

Die Führungs-Kommunikation

von [Didier Morand](#) | 04.09.2020



Führung fängt beim Warum an

Wer zusammen mit einem Team Erfolg haben möchte sollte vor allem eins können: inspirierend und wertschätzend kommunizieren. Seit einigen Jahren macht ein moderner Führungsansatz von sich reden, der Ansatz des „Transformational Leadership“. Der Chef von FedEx, Frederic Smith, war einer der ersten Unternehmer, der diese Art der Führung mit beeindruckendem Erfolg eingeführt hat. In diesem Beitrag lesen Sie mehr über die Führungskommunikation.

Bei der transformationalen Führung sind Führungskräfte und Mitarbeiter gleichermaßen herausgefordert, inspiriert und motiviert, einen sinnvollen Beitrag zum Erfolg des Unternehmens und somit zur Verwirklichung der gemeinsamen Mission zu leisten. Transformationale Führungskräfte verstehen es, Begeisterung und Zuversicht zu erzeugen, sie können andere mitreißen, sie werden als Vorbilder wahrgenommen und vermitteln bei ihren Mitarbeitern ein Gefühl des stolzes und der Wertschätzung.

Die Wirkung dieses Führungsstiles:

Die Teams Entwickeln eine weit höhere Loyalität, Lernbereitschaft, einen besonderen Teamgeist, Verantwortung und Leistungsbereitschaft.

Der inspirierenden nun wertschätzenden Kommunikation kommt bei der transformationalen Führung die größte Bedeutung zu. Im heutigen und in meinem nächsten Blog möchte ich Ihnen zwei moderne Methoden vorstellen, mit welchen Sie:

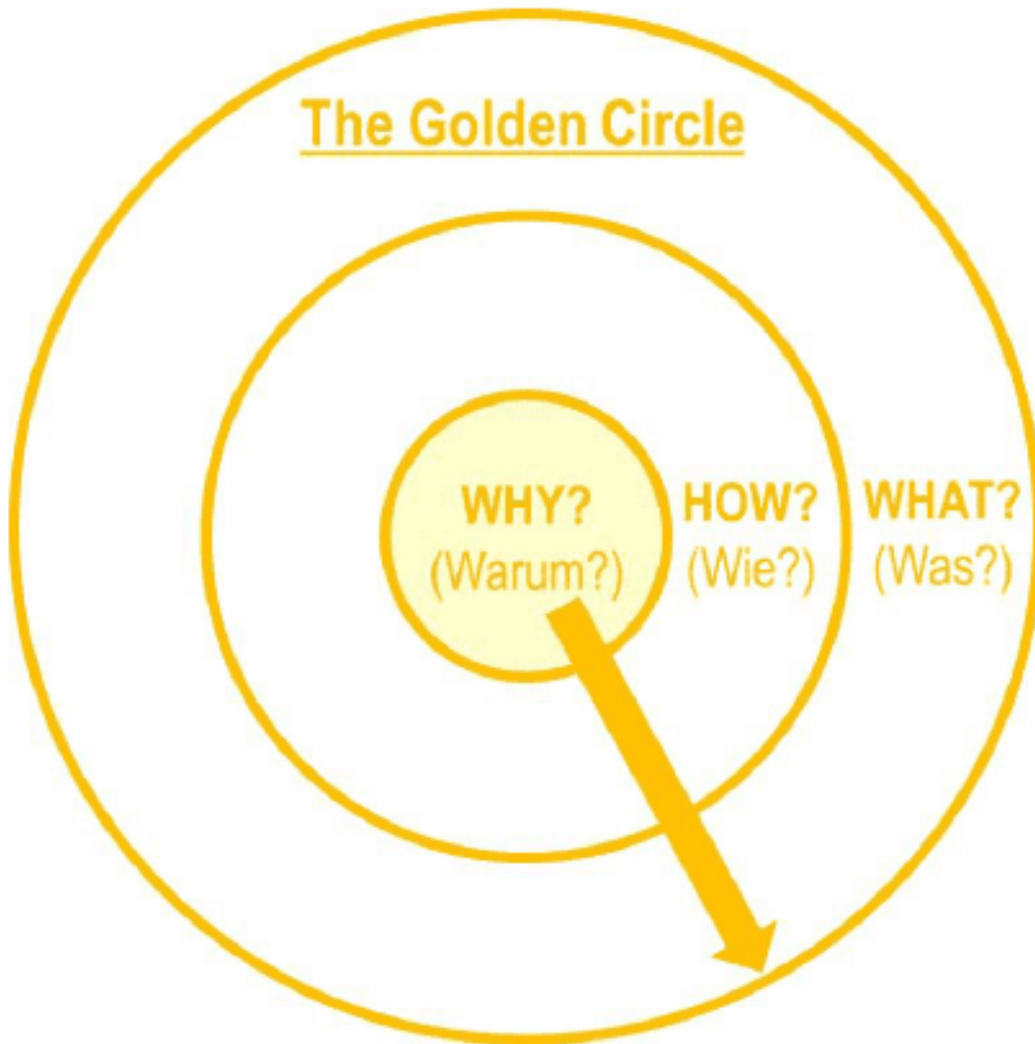
- Ihr Team inspirieren
- und Ihr Team motivieren können.

