

WLADISLAW JACHTCHENKO

Das Geheimnis der erfolgreichen Alltagskommunikation

Werde zum
Kommunikations-Genie

**SPIEGEL
Bestseller-
Autor**

Besser
Lesen

Besser
Reden

Besser
Schreiben

Besser
Zuhören



Remote
Verlag

WLADISLAW JACHTCHENKO

Das Geheimnis der erfolgreichen Alltagskommunikation

**Werde zum
Kommunikations-Genie**

Besser
Lesen

Besser
Reden

Besser
Schreiben

Besser
Zuhören

 **Remote**
www.remoteverlag.de

Haftungsausschluss:

Die Ratschläge im Buch sind sorgfältig erwogen und geprüft. Alle Angaben in diesem Buch erfolgen ohne jegliche Gewährleistung oder Garantie seitens des Autors und des Verlags. Die Umsetzung erfolgt ausdrücklich auf eigenes Risiko. Eine Haftung des Autors bzw. des Verlags und seiner Beauftragten für Personen-, Sach- und Vermögensschäden oder sonstige Schäden die durch die Nutzung oder Nichtnutzung der Informationen bzw. durch die Nutzung fehlerhafter und/oder unvollständiger Informationen verursacht wurden, sind ausgeschlossen. Verlag und Autor übernehmen keine Haftung für die Aktualität, Richtigkeit und Vollständigkeit der Inhalte ebenso nicht für Druckfehler. Es kann keine juristische Verantwortung sowie Haftung in irgendeiner Form für fehlerhafte Angaben und daraus entstehende Folgen von Verlag bzw. Autor übernommen werden.

Sollte diese Publikation Links auf Webseiten Dritter enthalten, so übernehmen wir für deren Inhalte keine Haftung, da wir uns diese nicht zu eigen machen, sondern lediglich auf deren Stand zum Zeitpunkt der Erstveröffentlichung verweisen.

Bibliografische Informationen der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.dnb.de> abrufbar.

1. Auflage

© 2022 by Remote Verlag, ein Imprint der Remote Life LLC, Oakland Park, US

Alle Rechte vorbehalten. Vervielfältigung, auch auszugsweise, nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlages.

Redaktion: Marie Mika

Lektorat und Korrektorat: Lena Bauer, Fabian Galler

Umschlaggestaltung: Verena Klöpfer

Satz und Layout: Verena Klöpfer

Grafiken: Verena Klöpfer

ISBN Print: 978-1-955655-46-0

ISBN E-Book: 978-1-955655-47-7

www.remote-verlag.de

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung: Über die Vielfalt der Kommunikation

2. Die zehn Grundgesetze der Kommunikation

3. Die vier Wege der Kommunikation Die fünf Aufgaben einer sehr guten Rednerin

- a) Besser reden
- b) Besser zuhören
- c) Besser schreiben
- d) Besser lesen

4. Kurze Kommunikationstipps für häufig auftretende Stresssituationen

- a) Tipps für das Konfliktmanagement
- b) Tipps für besseres Feedback
- c) Tipps für eine bessere Selbstvorstellung
- d) Tipps für frische Führungskräfte
- e) Tipps für Eltern
- f) Tipps für Liebende
- g) Tipps für Social Media

5. Schluss: Die Vielfalt der Kommunikation in deinem Alltag stärken

1. Einleitung:

Über die Vierfalt der Kommunikation

Die Qualität deiner Alltagskommunikation bestimmt nicht nur deinen Erfolg, sondern auch die Qualität deiner Beziehungen. Doch leider vernachlässigen die meisten von uns ganze 75 Prozent der Alltagskommunikation¹. Für die meisten Menschen bedeutet kommunizieren lediglich, sich selber mitzuteilen. Wir betrachten Kommunikation nicht selten als Einbahnstraße: «Der andere soll mich verstehen – und wenn er das nicht tut, dann fehlt es ihm einfach an Empathie!» Beim Kommunizieren geht es den meisten, auch wegen des wachsenden Zeitmangels, lediglich um das Senden der eigenen Meinung, statt um echten Austausch.

