

DAS MAGAZIN FÜR GESUNDES ARBEITEN

#work

AUSGABE 06 | DEZ. 2024

#PRODUKTIV

Für die Schreibtisch-Schublade:
Unsere getesteten Methoden
für mehr Produktivität

#KREATIV

Mehr als nur ein Werkzeug:
Was kann KI für kleine und
mittlere Unternehmen tun?

#AKTIV

Bin ich gestresst? Wir machen
den Stresstest – und zeigen
Wege zu mehr Entspannung

**Von Botschaften,
die ankommen**

#storylistening

#storytelling

Herausgeber:

die kommunikatöre
Frieg und Hummel GbR
Barfußertor 25, 35037 Marburg

namentlich: Sabine Frieg

Redaktion und Konzeption:

Verantwortlicher Redakteur (V.i.S.d.P):
Tonia Pöppler
Texte/Konzeption: Sabine Frieg,
Shaghayegh Nakhjavan, Tonia Pöppler, Gaby Schön
Gestaltung & Layout: die kommunikatöre
Art Direction: Mareike Stremme
Erscheinungsort: Marburg

Redaktionsschluss: 1. November 2024

Erscheinungsdatum: Dezember 2024

Druck:

Jürgen Haas Print Consulting, Bad Endbach
Druckauflage: 400 Exemplare

WORK ISSN 2627-2849

Alle Inhalte (falls nicht anderweitig gekennzeichnet)
sind (geistiges) Eigentum der kommunikatöre und
unterliegen dem Urheberschutz. Vervielfältigung oder
Veröffentlichungen – auch nur auszugsweise – bedür-
fen einer schriftlichen Zustimmung.

Genderhinweis:

Mit unserer Sprache möchten wir allen Geschlechtern
gerecht werden, dennoch wird bei Personenbezeichnungen
und personenbezogenen Hauptwörtern, aus Gründen
der besseren Lesbarkeit, bei Bedarf die männliche Form
verwendet. Dies bedeutet, dass das generische Maskulinum
als allgemeine Form betrachtet wird, die alle Geschlechter
umfasst. Nicht aus Mangel an Respekt, sondern weil wir uns
auf das Wesentliche konzentrieren wollen. Die verkürzte
Sprachform hat nur redaktionelle Gründe und beinhaltet
keine Wertung.

LIEBE LESERINNEN & LESER,

leben Sie auch in zwei

Welten? Ich denke an die digitale Welt des World Wide Web und an das echte Leben auf diesem Planeten. Die Errungenschaften der Digitalisierung haben unsere Produktivität gesteigert wie nie. Die Nutzung von künstlicher Intelligenz ist hier nur der nächste, konsequente Step in Richtung Erfolg.

Gleichzeitig ist die permanente Beschleunigung unseres Lebens auch mit einem hohen Preis für unsere Gesundheit verbunden. Psychische Belastungen gehören seit Jahren zu den Hauptursachen für Krankschreibungen. Die Ausfallzeiten in Unternehmen sind alarmierend, weshalb sich die Frage aufdrängt, ob Produktivität auch zukünftig das Maß aller Dinge sein kann.

Was wir brauchen, ist das Beste aus beiden Welten: Künstliche Intelligenz sinnvoll einsetzen und dennoch nah an den Menschen bleiben. Zahlen, Daten, Fakten verstehen und gleichzeitig Geschichten erzählen und Zuhören können, wie unsere Vorfahren es am Lagerfeuer getan haben. Wie das im Alltag gelingen kann, erfahren Sie in dieser Ausgabe von **#work**, die Sie in beiden Welten genießen können – in gedruckter Form zum Anfassen oder einfach digital.

Ihre

S. Frieß
Sabine Frieß



12 #STORY LISTENING

Tipps vom Zuhör-Profi | Zuhören als Arbeitgeber

#PSYCHOLOGIE

Zuhören ist eine Kunst. Im Alltag tun wir uns allerdings häufig schwer damit. Ablenkungen und eigene Gedanken stören die Konzentration auf unser Gegenüber. Vorurteile oder festgelegte Meinungen sorgen dafür, dass wir Dinge anders wahrnehmen, als sie gemeint sind. Missverständnisse entstehen. Deshalb haben wir mit Dr. Svenja Kräling gesprochen. Die leitende Psychologin gibt Tipps, wie Zuhören im Arbeitsverhältnis oder Privatleben besser gelingen kann.



Im Interview: Psychologin Dr. Svenja Kräling

24 #STORY TELLING

Botschaften, die ankommen
(& Führungs-Sätze,
die echt daneben sind)

Gehört werden ... in
Zeiten von Social Media –
ein Kommentar

Marius Körmer hat unsere Fragen zum Nutzen von KI in Unternehmen beantwortet.



#PRODUKTIV

06

ChatGPT-Experte im

#Interview:

Vom Nutzen für kleine und mittlere Unternehmen (KMUs)

10

Was nützt KI?

Eine **#casestudy**

aus der Praxis

#KI

Laut einer Studie durch den Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e. V. und der Hochschule der Medien Stuttgart (HdM), gehen 96 Prozent der deutschen Unternehmen davon aus, dass sie ihren Geschäftserfolg mithilfe von Generativer KI positiv beeinflussen können. **Wie ist das bei KMUs?**

#AKTIV

18

#Stresstest

22

#Ziele angehen und erreichen: **#LifeDesign**

03

#LogIn

16

#GesundamArbeitsplatz bleiben

#KREATIV

30

Gutes **#Werkzeug:**

Telling und Listening im **#Recruiting**

20

#Spickzettel: Tipps zum produktiveren Arbeiten – ein **#CheatSheet** und ein **#Goodie**

36

#meettheteam:

Was bedeutet es, kreativ zu sein?

38

#Selbstreflexion & #Selbstmotivation

DAS EXPERTENINTERVIEW

ChatGPT IM BÜROALLTAG

„DER MENSCH
DARF NICHT FEHLEN“

Der Arbeitsalltag wird durch den Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI) grundlegend umgestaltet. Besonders generative KI-Modelle wie ChatGPT bieten Unternehmen erhebliche Vorteile, indem sie Recherchearbeiten übernehmen, Texte generieren und einfache Programmieraufgaben erledigen.

Welchen Nutzen hat ChatGPT? Und welche Nachteile bringt es?

Wirtschaftsingenieur Marius Körmer hat sich wissenschaftlich mit dem Nutzen von ChatGPT für kleine und mittlere Unternehmen (KMUs) beschäftigt.