Wie inspiriert man ein Team?

„Nothing moves people more than other people“

Diese alte Journalisten Weisheit trifft nicht nur auf die Medienwelt, sondern ebenso auf alle zu, die als

Führungskraft Mitarbeiter-Teams inspirieren wollen. Führungskräfte überzeugen mit ihrer Persönlichkeit und ihren tiefen Werten. Wichtig dabei: Inspirieren ist etwas völlig anderes als informieren. Entsprechend gibt es hier große Unterschiede in der Art zu kommunizieren.



Golden Circle - Simon Sinek

Der Autor Simon Sinek hat in seinem Buch „Start with why“ herausgearbeitet, was herausragende Führungskräfte und deren Art zu kommunizieren auszeichnet. Bei aller Unterschiedlichkeit der Persönlichkeiten gibt es eine Vorgehensweise, die bei allen gleich ist. Sinek nennt ihn den „Golden Circle“. Mit diesem lässt sich sehr einfach erklären, warum manche Führungskräfte es verstehen zu inspirieren und ihr Unternehmen zu außergewöhnlichen Erfolgen zu führen und andere eben nicht.

What?

Wohl die meisten Führungskräfte haben kein Problem die Frage zu beantworten, was sie bzw. ihr Unternehmen tun z.B. Gäste empfangen, Gerichte zubereiten, Zimmer reinigen.

How?

Einige können auch die Frage beantworten, wie sie Vorgehen, wie die Prozesse ablaufen oder wie sich Produkte und Dienstleistungen vom Wettbewerb unterscheiden.

Why?

Aber nur wenige wissen genau, warum sie das tun, was sie tun. Gemeint ist hier nicht, dass sie viel Geld verdienen oder einen großen Gewinn erzielen. Der Gewinn ist ein Ergebnis unseres Tuns. Mit dem „Warum“ ist vielmehr der Zweck, der Daseinsgrund gemeint, warum wir etwas tun bzw. warum das Unternehmen überhaupt existiert. Wir können darunter auch die Berufung verstehen, die jemand umsetzt, oder die Mission eines Unternehmens, dem es folgt.

Normalerweise denken und kommunizieren wir von „außen nach innen“. Demgegenüber agieren inspirierende Führungskräfte genau andersrum: Sie denken, handeln und kommunizieren „von innen nach außen“.

Ein Beispiel aus unserem Alltag soll dies verdeutlichen:

Die Führungskraft eines Hotels kommuniziert folgendes:

„Wir haben sehr schöne Zimmer“ (What?)

„Sie sind sehr komfortabel und modern eingerichtet“ (How?)