Im Gegensatz dazu wird ein Kommunikations-Genie die Alltagskommunikation sowohl in ihrer **Vielfalt** als auch in ihrer **Vierfalt** verstehen: Das Reden, das Schreiben, das Zuhören und das Lesen sind in Wahrheit vier gleichberechtigte Anteile einer erfolgreichen Kommunikation im Beruf und im Privatleben. Nur wer diese Vierfalt meistert, kann ein erfolgreicher Kommunikator werden.

Streit, Missverständnisse und Konflikte in unserem Leben rühren daher, dass wir mindestens einen dieser vier Bereiche der Kommunikation noch nicht ausreichend beherrschen. An dieser Stelle vier kurze Fragen an dich:

1. Wo hast du das letzte Mal das *Reden* trainiert?
2. Wo hast du das letzte Mal das *Schreiben* trainiert?
3. Wo hast du das letzte Mal das *Zuhören* trainiert?

4. Wo hast du das letzte Mal das *Lesen* trainiert?

Diese vier Fragen machen schnell deutlich, dass wir die Kommunikation als selbstverständlich ansehen und die vier Wege der Kommunikation alles andere als regelmäßig trainieren. Schließlich reden wir täglich, hören täglich zu, schreiben täglich (vor allem E-Mails) und lesen täglich (vor allem E-Mails und Chatnachrichten). Obwohl wir täglich diese vier Wege der Kommunikation nutzen, machen wir uns nur sehr selten Gedanken darüber, wie wir diese vier Kommunikationsfähigkeiten verbessern und trainieren können.

Auf die erste Frage sagen die meisten Menschen, dass sie das Reden natürlich von ihren Eltern gelernt und in einigen Fällen ein Kommunikations- oder Rhetoriktraining in der Firma absolviert haben. Auf die zweite Frage antworten die meisten, dass sie das Schreiben in der Schule gelernt haben. Auf die dritte Frage kommt meist die Antwort, dass das Zuhören noch niemals Teil eines Trainings war – weder in der Schule noch in der Ausbildung. Schließlich antworten bei der Frage nach dem Lesetraining die meisten, dass sie das Lesen als Kinder gelernt haben, und verstehen nicht so ganz, wie man das Lesen trainieren kann und wofür genau das sinnvoll sein soll.

In diesem Buch möchte ich dir ein Geheimnis erfolgreicher Alltagskommunikation offenbaren:

Ein Kommunikations-Genie kann nur werden, wer alle vier Wege der Alltagskommunikation versteht, durchdringt und in jeder Kommunikations-Situation den richtigen Weg auf die richtige Art und Weise wählt.

Nach der Lektüre dieses Buches wirst du in der Lage sein, nicht nur selber deine Botschaften klarer zu kommunizieren, sondern auch die Botschaften der anderen besser zu verstehen und dadurch die Qualität deiner Beziehungen und deinen Erfolg im Leben steigern.

Das Buch startet mit den zehn Grundgesetzen der Kommunikation, die in jeder Kommunikation Anwendung finden - sowohl im Privat- als auch im Berufsleben. Anschließend schauen wir uns die vier Wege der Kommunikation (reden, schreiben, zuhören, lesen) ganz genau an und ich gebe dir praxistaugliche Tipps, die du sofort in deiner Alltagskommunikation anwenden kannst. Im zweiten Teil des Buches gibt es dann Tipps für einzelne Personengruppen - wie Konfliktparteien, Feedbackgeber, Führungskräfte, Eltern und Liebende - für häufig auftretende Stresssituationen im Kontext der Kommunikation.

Jede erfolgreiche Kommunikation wird sich aber an den zehn Grundgesetzen der Kommunikation ausrichten. Was sind nun diese Grundregeln und warum sind sie so wichtig? Genau darum geht es im nächsten Kapitel.

2. Die zehn Grundgesetze der Kommunikation

In jedem Bereich gibt es fundamentale Regeln, die man beachten sollte, wenn man es zur Meisterschaft bringen will. So ist es auch mit der Alltagskommunikation. In diesem Abschnitt möchte ich dir die zehn Grundgesetze der Kommunikation erläutern, welche dir in jeder Situation helfen werden. Sie gelten für berufliche Meetings, private Auseinandersetzungen sowie für die Online-Kommunikation. Je mehr du dich an alle diese Gesetze hältst, desto erfolgreicher wirst du kommunizieren. Anders ausgedrückt: Je mehr dieser Grundgesetze du im Austausch mit anderen verletzt, desto mehr besteht die Wahrscheinlichkeit, dass es zu Missverständnissen oder sogar Konflikten kommen wird.