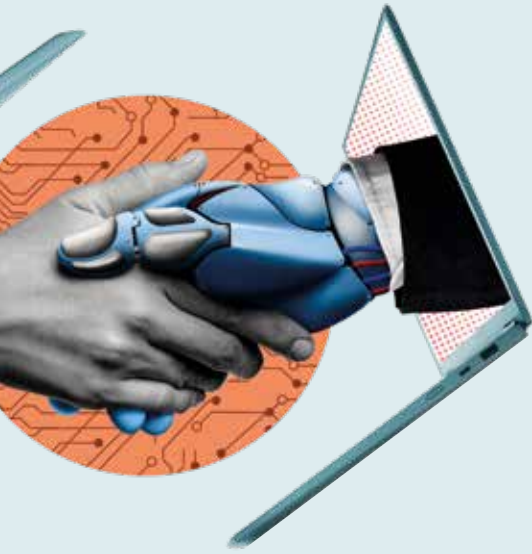
„Anhand von Experteninterviews und Einblicken in die Arbeitsweisen von KMUs habe ich untersucht, welche Möglichkeiten es gibt, ChatGPT in kleinen und mittleren Unternehmen anzuwenden, um einen Fokus darauf zu haben, wie Unternehmen davon profitieren könnten. Eben besonders kleine und mittlere Unternehmen, die oftmals Schwierigkeiten mit Digitalisierung haben.“

Auch haben Großunternehmen meist ganz andere finanzielle Kapazitäten. Und selbstverständlich geht es auch um Personal, welches sich dann auf solche Aufgaben spezialisieren kann. Zudem sind kleine und mittlere Unternehmen oftmals sehr konservativ und festgefahren in ihren Prozessen und genau dort schaue ich, wo spezielle Möglichkeiten und Vorteile zu erzielen sind.“



Marius Körmer

ist Experte für die Identifizierung von Einsatzbereichen von ChatGPT entlang der Wertschöpfungskette in KMUs.



Deine Untersuchungen haben sich damit befasst, worin die Vorteile für KMUs bei der Nutzung von ChatGPT liegen und wo sich diese Technologie am effizientesten einsetzen lässt. Wie liefen diese Studien und Datenerhebungen ab?

Ich habe ein Experteninterview geführt und Unternehmensbereiche und Arbeitsweisen analysiert, in denen die Anwendung von ChatGPT Vorteile bieten kann.

Im nächsten Schritt habe ich, mit vorformulierten, vereinheitlichten Fragen, weitere KMUs interviewt und diese dazu befragt, um erstmal grundlegend herauszufinden, wie überhaupt der aktuelle Wissensstand zu ChatGPT ist, ob ChatGPT in dem Unternehmen bereits verwendet wird, wo der größte Bedarf deren Meinung nach liegt und wo sie den größten Nutzen sehen.

Um daraus dann auszuwerten, welche Unternehmensbereiche einen sinnvollen Ansatz zur Implementierung von ChatGPT bieten und im Anschluss daran Recherche zu betreiben, wie man ChatGPT in diesen Bereichen, wie zum Beispiel Service, Marketing oder Vertrieb, effizient anwenden kann.

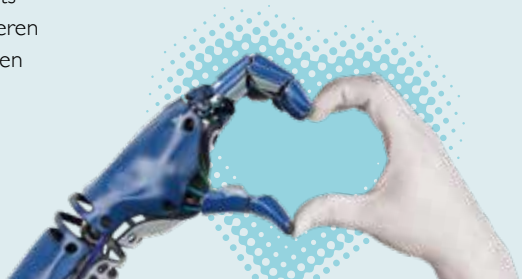
In diesen Bereichen, so wissen wir, wird ChatGPT also bereits genutzt. Aber wie überzeugt man einen Menschen, der vielleicht noch nie mit ChatGPT in Verbindung kam, von einer Nutzung?

Eine Nutzung wird immer selbstverständlicher. Wenn ein Bedarf besteht, zum Beispiel eine Problematik, wo man das einsetzen könnte, ist KI häufig eine gute Unterstützung.



„KI bietet teils unerwartet gute Anregungen und Ergebnisse. Wenn diese mit einem kritischen Blick betrachtet und bewertet werden, bietet die Nutzung von KI einen ergänzenden Blickwinkel auf Themen, die man vielleicht ansonsten übersehen hätte. Dennoch ist und bleibt der Geist des Menschen für gesundes Arbeiten unersetzlich.“

Sabine Friege die kommunikatore



Siehst du darin auch eine Gefahr für die persönliche Kreativität?

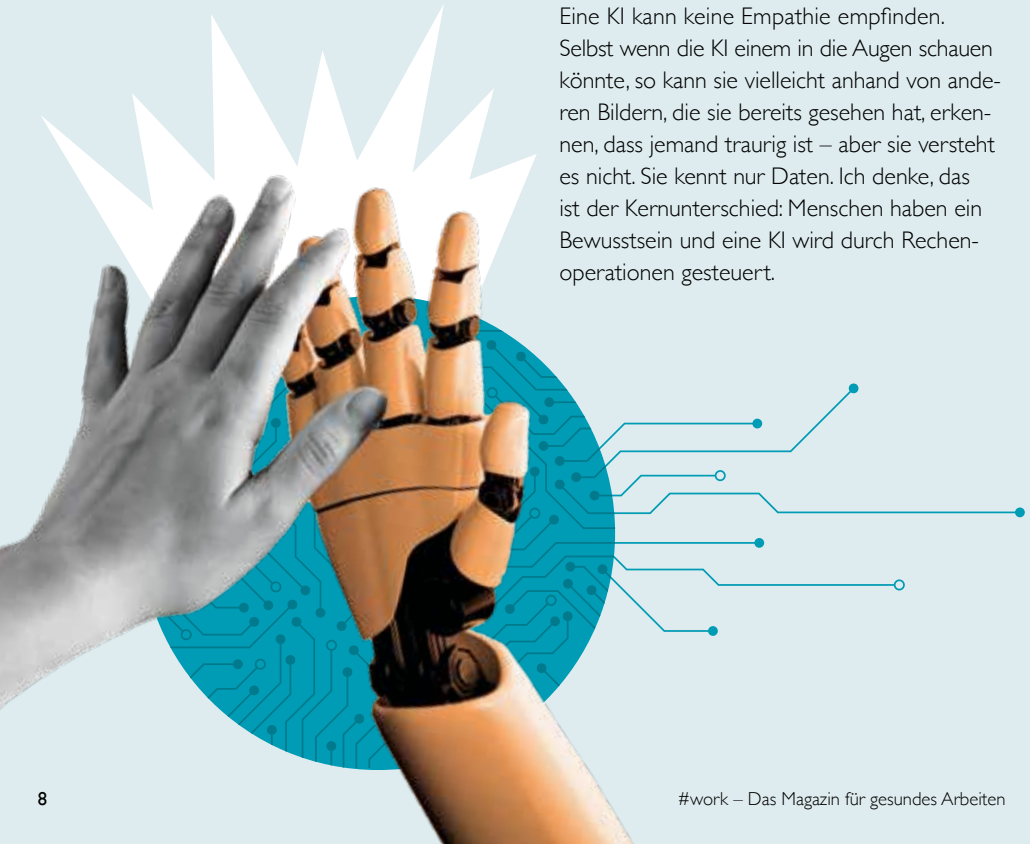
Vermutlich schon. Es ist bekannt, dass ganz besonders die langen Denkprozesse die Kreativität anregen und wenn man nach wenigen Minuten schon seinen Denkprozess unterbricht und direkt zu einer vermeintlichen Lösung greift, unterdrückt man vielleicht seinen eigenen kreativen Gedanken.

Auf der anderen Seite denke ich, dass ChatGPT auch als kreatives Werkzeug genutzt werden kann, um Anregungen zu bekommen oder neue Perspektiven einzunehmen.