„Möchten Sie buchen?“

So kommunizieren die meisten Führungskräfte - nicht wirklich inspirierend!

Wie macht es ein Unternehmen wie Apple? Es kommuniziert das „Warum?“ so:

„An alle, die anderes denken: Die Rebellen, die Idealisten, die Visionäre, Die Querdenker, die, die sich in kein Schema pressen lassen und die Dinge anders sehen. Sie beugen sich keinen Regeln und sie haben keinen Respekt vor dem Status Quo. Wir können sie zitieren, ihnen widersprechen, sie bewundern oder ablehnen. Das einzige was wir nicht können, ist sie zu ignorieren, weil sie Dinge verändern, weil sie die Menschheit weiterbringen. Und während einige sie für verrückt halten, sehen wir in ihnen Genies. Denn die, die verrückt genug sind zu denken, sie könnten die Welt verändern, sind die, die es tun.“ (Text der legendären „Think different“-Kampagne)

Hier wird nicht über die technischen Details eines Apple-Computers oder wie er sich von Computern anderer Hersteller unterscheidet, sondern über das Selbstverständnis und die eigene Mission für die Welt gesprochen.

People don't buy, what you do, they buy, why you do it!

Simon Sinek kommt zu dem Schluss, dass diese Vorgehensweise wesentlich erfolgsversprechender ist. Das Ziel müsse es sein, mit den Leuten zusammenzuarbeiten, die dasselbe glauben wie man selbst. Er begründet dies mit der Wirkungsweise unseres Gehirns. Während Informationen auf der „What?“ und „How?“-Ebene nur den logischen verstand im Neocortex ansprechen, berühren Inspirationen in Form von Geschichten auf der „Why?“-Ebene das emotionale Gehirn. Genau dort entstehen Begeisterung, Engagement, Loyalität, Zuversicht und Motivation also genau all das, was eine erfolgreiche transformationale Führung ausmacht.

Fazit

Mitarbeiter folgen jenen Führungskräften - und zwar freiwillig - wenn diese an etwas glauben, an das die Mitarbeiter ebenfalls glauben können. Und vor allem wenn sie das woran sie glauben auch vorleben und verkörpern. Wer das kommuniziert benötigt keine geheimen Kommunikation-Tricks, um zu motivieren. Es reichen die Klarheit über sein „Warum?“ und die Disziplin, dies konstant zu kommunizieren.

Auf der Suche nach Ihrem „Warum?“ helfen Ihnen möglicherweise folgende kreativen Fragen:

- Wenn sie Ihr warum als Bild darstellen möchten, was würden Sie Zeichen? Welches Symbol fällt Ihnen spontan ein?
- Welches Tier oder Figur oder welche Pflanze würde Ihr „Warum?“ gut zum Ausdruck bringen?
- Welche Story fällt Ihnen ein, die zu Ihrem „Warum?“ passt?

Das „Warum?“ zu kommunizieren mag zunächst nicht ganz einfach sein. Wieso? Weil es letztlich darum geht Emotionen auszudrücken. Genauso wie es im privaten Bereich viele Menschen schwerfällt mit Worten ihre Gefühle zum Ausdruck zu bringen, genauso schwierig empfinden es viele Führungskräfte das „Warum?“ Ihres Unternehmens zu erklären.

Und das nicht einmal, weil sie es nicht wollen, sondern weil sie sich nie Gedanken darüber gemacht haben!

Herzlichst
Ihr Didier Morand

Über den Autor



[Didier Morand](#)

Didier Morands Schwerpunkte in der strategischen und operativen Hotelberatung: Positionierung, Produktentwicklung, Teamcoaching, Fachbezogenes systemisches Personal Coaching

[> Alle Blogbeiträge dieses Autors](#)

Didier Morand eine E-Mail senden

didier.morand [at] unternehmer-manufaktur.de

Source URL: <https://www.unternehmermanufaktur.com/blog/fuehrungs-kommunikation>