Woher kommen eigentlich die zehn Grundgesetze der Kommunikation? Haben die Götter sie mir diktiert oder wurden sie uns von alten Philosophen überliefert? Die Antwort ist ganz einfach: Ich habe über 10.000 Menschen in meinem Netzwerk befragt, was sie in der Alltagskommunikation am meisten stört. Es ergaben sich klare Muster und trotz der Vielzahl der Antworten ließen sich alle Störfaktoren in zehn Kategorien unterteilen. Anschließend habe ich diese zehn negativen Störfaktoren positiv umformuliert. So entstanden die zehn Grundgesetze der Alltagskommunikation. Nun wird es Zeit, sie genauer unter die Lupe zu nehmen.

Erstes Gesetz: Habe eine echte Bereitschaft, den anderen zu verstehen!

Die meisten Teilnehmer meiner Umfrage beschwerten sich darüber, dass ihnen der andere nicht zuhören kann oder nicht zuhören will. Die Offenheit, sich den Argumenten und der Perspektive des anderen zu öffnen, scheint eine Seltenheit in der Alltagskommunikation zu sein. Viele Menschen sind ichbezogen und möchten in einem Dialog dem anderen ihre Agenda und ihre Meinung aufdrücken. Das sieht man am besten daran, dass Menschen sich unglaublich häufig gegenseitig unterbrechen und einander letztlich nicht aufmerksam zuhören wollen.

Die Ursache für die fehlende Offenheit beim Empfangen von Informationen ist, dass fast jeder Mensch sich im Recht fühlt. Jeder hat sich über die Zeit ein Denksystem gebaut, das in sich stimmig ist. Die Rechthaberei ist der Ausfluss dieses eigenen Denksystems und ein weitverbreitetes Phänomen, welches dazu führt, dass Menschen nicht zuhören wollen. Doch wenn man es zu Ende denkt, erkennt man, dass der andere die Welt ebenfalls durch seine ganz eigene Brille sieht und ein völlig anderes Denksystem aufgebaut hat. So prallen zwei Denksysteme aufeinander und verhindern oftmals, dass ein aufeinander Eingehen stattfindet. Dabei ist es nur allzu vernünftig, in das Weltbild des anderen im Gespräch einzutauchen. Denn wer garantiert dir, dass dein Denksystem in allen Punkten richtig ist? Sicherlich wirst du Annahmen über die Welt und die Menschen aufgestellt haben, die mit der Realität übereinstimmen. Doch es wird auch Annahmen geben, die fehlerhaft sind. So ergeht es jedem. Jeder hat seine eigenen Annahmen, die durch die Eltern, das Schulsystem und den Freundeskreis über Jahre gewachsen sind. Ein

professioneller Kommunikator wird jedoch immer im Kopf haben, dass auch der andere Recht haben kann. Genau deswegen wird er offen sein für einen Perspektivwechsel und sich hüten, seinen Gesprächspartner zu unterbrechen. Das gilt sowohl für den privaten Bereich, wo wir mit Freundinnen und Freunden über Politik oder Kultur diskutieren, als auch im Berufsleben, wo wir manchmal auch in hierarchischen Verhältnissen mit unseren Vorgesetzten oder Mitarbeitern kommunizieren. Der Wahrheitsgehalt einer Aussage hängt nie vom Status ab, auch nicht vom Alter, von der Herkunft oder von anderen persönlichen Eigenschaften. Daher kann es durchaus vorkommen, dass ein Kind eine bessere Einschätzung treffen kann als die Führungskraft eines milliardenschweren Konzerns.