Welche Nachteile birgt es außer diesem?

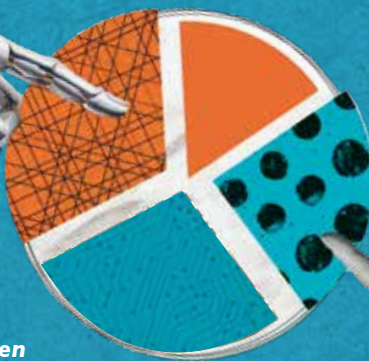
Die Entmenschlichung von Prozessen. Beispielsweise will man ChatGPT in den Human Resources, also HR-Bereich, anwenden. Auch wenn es bequem erscheint, sollten Unternehmen dort vielleicht nicht alles von der KI oder den Computern steuern lassen. Besonders in solchen Bereichen ist das Zwischenmenschliche wichtig. Wenn es um Entlassungen oder Einstellungen geht, sollte dies nicht unbedingt eine KI übernehmen, sondern eher eine Person mit Gefühlen und Verständnis. Der Mensch darf nicht fehlen.

Eine KI kann keine Empathie empfinden. Selbst wenn die KI einem in die Augen schauen könnte, so kann sie vielleicht anhand von anderen Bildern, die sie bereits gesehen hat, erkennen, dass jemand traurig ist – aber sie versteht es nicht. Sie kennt nur Daten. Ich denke, das ist der Kernunterschied: Menschen haben ein Bewusstsein und eine KI wird durch Rechenoperationen gesteuert.





Bis zum Jahr 2030
könnte KI weltweit
zu einem zusätzlichen
Wirtschaftswachstum
von **1,2%** pro Jahr führen



KI Zahlen + FAKTEN

Unternehmen, die
Künstliche Intelligenz
aktiv einsetzen, sind

16%

wettbewerbsfähiger

Laut OpenAI
wird ChatGPT
bereits in etwa

92%

der Fortune-500-Unternehmen, die
500 umsatzstärksten Unternehmen
der USA, regelmäßig genutzt.



Aber: Kleine und mittlere Unternehmen
stehen noch vor verschiedenen Heraus-
forderungen bei der erfolgreichen An-
wendung des Sprachmodells. Aufgrund
beschränkter Ressourcen fehlen oft die
Kapazitäten, um mögliche Einsatzbereiche
zu identifizieren. Wenn bereits ein Bedarf
besteht, fehlen dann oftmals konkrete
Anwendungsmöglichkeiten, um ChatGPT
erfolgreich umzusetzen.

Quellen: Handelsblatt, papershift.com, Destatis

Etwa jedes 8.
Unternehmen

(12%)

in Deutschland
nutzt künstliche
Intelligenz (KI)



Nutzung von KI nach
Größe des Unternehmens

250 Beschäftigte und mehr

35%

50–249 Beschäftigte

16%

10–49 Beschäftigte

10%



TRADITION TRIFFT INNOVATION

Technologien vorantreiben, Herausforderungen bewältigen, Prozesse optimieren: Der Einsatz von Künstlicher Intelligenz bei der Eisengießerei Fritz Winter ist von zentraler Bedeutung, um technologische Innovationen zu fördern und spezifische Herausforderungen in der Produktion anzugehen.

KEIN ALTES EISEN ...

Eisen bleibt auch in Zukunft wichtig, da es vielseitig und recycelbar ist, was nachhaltige Produktion fördert. Es ermöglicht die Herstellung robuster Komponenten für neue Technologien und trägt zur Reduzierung des ökologischen Fußabdrucks bei.



Mit KI-gestützten Systemen, sei es im Bereich der CO₂-Reduktion oder in der Qualitätskontrolle bei der Gusseisenherstellung, optimiert das Unternehmen seine Prozesse erheblich.

CODE-GESCHMIEDET

In der Eisenproduktion steuert KI die Herstellung verschiedener Eisensorten präzise, indem sie komplexe Datenanalysen durchführt und Zusammenhänge zwischen Produktionsparametern und Endproduktqualität herstellt. Dies ermöglicht eine bessere Ressourcennutzung und die Reduktion von Ausschuss. Außerdem stärkt sie die Wettbewerbsfähigkeit durch nachhaltigere Produktionsmethoden. KI unterstützt Fritz Winter dabei, Tradition mit modernster Technologie zu verbinden und zukunftsorientiert zu agieren, indem sie frühzeitig Fehler erkennt und Produktionsprozesse stabilisiert. Der Einsatz von KI ist somit nicht nur ein technologischer Fortschritt, sondern auch eine strategische Investition in die Zukunftsfähigkeit des Unternehmens.

STAHLHARTE INTELLIGENZ

Marc Walz, Leiter der Materialentwicklung und Thomas von Reth, Leiter der Technischen Akquisition und Produktentwicklung, betonen die Bedeutung der Kombination von künstlicher (KI) und natürlicher Intelligenz (NI) für Kreativität. KI kann kreative Lösungen liefern, die nicht immer linear oder vorhersehbar sind. Dennoch ist sie anfällig für Fehler und Fehlinformationen.

Eine reine Nutzung von KI in kreativen Prozessen ist daher noch nicht optimal. Die Kombination von KI und menschlicher Intelligenz wird jedoch als zukünftig unverzichtbar angesehen, nicht nur um Innovationen in Prozessen und Produkten voranzutreiben, sondern auch um Kreativität zu fördern.



Thomas von Reth (2. v. l.) und Marc Walz (2. v. r.) von Fritz Winter Eisengießerei in Stadtallendorf sprachen mit #work. Hier mit den Technologen Imad Laanane (li.) und Mohit Tilala (re.) aus dem Bereich Materialentwicklung.

Fritz Winter Eisengießerei GmbH & Co. KG ist einer der führenden deutschen Gießereibetriebe. Das familiengeführte Unternehmen mit Sitz in Stadtallendorf (Hessen) liefert Gusskomponenten an die Automobil-, Nutzfahrzeug- und Hydraulikindustrie weltweit und setzt auf innovative Fertigungstechniken sowie Leichtbauweise. Gegründet 1951 von Fritz Winter, produziert das Unternehmen in Stadtallendorf und Laubach und betreibt ein Bearbeitungszentrum in Nieder-Olfen. Fritz Winter stellt Zylinderblöcke, Köpfe, Bremscheiben und -trommeln aus Grauguss, duktilem Eisen und Vermiculargraphitguss her. Mit rund 3500 Mitarbeitenden und Produktionstonnage von 381.000 Tonnen jährlich zählt es zu den größten unabhängigen Gießereien weltweit und erzielte einen Umsatz von 966 Millionen Euro. Sie investieren in den nächsten Jahren über 300 Millionen Euro in den Standort Stadtallendorf. Fritz Winter arbeitet mit Start-ups zusammen, um digitale Innovationen voranzutreiben und traditionelle Methoden mit neuen Ansätzen zu verbinden.

