander!



Tipps für gelungene Kommunikation zwischen Jung und Alt



Seit 30 Jahren verhilft Rhetoriktrainer Peter Flume seinen Seminarteilnehmern zu erfolgreichem Sprechen. (Bildquelle: Tom Pingel)

Generationen-Konflikte in Unternehmen sind voll von Protesthaltung und Vorurteilen. Kein Wunder, dass uns der jeweils andere unproduktiv und verstockt erscheint. Wie Jung und Alt erfolgreich miteinander reden können, erklärt Rhetoriktrainer Peter Flume.

Am Beginn steht das Zuhören

Egal wie alt der Mensch ist, der Ihnen gegenüber sitzt, um sich auf ihn einzustellen, sollten Sie genau hinhören. Dazu gehört auch, den Menschen zum Erzählen zu ermutigen, Fragen zu stellen und den anderen ausreden zu lassen. Interesse zeigen hilft immer, um eine gemeinsame Basis zu finden. Ganz gleich, ob der Gesprächspartner 16 oder 66 Jahre auf dem Buckel hat. Innere Einstellung überdenken: Wenn Generation Golf glaubt, junge Leute seien faul, doof und hängen nur am Smartphone, während Digital Natives denken, alle Kollegen über 50 wären uncool und hängengeblieben, dann sind Verständigungsprobleme vorprogrammiert. Sensibilisieren Sie sich, zeigen Sie Bereitschaft für produktive Kommunikation und gehen Sie offen auf Kollegen zu. Diese Haltung können Seminare und Workshops unterstützen. Die Grundeinstellung muss aber bei allen Betroffenen von innen kommen.

Miteinander Lösungen finden

Ob Jung oder Alt, Menschen haben unterschiedliche Meinungen und Wünsche. Statt vorneweg junge Kollegen als unerfahren oder ältere Mitarbeiter als stehengeblieben zu verurteilen, gilt es bei aufkommenden Problemen im Job, mit gegenseitiger Wertschätzung und offenem Ergebnis ins Gespräch zu kommen. Gelingt der offene Austausch, sind konstruktive Lösungen das Ergebnis.

Erklären, erklären, erklären

Heute 16- bis 25-Jährige sind anders aufgewachsen, als die Generation der Babyboomer. Unter Respekt kann etwa ein 57-Jähriger kritiklose Unterwürfigkeit verstehen, während eine 23-Jährige Kommunikation auf Augenhöhe damit gleichsetzt. Wer will, dass der Andere seine Werte und Motivation versteht, muss diese vorleben und erläutern. In einer diversen Welt gibt es Erklärungsbedarf.

Bereitschaft zur Veränderung

Messenger statt E-Mail, Skype statt Meeting, Smartphone statt PC. Nicht alle Gewohnheiten der jüngeren Generation sind negativ. In Sachen schneller, digitaler Kommunikation können viele Ältere noch etwas lernen. Auf der anderen Seite können und sollten jüngere Mitarbeiter bereit sein, sich an gewachsene Strukturen und traditionelle Gepflogenheiten im Business zu gewöhnen.

Wertschätzung kultivieren und zeigen

Wenn sich ein junger Mensch von seinen Helikoptereltern frei macht und im Unternehmen sein Bestes gibt, sollte das wertgeschätzt werden. Chefs sollten loben, wenn Lob angebracht ist und nicht nur tadeln. Junge Kollegen sollten so agieren, wie sie es sich von älteren Vorgesetzten wünschen: Offene, ehrliche Kommunikation, Zuhören an den richtigen Stellen und die Arbeit an der gemeinsamen Sache. Niemand muss den anderen mit Samthandschuhen anfassen. Chefs dürfen verlangen, dass Mitarbeiter sich dem Unternehmen und seiner Kultur anpassen.

Wichtig ist es allerdings, die Weichen zu stellen für ein reibungsloseres Miteinander im Arbeitsalltag.

**Gemeinsam
zum Erfolg.**

Kollegen einbinden

Viele der jungen Menschen standen im Mittelpunkt der Aufmerksamkeit und Fürsorge ihrer Eltern. Derart im Fokus zu stehen, erwarten sie nun auch von ihren Chefs und den Kollegen im Team. Ältere sollten die „Sozialisierung“ unterstützen, indem sie Jüngeren immer wieder deutlich machen, wie sich ihr Verhalten, Engagement und ihre Kommunikation auf das Miteinander im Team auswirken kann. Führungskräfte sollten mit dem gesamten Team daran arbeiten, dass neue Teammitglieder – egal welchen Alters – als Bereicherung empfunden werden und ihren Platz in der Gemeinschaft schnell finden.

Der Autor:

Rund 30.000 Seminarteilnehmer hat Rhetoriktrainer Peter Flume während der vergangenen 30 Jahre eloquenter, selbstsicherer und beruflich erfolgreicher gemacht. Der Autor von 19 Fachbüchern ist bekannt für die Nähe seiner Methoden zu Schauspiel und Theater. Zu Flumes Kunden gehören Konzerne, DAX-Unternehmen und erfolgreiche Mittelständler. www.rhetoflu.com