Die echte Bereitschaft, den anderen zu verstehen, ist letztlich die logische Folge der Einsicht, dass der andere auch Recht haben könnte. Weil er Recht haben könnte, sollten wir ihm vernünftig zuhören und ihn nicht voreilig unterbrechen. An dieser Stelle ist es auch wichtig, zwischen Tatsachen und Meinungen zu unterscheiden. Während bei Tatsachen, also Fakten, meist nur eine die richtige ist, gibt es bei Meinungen je nach Werturteil keine eindeutige Wahrheit. Dazu zwei Beispiele: Die Frage, was die Hauptstadt der Mongolei ist, ist eine Tatsachenfrage. Dagegen ist die Frage nach dem besten Film aller Zeiten eine Meinungsfrage, deren Beantwortung davon abhängt, nach welchen Kriterien man den besten Film definiert. Auch wenn es nicht so scheint, sind die meisten Lebensfragen überraschenderweise Meinungsfragen. Es wird also häufig im Gespräch der Fall sein, dass beide Gesprächspartner Recht haben können - zumindest gemäß ihres eigenen Wertesystems. Wenn man diesen Gedanken

versteht und akzeptiert, dann ist ein Streit bei unterschiedlichen Meinungen nicht vorprogrammiert.

Im Gegenteil: Wer sich der Tatsache bewusst ist, dass Menschen mit unterschiedlichen Voraussetzungen, Werten und Erwartungen in ein Gespräch gehen, wird selber nicht die Erwartung haben, sein Wertesystem dem anderen aufzuzwingen. Vielmehr wird er versuchen, das Denksystem des anderen zu durchdringen und möglicherweise etwas von ihm zu lernen.

Schauen wir uns nun das andere Extrem an: Wer von der Wahrhaftigkeit und Vollkommenheit seines eigenen Denksystems ausgeht, wird ein Rechthaber sein müssen, der anderen Menschen seine Welt erklärt. Sein Hobby ist die Prinzipienreiterei und das Unterbrechen der anderen Gesprächspartner, die ja sowieso Unrecht haben. Warum ihnen also zuhören? Wenn sie nicht zuhören wollen, so wird er immer lauter sprechen und seine Meinung mehrmals wiederholen, in der Hoffnung, dass sie endlich beim anderen ankommt. Möchtest du mit so einem Prinzipienreiter kommunizieren? Möchtest du mit so einem Rechthaber befreundet sein oder für ihn arbeiten? Oder möchtest du einer solchen egozentrischen, arroganten Person am besten für alle Zeit aus dem Wege gehen? Das sind natürlich rhetorische Fragen. Doch erkennen wir: Wer keine echte Bereitschaft besitzt, den anderen zu verstehen, mit dem möchten wir nicht kommunizieren. Anders formuliert: Wer eine echte Bereitschaft, uns zu verstehen, an den Tag legt, wird eine magnetische Wirkung auf uns haben.

Wenn dich das Thema «kohärentes Denksystem» noch mehr interessiert, dann schaue dir mein Interview mit dem

Philosophen Prof. Nida-Rümelin über strukturelle Rationalität über diesen QR-Code auf YouTube an:

[Zur YouTube-Folge](#)

Ein Kommunikations-Genie wird also immer für andere Meinungen und Ansichten offen sein, an der richtigen Stelle die richtigen Fragen stellen, verstehend zuhören und sein eigenes Denksystem von Fehlern und Vorurteilen befreien. Die Kernfähigkeit, die er dazu benötigt, ist sogenanntes verstehendes Zuhören, dem wir später ein eigenes Kapitel widmen. So viel ist aber an dieser Stelle bereits klar: Zuhören wird nur, wer eine echte Bereitschaft besitzt, den anderen verstehen zu wollen. Allein wenn du dieses erste Grundgesetz in deiner Alltagskommunikation befolgst, wirst du als Kommunikationspartner respektiert und geschätzt.

Zweites Gesetz: Sei dir über deine eigene Botschaft im Klaren!

In meiner Umfrage haben sich die meisten Teilnehmer am zweithäufigsten darüber beschwert, dass ihre Gesprächspartner nicht auf den Punkt kommen. Viele plapperten drauflos, ohne vorher nachgedacht zu haben, was sie eigentlich sagen wollten. Es entstanden Monologe, bei denen für den Gesprächspartner nicht klar werde, was die Intention dahinter sei. Die neueste Ausprägung davon sind minutenlange Sprachnachrichten über WhatsApp oder Telegram, bei denen man sich häufig fragt, was der andere mir denn eigentlich mitteilen möchte.