Weitere Informationen unter www.fritzwinter.de

KI bietet viele Möglichkeiten, um komplexe Probleme in unterschiedlichen Bereichen zu lösen. Während generative und diskriminative KI zwei der Hauptkategorien sind, ergänzen andere Methoden wie Reinforcement Learning und Transfer Learning die KI-Landschaft durch spezialisierte Ansätze für spezifische Herausforderungen. Das Unternehmen plant, generative KI für das Wissensmanagement einzusetzen, um Fachwissen zu erhalten, wenn beispielsweise erfahrene Mitarbeiter in den Ruhestand gehen. Neben generativer KI wird auch diskriminative KI genutzt, z. B. für die Bildauswertung in der Qualitätssicherung von Gusseisen.

Generative KI bezieht sich auf Systeme, die in der Lage sind, neue Inhalte zu erzeugen, wie Texte, Bilder, Musik oder Videos. Diese Modelle basieren oft auf neuronalen Netzwerken, die aus großen Datensätzen lernen, um neue Beispiele zu generieren, die denen im Training ähneln. Ein bekanntes Beispiel ist GPT (wie ChatGPT), das Texte basierend auf erlerntem Wissen erzeugt: Texterstellung, Bildgenerierung, Musikkomposition.

Diskriminative KI konzentriert sich darauf, Eingabedaten in Klassen zu unterteilen oder zwischen verschiedenen Kategorien zu unterscheiden. Diese Modelle lernen, die Wahrscheinlichkeit einer bestimmten Kategorie für eine gegebene Eingabe zu maximieren. Bildklassifikation: Identifizieren und Kategorisieren von Objekten in Bildern. Spracherkennung: Übersetzung von gesprochener Sprache in Text. Diagnostik: Klassifikation von medizinischen Bildern zur Unterstützung von Diagnosen.

„SEHR GUT, DANKE.“

VON DER KUNST, ZUHÖREN ZU KÖNNEN

Storytelling und Storylistening sind keine Modewörter, sondern essenzielle Fähigkeiten guter Führungskräfte. Doch wie geht Zuhören genau? #work hat dem Zuhör-Profi zugehört und mit der Psychotherapeutin **Dr. Svenja Kräling** gesprochen.

Dr. Svenja Kräling ist seit 2009 therapeutisch in der Vitos Klinik für Psychiatrie und Psychotherapie in Haina tätig, seit 2016 als leitende Psychologin. Zudem ist sie freiberufliche Dozentin an der Justus-Liebig-Universität Gießen für den Masterstudiengang Psychotherapie und verhaltenstherapeutische Supervisorin.

Als E-Mental-Health-Spezialistin entwickelt sie im Team der Gemeinnützigen Gesellschaft für digitale Gesundheit GDG mbH in Kassel zudem digitale Lösungen für das Gesundheitswesen, wie Curamenta, ein innovatives Portal für psychische Gesundheit. Die Patientenplattform soll helfen, die Qualität und Effizienz der medizinischen Versorgung zu verbessern.



Was ist aktuell die größte Herausforderung für die Psychologie?

In der Arbeit mit Patienten sind das die Multikrisen, die derzeit in der Welt herrschen: Klimakrise, aktuelle und drohende Kriege, auch noch die Verarbeitung der Coronazeit sowie gesellschaftliche Entwicklungen. Die Zahl der Patienten nimmt nicht ab, und wir Psychologen selbst sind ja auch von diesen Belastungen betroffen. Hinzu kommt der Personalmangel, den man auch im psychologischen Bereich spürt. Das Schulkern dieser nicht endenden Herausforderungen ist eine enorme Aufgabe, und es entsteht der Eindruck, dass alle bereits am Limit sind, während die Psychologie dennoch Lösungen bieten soll.

„DAS LESEN
ZWISCHEN DEN
ZEILEN IST GENAUSO
WICHTIG WIE DIE
WORTE SELBST.“

Gesagte, kann aber auch passiv sein. Aktives Zuhören geht darüber hinaus: Es bedeutet, gezielt nachzufragen, nonverbale Signale zu deuten und auf einer Meta-Ebene zu verstehen, was wirklich gemeint ist und warum etwas überhaupt gesagt wird. Feedback und Paraphrasieren helfen, das Verständnis zu sichern und dem Gesprächspartner zu zeigen, dass er wichtig ist.

Wie gelingt es Ihnen, die emotionale Belastung in Ihrem Beruf zu bewältigen?

Im Privaten fällt es mir oft schwer, belastende Themen loszulassen, während ich im Beruf durch die professionelle Rolle eine gewisse Distanz wahren kann. In der Klinik begegnen uns Themen wie Gewalt und Missbrauch, mit denen wir durch unsere Ausbildung umzugehen lernen. Hier hilft es sich vor Augen zu halten, welchen positiven Einfluss wir als Behandler auf den Fortschritt der Patienten haben. Bei besonders belastenden Fällen ist die Supervision wichtig, um die eigene Stabilität zu wahren.

Wie unterscheiden sich Hören, Zuhören und aktives Zuhören, und wie kann man diese Unterschiede erklären?

Hören ist eine einfache Sinneswahrnehmung. Zuhören richtet die Aufmerksamkeit auf das

Wie stärkt man Vertrauen und Offenheit im therapeutischen Gespräch?

Im Gespräch ist es sehr wirkungsvoll, gezielt nachzufragen und das Geschilderte zu spiegeln. Man könnte zum Beispiel sagen: „Kann ich mir das so vorstellen?“ Wenn Patienten ihre Gefühle und Verhaltensweisen verstanden sehen, fühlen sie sich gut aufgehoben. Eine Validierung ihrer Wahrnehmung ist entscheidend, etwa indem man sagt: „Es muss sehr quälend sein, die ganze Zeit Angst zu haben,“ statt „Das ist doch übertrieben.“

TIPPS ZUM AKTIVEN ZUHÖREN

- **Raum schaffen:** Der Gesprächspartner sollte sich sicher fühlen, sowohl räumlich als auch zeitlich.
- **Validieren:** Verständnis ausdrücken, Entscheidungs- und Handlungsgründe anerkennen.
- **Paraphrasieren:** Zusammenfassen und Rückfragen stellen, um das eigene Verständnis zu checken.
- **Offene Fragen stellen:** Fragen, die nicht mit Ja oder Nein beantwortet werden können, um die genaue Problematik herauszufinden.

Diese Bestätigung entlastet die Patienten und zeigt, dass sie ernst genommen werden. Die tragfähige therapeutische Beziehung ist das Fundament der Psychotherapie und deren Hauptwirkfaktor.

Tragfähig?

Ja, tragfähig bedeutet auch belastbar. Der Therapeut sollte auch mal etwas kritisch anmerken dürfen und der Patient sollte sich in der Therapie auch mal unbequem verhalten können. Man muss zunächst in die Beziehung investieren. Das ist letztlich wie ein Guthabenkonto, bei dem man Beziehungskredite aufnehmen oder sogar den Dispo nutzen kann, wenn man kreditwürdig ist.

Welche Methoden nutzen Sie, um eine offene Kommunikation zu fördern?

Es gibt keine universellen Komplettlösungen für Kommunikation. Eine erfolgreiche Kommunikation basiert auf dem Aufbau einer vertrauensvollen Beziehung, in der der Gesprächspartner sich ernst genommen fühlt. Es ist wichtig, nicht den Ausgang der Geschichte vorwegzunehmen, sondern gemeinsam herauszufinden, worum es geht.

