



Coaches.at - Newsletter 4. Quartal 2009

Was Sie als Sitzungsleiter/in tun können, um für spannende, informative und produktive Sitzungen und Besprechungen zu sorgen.



Was ist bei Besprechungen zu beachten ?

- In den meisten Fällen wird eher zu wenig als zu viel informiert. Bedenken Sie: Die reine Aufnahme von Informationen (als Datenspeicherung) ist anstrengend und ermüdend. Reichern Sie Informationen mit Hintergrunderklärungen, Bildern, emotionalen Komponenten, kleinen Geschichten und starkem Alltagsbezug an. Überlegen Sie immer, wie Sie die Dinge am besten „hinüber bringen“ und was auf jeden Fall „hängen bleiben“ muss.
- Das Wichtigste an einer Sitzung ist die gute Vorbereitung. Eine Sitzung oder Informationsveranstaltung sollte genau so lang vorbereitet werden, wie sie dauert. Eine gute Sitzung braucht eine Art Drehbuch, eine Regie, einen Spannungsbogen wie ein guter Film. Ordnen Sie die einzelnen Informationsblöcke in eine sinnvolle und spannende Reihenfolge (wie die Szenen eines Films). Bauen Sie Wiederholungen ein. Dokumentieren Sie das Wichtigste im Protokoll.
- Nicht, was Sie sagen, ist wichtig, sondern das, was ankommt und behalten wird. Auch wenn Sie ein Meeting oder eine Sitzung noch so gut vorbereiten, auch wenn Ihre Worte begeisternd und motivierend sind und Ihre Mitarbeiter erreichen, vergessen Sie nie zu überprüfen, welche Ihrer Aussagen wie angekommen sind. Natürlich wäre es plump, die Mitarbeiter einfach Ihre Worte wiederholen zu lassen.

Stellen Sie auf andere Weise sicher, dass die wichtigsten Informationen verstanden und verarbeitet wurden. Fragen wie: „Was bedeutet das für die Umsetzung? Welche Ideen haben Sie dazu? Welche Herausforderungen könnten auf uns zukommen?“ wirken oft Wunder. Und indirekt erhalten Sie Hinweise, wie Ihre Informationen verarbeitet wurden. Reden und reden lassen sollten sich die Waage halten.

- Typengerechte Informationsaufbereitung: In einem verbreiteten Typenmodell wird - bezogen auf die Wahrnehmungskanäle - zwischen visuellen, auditiven und kinästhetischen Typen unterschieden. Der visuelle Typ braucht geschriebene Informationen, Bilder, im Idealfall im Rahmen einer PowerPoint-Präsentation, ein detailliertes Protokoll und zur Vorbereitung für Diskussionen ein Vorab-Papier oder ein Handout. Dem auditiven Typen ist es wichtig, Informationen zu hören, erklärt zu bekommen, zu diskutieren und verschiedene Meinungen auszutauschen. Der kinästhetische Typ will die Dinge „begreifen“, angreifen, überlegt die praktische Umsetzung, verlangt nach Warenmustern, Prototypen, Materialproben und Ähnlichem.

Wenn Sie wissen, welcher Persönlichkeitstyp Sie sind, denken Sie daran, dass Ihre Mitarbeiter ganz andere Typen sein können, und bereiten sie Informationen immer multimedial und typengerecht auf

- Verschiedene Kommunikationsarten: Nicht immer ist es notwendig, Informationen mündlich (im Rahmen von Gesprächen oder Sitzungen) weiterzugeben. Immer öfters wird direkte Kommunikation durch SMS oder E-Mails abgelöst. Diese Form ist immer dann geeignet, wenn der Sachaspekt und der Inhalt einer Botschaft im Vordergrund stehen. Sind jedoch die Qualität der Umsetzung, die Art und Weise, wie und in welchem Wertekontext etwas gemacht werden soll, wichtig, geht es um persönliche Wertschätzung oder um psychologisch heikle Themen, ist ein persönliches Gespräch von Vorteil. Achten Sie stets darauf, welcher Aspekt im Vordergrund steht und wählen Sie die passende Kommunikationsform.

Wir haben zum Beispiel schon erlebt, dass eine Kündigung nach fünfjähriger Zusammenarbeit per Mail ausgesprochen wurde. Davon können wir auf Basis unserer Werte und Erfahrungen nur abraten. Kein Mitarbeiter empfindet diesen Weg als wertschätzend, viele offene Fragen können nur schwer beantwortet werden und einvernehmliche Abwicklungen ohne schlechte Nachrede werden erschwert.

Mag. Gerhard Ratz