Ähnlich wie bei dem ersten Grundgesetz der Kommunikation möchte ich auch hier auf Ursachenforschung gehen. Wie kommt es, dass die meisten Menschen nicht schnell auf den Punkt kommen können? Warum gibt es diese Vielredner, die zwar viel sprechen, aber wenig aussagen? Die Ursache ist offensichtlich: Die Betroffenen machen sich vorher keine Gedanken darüber, was sie eigentlich sagen wollen. Viele hoffen, dass ihnen im Gesprächsfluss schon irgendwann einfällt, worauf sie eigentlich hinauswollen. Anderen wiederum geht es einfach nur darum, gehört zu werden und sich selber sprechen zu hören. Ich brauche nicht betonen, dass diese Herangehensweise an die Alltagskommunikation respektlos ist. Denn der Vielredner respektiert nicht die Zeit seines Gegenübers. Er geht davon aus, dass der andere gern zuhört. Dass er seinem Gesprächspartner wertvolle Lebenszeit klaut, fällt dem Vielredner nicht einmal im Traum ein. Dabei ist Zeit das Wertvollste, was man einem Menschen klauen kann.

In meinen Seminaren fragen mich viele Teilnehmer, wie sie es schaffen, schnell auf den Punkt zu kommen - in der Hoffnung, es gäbe eine magische Kommunikationstechnik, die man zum Einsatz bringen könnte. Dabei ist gar keine Kommunikationstechnik notwendig, sondern lediglich die Bereitschaft, sich vor dem Sprechen selber zu fragen, was man dem anderen als Hauptbotschaft mitteilen möchte. Ein wahres Kommunikations-Genie wird niemals einfach drauflosreden, sondern sich zumindest im Kopf die Frage stellen, was er dem anderen in seinem nächsten Telefonat oder seiner nächsten Sprachnachricht mitteilen möchte. Zumindest eine Minute wird er seine Gedanken sammeln und sich seine Hauptbotschaft in einem Satz vor dem geistigen Auge klarmachen. Er wird die Zeit seines Gesprächspartners respektieren und nach einem kurzen Smalltalk gleich mit seiner Hauptbotschaft starten, um zu sehen, ob der andere mit ihr einverstanden ist.

Der große Trick, wie man schnell auf den Punkt kommt, ist also, sich vorher zumindest eine Minute Gedanken zu machen über die Hauptbotschaft. Klarheit ist Macht. An dieser Stelle wenden viele meiner Seminarteilnehmer ein, dass eine Minute möglicherweise viel zu kurz ist, um sich seine Hauptbotschaft selber klarzumachen. Daraufhin entgegne ich häufig: Eine Minute ist besser als null Minuten! Wenn du dir länger über deine Hauptbotschaft Gedanken machen möchtest, ist das völlig in Ordnung. Gerade bei längeren Präsentationen oder sogar Vorträgen vor einem großen Publikum sollte man natürlich viel ausführlicher darüber nachdenken, was denn die eigene Kernbotschaft sein soll. Die eine Minute beziehe ich daher eher auf kurze Interaktionen wie Sprachnachrichten, Telefonanrufe oder E-Mails.

Sich vor dem Sprechen über seine Botschaft klar zu werden hat noch einen weiteren Vorteil: Je mehr man sich seiner Kernbotschaft bewusst ist, desto eindeutiger und logischer ist man in seinen Aussagen. Wer seine Botschaft nicht durchdenkt, macht hingegen meist widersprüchliche Aussagen. Der Widerspruch ist der größte Feind der Logik. Wenn ich das eine behaupte und mir selber zehn Minuten später widerspreche, untergräbt es meine Glaubwürdigkeit und Verständlichkeit beim Senden meiner Nachricht.

Übrigens nutze ich in meiner eigenen Kommunikation die eine-Minute-Regel: Bevor ich reaktionsartig eine E-Mail oder Sprachnachricht beantworte, mache ich mir Gedanken über meine Hauptbotschaft. Mein Ziel ist es, bei Sprachnachrichten unter einer Minute zu sprechen und bei E-Mails weniger als fünf Sätze zu antworten. Das ist natürlich nur dadurch möglich, dass ich mir eine Minute Zeit nehme, um Klarheit in meinem Kopf zu schaffen. Dadurch entstehen kein sinnloses Geschwafel und keine seitenlangen E-Mails.