Welche Herausforderungen sehen Sie beim Storylistening im Arbeitsumfeld?

Beim Storylistening im Arbeitsumfeld ist es wichtig, eine klare Distanz zu wahren. Ein Vorgesetzter ist weder Mülleimer noch Psychotherapeut. Mitarbeiter wie Vorgesetzter sollten das Gespräch vorbereiten, um Ziele und Bedürfnisse klar formulieren zu können. Der Mitarbeiter muss sich gehört und ernstgenommen fühlen, um zufrieden arbeiten

zu können und im Extremfall z. B. Leistungseinbrüche, schlechte Stimmung im Team oder Kündigungen zu vermeiden.

Regelmäßige Gespräche sind dabei hilfreich. Der Vorgesetzte muss jedoch auch klarstellen, dass nicht alle privaten Unzufriedenheiten am Arbeitsplatz gelöst werden können.

Wie kann Storylistening zu positiven Veränderungen im Arbeitsumfeld beitragen?

Es gibt viele Fälle, in denen das Zuhören von Mitarbeitergeschichten Positives bewirkt. Wenn man beispielsweise in einem vertraulichen Gespräch erfährt, dass ein Mitarbeiter zu Hause gerade mit einer schwierigen Situation wie einer kranken Mutter oder einer Trennung konfrontiert ist, kann man sein Verhalten bei der Arbeit besser verstehen.

Wie kriegt man die vielfältigen Emotionen innerhalb eines Teams unter einen Hut?

Um diese zu managen, ist es entscheidend, die individuellen Stärken der Mitglieder zu erkennen und gezielt einzusetzen. Anpassungsbereitschaft kann gefördert werden, aber oft ist es effektiver, sich auf die Stärken zu konzentrieren und Schwächen zu ignorieren. Jeder bringt seine eigenen Fähigkeiten mit, und nicht jeder kann in allen Bereichen exzellent sein.

Thema Empathie: Wie kann man sie im beruflichen Umfeld authentisch zeigen?

Echtes Interesse ist entscheidend für Empathie im Arbeitsalltag. Man sollte dabei nicht nur aus

2
**WIE GESTALTEN SIE
EFFEKTIVES STORY-
LISTENING MIT
KLAREN GRENZEN
IN IHREM TEAM?**

einem Management-Seminar heraus handeln, sondern authentisch sein. Auch Führungskräfte haben ihre Stärken und Schwächen, aber Empathie muss einfach echt sein; andernfalls kann man es gleich bleibenlassen. Unter Storylistening verstehe ich deshalb, dass man an der gesamten Geschichte und nicht nur an der Überschrift interessiert ist.

Was sind die häufigsten Fehler beim Storylistening und Storytelling? Und wie können sie vermieden werden?

Häufige Fehler beim Zuhören und Erzählen von Geschichten sind, zu früh zu denken, bereits alles zu wissen, oder zu dozierend zu wirken. Effektiver ist es, durch Fragen einen Dialog zu führen. Statt direkt Anweisungen zu geben, sollte man Fragen stellen, um die andere

Person zur eigenen Erkenntnis zu bringen. Es ist wichtig, auf das Gegenüber zu achten und sicherzustellen, dass es aktiv mitgeht. Der häufigste Fehler ist, nicht darauf zu achten, ob die andere Person noch mit dem Gespräch Schritt hält oder schon längst „ausgestiegen“ ist.

NUTZEN SIE STORYLISTENING, UM DIE STÄRKEN IHRER TEAMMITGLIEDER BESSER ZU VERSTEHEN UND ZU FÖRDERN.



Das gesamte Interview unter diekommunikatoere.de/oe-tuepfelchen.html oder QR-Code scannen

PRAKTISCHE UMSETZUNG VON STORYLISTENING



regelmäßige Feedback-Sitzungen

Regelmäßige Einzelgespräche oder Team-meetings, in denen Mitarbeitende ihre Stories und Erfahrungen teilen können.



anonyme Umfragen & Feedback-Tools

Nutzung von Tools und Plattformen, die es Mitarbeitern ermöglichen, anonym Feedback zu geben und ihre Stories zu teilen.



Workshops & Storytelling-Sessions

Organisation von Workshops, in denen Mitarbeitende ihre Stories in einem sicheren und unterstützenden Umfeld erzählen können.



Offene-Tür-Politik

Führungskräfte sollten eine offene Tür Politik pflegen, bei der Mitarbeiter jederzeit willkommen sind, ihre Anliegen und Geschichten zu teilen.



Schulung der Führungskräfte

Führungskräfte sollten in Aktives Zuhören und wertschätzende, gesunde Kommunikation geschult werden, um effektiv Storylistening praktizieren zu können.



LASS UNS REDEN

Leicht reizbar, unruhig und doch irgendwie träge. Nicht gerade das Idealbild eines Arbeitnehmers. Vor einigen Monaten wirkte er doch ganz anders. Was ist passiert?

Spätestens jetzt sollte die Führungskraft oder auch das Team aufmerksam werden. Denn diese Veränderungen können **Alarmsignale für Dauerstress** sein. Gerade jüngere Generationen sind besonders betroffen. Eine aktuelle Studie der Stiftung Zukunftsfragen zeigt, dass sich nahezu **zwei Drittel der unter 30-Jährigen** gestresster fühlen als früher. In der Altersgruppe der **30 bis 64-Jährigen ist es mehr als jeder Zweite**. Das bleibt nicht ohne Auswirkungen am Arbeitsplatz.

STRESSLEVEL STEIGT KONTINUIERLICH

Von je 100 Befragten stimmen der Aussage zu „Ich bin insgesamt öfter gestresst als früher.“

Gesamtbevölkerung

52

Unter 30 Jahre

63

30 bis 64 Jahre

54

über 65 Jahre

31

Online Repräsentativbefragung von 2.000 Personen ab 18 Jahren durch die GfK in Deutschland

Oft leidet die **mentale Gesundheit**. Doch die wenigsten Betroffenen sprechen selbst darüber. Schon gar nicht im beruflichen Umfeld. Wie spricht man als Führungskraft also das Thema an, wenn Menschen „irgendwie anders“ geworden sind, wenn häufig Fehler passieren oder statt ehemals freundlicher Worte vorwiegend zynische Bemerkungen fallen?

Offene Gesprächskultur pflegen

58 % der Arbeitnehmer würden ihren Vorgesetzten **nicht** um Unterstützung bitten, wenn es um die mentale Gesundheit geht. Für Vorgesetzte ist es deshalb wichtig, Gespräche zur psychischen Gesundheit **behutsam** aus der Tabuzone zu holen. Wem das als Führungskraft schwerfällt, sollte auf Unterstützung, z. B. durch Sozialberater oder auf betriebliche Gesundheitsmanager, zurückgreifen. Wichtig ist auch, im Gespräch keine Scheindiagnosen à la „Was ist los mit Dir, hast Du Depressionen, oder was?“ zu stellen. Führungskräfte können allerdings sehr wohl kommunizieren, was ihnen aufgefallen ist und warum sie sich Sorgen machen. **Gemeinsam** können im Gespräch dann die nächsten Schritte überlegt werden.