Stichwort Geschwafel: Es gibt einen schönen Gedanken, der dem großen Denker Blaise Pascal zugeschrieben wird:

«Entschuldigen Sie, dass ich Ihnen einen langen Brief schreibe. Für einen kurzen hatte ich leider keine Zeit.»²

Auf den ersten Blick klingt dieser Satz ziemlich paradox. Doch möchte Blaise Pascal damit indirekt ausdrücken, dass er sich viel kürzer hätte ausdrücken können, wenn er sich die Zeit genommen hätte, seine Gedanken klar zu ordnen.

In vielen Fällen der Alltagskommunikation möchten wir nicht nur unsere Position oder Gedanken mitteilen, sondern

unser Gegenüber von etwas überzeugen. Überzeugen kann man mit Argumenten. Wenn du also planst, einen Menschen von deiner Idee zu überzeugen, genügt es nicht, sich nur klar über die eigene Hauptbotschaft zu sein. Es ist zudem auch notwendig, sich ein Hauptargument für die eigene Botschaft zu überlegen. Dieses Hauptargument ist eine Begründung, warum deine Ansicht vorzugswürdig ist. Idealerweise würzt du deine Begründung mit einem schönen, anschaulichen Beispiel. Wenn du dich für die Kunst des Begründens näher interessierst, dann schau dir dazu einen kleinen Vortrag von mir bei YouTube an:

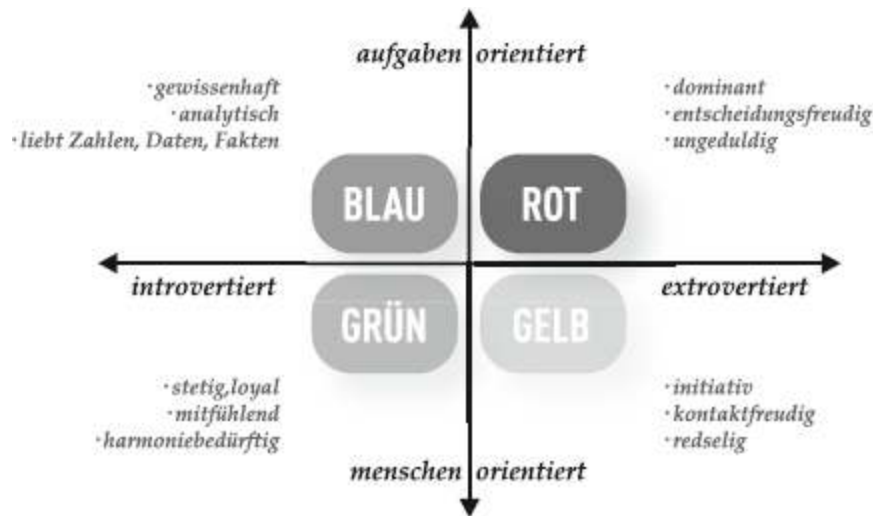
[Zur YouTube-Folge](#)

Drittes Gesetz: Du bist dafür verantwortlich, dass deine Botschaft ankommt!

Viele Teilnehmer beschwerten sich in meiner Umfrage darüber, dass ihre Gesprächspartner sie nicht verstehen wollen. Die wenigsten machen sich jedoch darüber Gedanken, dass der Gesprächspartner sie nicht verstehen *kann*. Was meine ich damit? Damit möchte ich sagen, dass der Sender seine Botschaft nicht selten so missverständlich und chaotisch ausdrückt und verpackt, dass der Empfänger der Botschaft völlig verwirrt und nicht dazu in der Lage ist, das Gesagte nachzuvollziehen. Einfach formuliert: Es ist nicht so, dass der andere uns nicht verstehen will. Es ist vielmehr so, dass wir nicht verständlich kommunizieren.