Hausärzte als erste Anlaufstelle

Wer Hilfe benötigt, einen Therapieplatz sucht oder nicht weiß, wo er anfangen soll, ist in der Hausarztpraxis als **erste Anlaufstelle** gut beraten. Größere Unternehmen bieten auch eine werksärztliche Abteilung an. Patienten erhalten dort neben einer ersten ärztlichen Einschätzung häufig auch Empfehlungen und Adressen zur weiteren Behandlung.



FRÜHZEITIG NACH HILFE FRAGEN



Laut AXA Mind Health Report 2024 geben **31 %** der Deutschen an, unter **psychischen Problemen** wie Depressionen, Angststörungen, Essstörungen oder Zwangsstörungen zu leiden. Trotzdem lassen sich viele Erkrankte (24%) gar nicht erst behandeln.

AXA spricht von einem Paradoxon:

Psychische Gesundheitsprobleme am Arbeitsplatz nehmen stark zu, aber viele Menschen sehen die Arbeit nicht als Hauptursache ihrer Probleme an. Führungskräfte fühlen sich daher häufig nicht zuständig, obwohl sie Hilfestellung leisten könnten.

Grundsätzlich gilt:

Persönliche Stress-Symptome ernst nehmen. „**Ein Warnsignal ist es, wenn Ihre gesundheitliche Einstellung in allen Lebenslagen lautet ‚Klar geht’s mir gerade nicht so gut, aber irgendwie pack‘ ich das schon noch.**““, so der Mediziner Toni Pizzocco in seinem Buch „Optimismus-Training – Grundregeln für positives Denken“. Massive Stresssymptome an sich selbst oder an anderen wahrzunehmen und anzusprechen ist daher der erste wichtige Schritt in Richtung gesünderes Arbeiten.

TIPP FÜR FÜHRUNGSKRÄFTE

Regelmäßige Willkommensgespräche

nach Abwesenheiten entkrampfen schon im Vorfeld das Verhältnis, sodass schwierigere Gespräche auf einem **vertrauensvollen Fundament** geführt werden können.

SELBSTTEST

WAS STRESS MIT UNS

Wie gestresst sind Sie?

Checken Sie Ihre Warnsignale.

Stress ist ein Notfallprogramm unseres Körpers: Noch bevor wir uns dessen bewusst sind, schalten wir auf Kampf- oder Fluchtreaktion. Manchmal auch auf Schockstarre. Das alles hat einen evolutionsbiologischen Sinn, sonst wären wir im Kampf gegen Säbelzahn tiger und Co. längst ausgestorben. Stress war damals unser Lebensretter: Warum gehört er heute zu den größten Krankmachern?

Die Antwort liegt in der Dosis. Während unsere steinzeitlichen Vorfahren nach dem Kampf zurück in den Entspannungsmodus glitten, ist Entspannung heute für viele ein Fremdwort. Unser Leben im Dauerstress ist teils aufgezwungen und teils hausgemacht. Die anstrengende Mischung aus Leistungs- und Spaßgesellschaft hält unseren Körper und unser Gehirn unter Dauerfeuer. Entsprechend angespannt ist häufig die persönliche oder zwischenmenschliche Lage.



Stress zeigt sich auf drei Ebenen: körperlich, emotional und im Verhalten.

Wie stark spüren Sie diese körperlichen Symptome?

	2 stark	1 leicht	0 kaum/ gar nicht
Herzrasen oder Engegefühl in der Brust	☐	☐	☐
Atembeschwerden	☐	☐	☐
Schlafstörungen	☐	☐	☐
permanente Müdigkeit	☐	☐	☐
Beschwerden im Magen-/Darm-Bereich	☐	☐	☐
Sexuelle Funktionsstörungen	☐	☐	☐
Muskelspannungen	☐	☐	☐
Kopf-/Rückenschmerzen	☐	☐	☐
Kalte Hände/Füße	☐	☐	☐
Starkes Schwitzen	☐	☐	☐

Quelle: Stresstest nach Prof. Dr. Gert Kaluza

MACHT

Wie stark spüren Sie diese psychischen Symptome?

	2 stark	1 leicht	0 kaum/ gar nicht
Innere Unruhe/Nervosität	☐	☐	☐
Gereiztheit/Ungleichgewicht	☐	☐	☐
Angstgefühle	☐	☐	☐
Lustlosigkeit (auch sexuell)	☐	☐	☐
Innere Leere	☐	☐	☐
Gedanken-Karussell	☐	☐	☐
Konzentrationsstörungen (bis „Blackout“)	☐	☐	☐
Tagträume	☐	☐	☐
Alpträume	☐	☐	☐
Ungewöhnlich viele Fehler; Leistungsverlust	☐	☐	☐

Hat sich Ihr Verhalten geändert?

	2 stark	1 leicht	0 kaum/ gar nicht
Ich fahre häufig „aus der Haut“, bin aggressiv	☐	☐	☐
Bein wippen, Fingernägel kauen/knibbeln	☐	☐	☐
Zähneknirschen	☐	☐	☐
Schnelles Sprechen, Stottern	☐	☐	☐
Anderen ins Wort fallen, nicht zuhören	☐	☐	☐
Zu viel/zu wenig/unregelmäßig essen	☐	☐	☐
Mehr Alkohol/Medikamente/ Rauchen als üblich	☐	☐	☐
Freundschaften vernachlässigen	☐	☐	☐
Sport/Bewegung vernachlässigen	☐	☐	☐
Körperpflege vernachlässigen	☐	☐	☐

AUFLÖSUNG

Bei 18 und mehr Punkten sollten Sie dringend Maßnahmen zur Entspannung in Ihren Alltag integrieren, damit die körperlichen und psychischen Folgen des Stresses keine ernsthaften gesundheitlichen Auswirkungen haben.

Schon ab 9 Punkten bewegt sich Ihr Stresslevel Richtung ungesundes Niveau.

2+1+0=3

Wie Sie besser mit Stress umgehen und Ihre Resilienz stärken können, erfahren Sie im vielfältigen Seminarprogramm der kommunikatore: work-magazin.de oder diekommunikatoere.de

WICHTIG!

SICHER ANS Z

Von Zeitmanagement bis hin zu digitaler Organisation: In einer Welt, in der Zeit ein kostbares Gut ist, wird Produktivität zum entscheidenden Faktor für den Erfolg und sorgt für den entscheidenden Vorsprung. Bewährte Techniken gibt es einige. Aber welche Methoden funktionieren wirklich? Wir haben #nachgefragt und das Best-of der praxisnahen Strategien zusammengefasst – auch als Merkkärtchen für die Schreibtisch-Schublade.

**Ausprobieren
& herausfinden!** >>>



ENERGIEZEITPLAN

Aufgaben nach persönlichem Energielevel planen

Ein Energie-Zeitplan basiert auf der Erkenntnis, dass unser Energieniveau im Tagesverlauf schwankt. Beobachten Sie Ihre persönlichen Hoch- und Tiefphasen. Planen Sie anspruchsvolle Aufgaben in Ihren Hochphasen und weniger intensive Tätigkeiten in Ihren Tiefphasen. So arbeiten Sie effektiver und vermeiden Erschöpfung.

MURPHYS GESETZ

Das Ass
im Ärmel!



Ein guter Backup-Plan berücksichtigt potenzielle Risiken und erstellt Lösungen – für den Ernstfall wie auch bei Produktivitätsstau. Kritische Prozesse werden identifiziert, alternative Vorgehensweisen erarbeitet und Verantwortlichkeiten definiert – durch regelmäßiges Testen und Anpassen des Plans bleibt Ihr Workflow flexibel und resilient gegenüber unerwarteten Herausforderungen.

EAT THE ELEPHANT

Große Aufgaben in kleine Stücke zerlegen und meistern

Die Metapher „Wie isst man einen Elefanten?“ erinnert uns daran, dass selbst die größten Herausforderungen bewältigt werden können, wenn wir sie in kleine, handhabbare Teile aufteilen und systematisch angehen. Wichtig ist,

die einzelnen Schritte zu priorisieren und dann Schritt für Schritt voranzugehen. Dadurch bleiben Sie fokussiert, vermeiden Überforderung und schaffen kontinuierlichen Fortschritt.

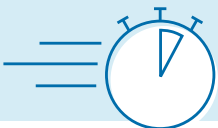


FÜNF-MINUTEN-ACTION

Auf die Plätze, fertig, los!

Was kann in 5 Minuten alles erledigt werden?

Manches schieben wir ewig auf, obwohl wir es schnell erledigen könnten. Wer sich fünf Minuten am Tag Zeit für nervigen Kleinkram nimmt, kommt Stück für Stück voran, beseitigt Ablenkungen von den wirklich großen Aufgaben des Tages.



**Tipps zum
produktiven
Arbeiten**

Best of Produktivitätsstrategien, die wirklich funktionieren – Der Meisterkurs

FOREST-APP

Produktiv sein und etwas für die Umwelt tun

In der App wird die gewünschte Länge der Deepwork-Phase eingetragen. Während der Konzentrationszeit wächst ein virtueller Baum heran. Für jeden Baum, der im virtuellen Wald heranwächst, erhalten Sie Münzen als Belohnung. Diese können gesammelt und durch die Partnerschaft mit Trees for Future in die Pflanzung echter Bäume getauscht werden. Bis dato konnten Nutzer der App gemeinsam über 703.000 Bäume pflanzen.



MINIPAUSEN

Auch der schnellste Rennwagen fährt nicht mit leerem Tank. Regelmäßige Minipausen erhöhen die Produktivität.

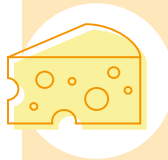
Minipausen helfen, Konzentration und Produktivität aufrechtzuerhalten und Ermüdung zu vermeiden. Als Faustregel gilt, sich etwa alle 90 Minuten eine Minipause zu gönnen. Das kann ein Blick aus dem Fenster sein, eine Atemübung oder ein Gang über den Flur.



DIE SCHWEIZER KÄSE METHODE

Kleine Löcher, große Produktivität! Die Schweizer-Käse-Methode

zielt darauf ab, umfangreiche Aufgaben in kleine, leicht zu bewältigende Teilaufgaben zu zerlegen. Jeder dieser Schritte sollte sich gegenseitig unterstützen und in Ihre Routine integriert werden. Dies verhindert größere Unterbrechungen und sorgt für stetigen Fortschritt und höhere Produktivität.



THE POWER OF ONE



Eine Aufgabe (oder eine Teilaufgabe) anfangen und bis zum Ende durchziehen

Die Strategie „Die Macht des Einen“ basiert auf dem Prinzip der Fokussierung. Wählen Sie eine prioritäre Aufgabe aus und arbeiten Sie ausschließlich an dieser, bis sie abgeschlossen ist. Vermeiden Sie Multitasking und schaffen Sie eine störungsfreie Umgebung. Diese konzentrierte Herangehensweise reduziert Stress, steigert die Qualität der Arbeit und führt schneller zu greifbaren Ergebnissen.

ERFOLGSTRACKING

Die beste Strategie gegen Motivationslöcher

Die Habit-Tracker bauen auf das Prinzip der Kontinuität. Markieren Sie jeden produktiven Tag in einem Kalender und erstellen Sie eine visuelle Kette. Ziel ist es, die Kette nicht zu brechen. Diese tägliche Verpflichtung schafft Routine, stärkt die Disziplin und führt zu konsistenten Fortschritten. Kleine, tägliche Erfolge summieren sich und fördern langfristige Produktivität.



ZIELE

Warum wir oft scheitern und wie wir es besser machen.

Mit Zielsetzungen ist das so eine Sache: Wir brauchen Ziele, um unserem Leben oder unserem Business eine klare Richtung zu geben. Aber Hand aufs Herz – wie oft scheitern wir und erreichen nicht, was wir uns vorgenommen haben?

Was zuvor weit entfernt und unerreichbar schien, wird durch kleine Schritte machbar.

Warum wir scheitern
Vielleicht waren die Ziele zu hoch. Vielleicht fehlte es an Motivation und Konsequenz. Vielleicht haben sich die Ziele in unserer volatilen Welt zu schnell verändert. Vielleicht wollten wir zu viel auf einmal und haben uns angesichts des Aufgabenberges gar nicht erst auf den Weg gemacht. Wo auch immer Sie zwischen Ihrer Zielsetzung und Ihrem Erfolg stehen – **der Clou besteht darin, vom Denken und Planen ins Handeln zu kommen. Opfern Sie dafür Ihren Perfektionsanspruch.**

Perfekte Ziele sind kein Erfolgsgarant

Denken Sie an einen großen Auftrag oder an ein Bewerbungsgespräch. Alle haben das große Ziel plastisch vor Augen: den Auftrag holen. Oder den Job. Gewinnen kann allerdings jeweils nur eine Person. Was über Erfolg und Misserfolg entscheidet, ist deshalb nicht das eigentliche Ziel, sondern vor allem der Weg dorthin. In vielen kleinen Punkten im

Vorfeld ein bisschen besser zu sein, ist erfolgsversprechender, als sich das große Ziel in bunten Farben auszumalen. Es gilt, nicht von Anfang an nach Perfektion zu streben, sondern mit einfachen Schritten ins Handeln zu kommen.

Glück nicht an die Zielerreichung knüpfen

Wenn wir unser Ziel erreichen, sind wir glücklich. Keine Frage. Die persönliche Zufriedenheit jedoch ausschließlich von der Zielerreichung abhängig zu machen, ist zu kurz gegriffen. Dennoch tun wir es häufig reflexhaft:

„Wenn ich den Job bekomme, bin ich glücklich.“

„Wenn mein Team gut läuft, bin ich glücklich.“

Mit dieser Denke sind wir in einer Entweder-Oder-Falle gefangen, die uns Energie und gute Laune kostet – wichtige Ressourcen auf unserem Weg zum Ziel. Versuchen Sie deshalb, die Perspektive umzudrehen:

„Weil ich glücklich bin, bekomme ich den Job.“

„Weil ich glücklich bin, läuft mein Team gut.“

Raum zum Experimentieren nutzen

Häufig steht uns unser eigenes Katastrophendenken im Weg. Wir blockieren uns selbst, weil wir uns zu sehr darauf konzentrieren, was schief gehen könnte:

„Was ist, wenn ich im Gespräch den Faden verliere?“ „Was ist, wenn mich die Menschen nicht mögen?“ „Was ist, wenn ich nicht alle Fragen beantworten kann?“

Wenn Sie zum Katastrophendenken neigen, sollten Sie sich durch kleine, „ungefährliche“ Experimente ihrem Ziel nähern. Ungefährlich ist ein Experiment, wenn die zeitlichen, finanziellen oder emotionalen Risiken überschaubar sind.