Das dritte Gesetz der Alltagskommunikation besagt, dass du als Sender dafür verantwortlich bist, dass deine Botschaft beim anderen ankommt. Wenn der andere dich also nicht versteht, ist es nicht seine Schuld. Dieses Gesetz – das weiß ich – ist unangenehm für jeden von uns. Denn es macht es uns unmöglich, die Verantwortung für eine gelungene Kommunikation auf den anderen abzuwälzen. Wie viel einfacher ist es, zu sagen oder sich zu denken, dass der andere mich einfach nicht verstehen will! Doch damit flüchte ich vor meiner Verantwortung, selber für die Verständlichkeit meiner Aussagen und Argumente zu sorgen. Das Kommunikations-Genie wird diese Verantwortung niemals abwälzen. Wenn es zu einem Missverständnis kommt, wird es sich und seine gewählten Worte hinterfragen und versuchen, das Gesagte verständlicher für den anderen zu formulieren. Doch wie kann das gelingen? Man muss seine Botschaften so formulieren, dass der Gesprächspartner dort abgeholt wird, wo er sich gerade befindet. Damit meine ich nicht nur den

Kenntnisstand meines Gesprächspartners, sondern auch seine Persönlichkeitsstruktur. In den letzten Jahren hat sich das sogenannte 4-Farben-Modell in der Praxis durchgesetzt, wonach alle Menschen vier Idealtypen zugerechnet werden können³. Vielleicht hast du von diesem Persönlichkeitsmodell schon etwas gehört. Zur Sicherheit möchte ich aber diese vier Persönlichkeitstypen für dich kurz zusammenfassen:



Wie du der Grafik entnehmen kannst, gibt es introvertierte und extrovertierte Personen. Und es gibt aufgabenorientierte und menschenorientierte Personen. Je nachdem, welcher Persönlichkeitstyp vor dir sitzt, solltest du deinen Kommunikationsstil anpassen. Der *blaue* Typ braucht keinen Smalltalk, dafür aber viele Details. Der *rote* Typ braucht keine Details, sondern möchte, dass du sehr schnell zum Punkt kommst. Der *gelbe* Typ möchte einen ausführlichen Smalltalk führen, um die Beziehung zu dir zu stärken. Der *grüne* Typ redet nicht viel, doch sind ihm dein Respekt und der Teamgedanke sehr wichtig. Ein Kommunikations-Genie wird sich wie ein Chamäleon an seinen Gesprächspartner anpassen und damit die Wahrscheinlichkeit steigern, dass seine Botschaft verstanden wird.

Natürlich ist dieses 4-Farben-Modell eine starke Vereinfachung unserer Psychologie. Menschen gehören manchmal auch zwei oder drei Farben an und zeigen je nach Tagesform und Kontext eine andere dominante Farbe. Doch ist der Sinn des 4-Farben-Modells auch nicht, den anderen in seiner psychologischen Tiefenstruktur nachzuvollziehen, sondern lediglich, die grundsätzliche Weise des Kommunizierens an ihn anzupassen. An dieser Stelle könntest du dich z. B. fragen, welche dominante Farbe die fünf Menschen besitzen, mit denen du am meisten in Kontakt stehst. Wenn Sie mehrere Farben in sich vereinen, dann frage dich, welche Farbe sie am meisten repräsentieren. Idealerweise wirst du deine Hauptbotschaften ab heute auf vielfache Weise kommunizieren können.

Damit möchte ich dich letztlich dazu einladen, vier verschiedene Kommunikationsformen zu praktizieren. Es geht aber dabei nicht darum, dich zu verstellen und nicht mehr authentisch zu sein. Natürlich bleibt die Hauptbotschaft die gleiche. Nur ihre kommunikative Ausgestaltung verändert sich. Ich möchte dir dazu ein Beispiel geben: Stell dir vor, du bist Führungskraft und möchtest in Einzelgesprächen deine Mitarbeiter davon überzeugen, dass sie maximal nur einen Tag im Homeoffice arbeiten sollen. Wie stellst du das am besten an?

Wenn du einen Mitarbeiter vor dir hast, den du der Farbe *blau* zuordnest, dann präsentiere ihm doch Studien aus unterschiedlichsten Ländern, die die Hauptbotschaft stützen, dass das Team effektiver arbeitet, wenn alle die meiste Zeit im Büro sind. Diese Studien könntest du sogar ausdrucken und nach dem Gespräch dem Mitarbeiter zur Lektüre geben. Er wird sich über die Details freuen. Der