Dranbleiben

Wer jemals auf einen Berg gestiegen ist, weiß: **Kleine Schritte sparen Kraft. Zudem lassen sich kleine Schritte schneller korrigieren.** Und auch mit vielen kleinen Schritten kommen Sie zum Ziel – vorausgesetzt, Sie geben nicht zu früh auf. Schlagen Sie deshalb gern Ihren Weg Richtung Ziel ein, ganz nach dem Motto:

Einfach mal

MACHEN.

Könnte ja

gut werden.



Sie müssen zum Beispiel eine Rede halten und haben noch nie ein Handmikrofon benutzt?

Üben Sie zunächst vor dem Spiegel mit einer Haarbürste. Auch wenn es lächerlich klingt – etwas laut auszusprechen hilft eher als eine Rede mehrmals zu lesen. **Ersetzen Sie den Spiegel nun durch ein kleines Publikum z. B. eine Arbeitskollegin oder einen Freund.** Fragen Sie nach Feedback und wachsen Sie an den Kritikpunkten.

#BILDER IM KOPF

GESCHICHTEN, *DIE BEWEGEN*

Effektive Führung
erfordert mehr als nur
Zahlen: Storytelling
stärkt Teams,
fördert Motivation
und vermeidet
Kommunikations-
fehler.



„Ich bin doch kein Busfahrer; ständig soll ich die Leute mitnehmen“, klagte eine Führungskraft in einem **kommunikatöre**-Seminar. Damit traf der Herr den Nerv vieler der Anwesenden. Häufig gehört es zum Führungsalltag, neue Projekte zu platzieren, neue Prozesse zu implementieren, die Digitalisierung voranzutreiben und das Team auf unbekanntem Terrain zu motivieren. Das ist herausfordernd.

Aus der obersten Management-Etage gibt es zur neuen Richtung vielfach nur ein paar PowerPoint Slides mit Zahlen, Daten und Fakten zum Zielbild und los geht die Veränderung. Was dann passiert ist häufig ... nichts. Um Menschen zu bewegen, braucht es mehr als Excel-Sheets. Warum ist das so? Weil Zahlen und Grafiken eben nicht für sich sprechen. In unserer digitalen Welt sind wir jederzeit vernetzt. Wir fliegen zum Mond und fragen Chat GPT nach den besten Ideen für unsere Urlaubsreise. Trotzdem bewegen sich unsere Gehirne noch auf Steinzeit-Niveau. Das ist der Grund, warum emotionale Geschichten uns auch heute noch mehr zum Handeln animieren als jede Excel-Tabelle.

Werbung und Marketing nutzen diesen psychologischen Effekt schon lange. Storytelling heißt das Zauberwort. Storytelling kann auch in der Mitarbeiterführung eingesetzt werden. Hier bezieht sich die Technik auf die Nutzung von informativen und unterhaltenden Geschichten, um aus abstrakten Zahlen und Begriffen lebendige und nachvollziehbare Bilder zu formen. Storytelling wird so zum effektiven Werkzeug, das Führungskräfte einsetzen können, um ihre Botschaften einprägsam zu kommunizieren.



Storytelling-Formulierungen sind oft direkt, emotional und zugänglich. Botschaften werden leichter verstanden, da eine kurze Story Bilder im Kopf des Gegenübers erzeugt. Viele Menschen in Führungspositionen tun sich jedoch schwer, eine einfache und bildhafte Sprache zu verwenden. Sie setzen auf klassischen Management-Sprech, der Kompetenz suggeriert und die gehobene Stellung im Unternehmen unterstreicht. Was innerhalb der Führungsebene noch funktionieren kann, scheitert häufig in der Mitarbeiterkommunikation.

MANAGEMENT-SPRECH VS. **STORYTELLING**

Vielleicht kommen Ihnen diese Sätze bekannt vor

„Um eine nachhaltige Wachstumskurve zu sichern, müssen wir unsere Ressourcen optimal allokkieren und die Marktbedingungen kontinuierlich evaluieren.“

„Um unseren Umsatz/Absatz langfristig zu sichern, nutzen wir unsere Mittel klug und behalten den Markt ständig im Blick.“

„Unser Unternehmen strebt danach, durch innovative Lösungen und strategische Partnerschaften einen signifikanten Mehrwert für unsere Kunden zu schaffen.“

„Wir setzen auf kreative Ideen und starke Partnerschaften, um unseren Kunden das Beste zu bieten und ihnen echte Vorteile zu verschaffen.“

„Wir müssen unsere Synergien maximieren, um die Effizienz zu steigern und die Stakeholder-Zufriedenheit zu gewährleisten.“

„Alle Teams arbeiten Hand in Hand, um reibungslos zu funktionieren. So sind nicht nur unsere Kunden, sondern alle unsere Geschäftspartner zufrieden.“

#totaldaneben

EIN SATZ MIT X

Manchmal passiert es eben: Da rutscht uns ein Satz heraus, der uns hinterher leidtut. Das ist menschlich. Auch bei Führungskräften. Wer Größe zeigt, bemerkt den Fehler und rudert zurück. Eine ernst gemeinte Entschuldigung kann viele Wogen glätten.

*Trotzdem begegnen uns in unseren Seminaren häufig „No-Go-Sätze“, die bei verzweifelten Mitarbeitern Narben hinterlassen haben. Einige dieser Sätze **lesen Sie hier** oder kennen Sie vielleicht aus eigener Erfahrung:*

NUGGETS

Probieren Sie Storytelling zum Beispiel für diese Zwecke:

1 Motivation & Inspiration

Erzählen Sie Erfolgsgeschichten von erfolgreichen Projekten oder Karrieren innerhalb des Unternehmens.

2 Vision & Werte

Geschichten über die Gründung und Entwicklung des Unternehmens verdeutlichen Vision und Werte Ihrer Organisation.

3 Mitarbeiterbindung & Engagement

Teilen Sie persönliche Erlebnisse, um eine stärkere Verbindung zu den Mitarbeitern herzustellen und Vertrauen aufzubauen.

4 Lernen & Entwicklung

Geschichten über bewährte Verfahren und erfolgreiche Strategien können als Lehrmittel dienen und helfen, neue Fähigkeiten und Kenntnisse zu erwerben – auch Geschichten über Fehler sind wertvoll!

5 Kommunikation komplexer Ideen

Beispiele und Analogien, können dazu beitragen, abstrakte Ideen in konkrete, nachvollziehbare Szenarien zu übersetzen.

Storytelling ist ein mächtiges Werkzeug in der Mitarbeiterführung, da es die menschliche Neigung anspricht, sich an Geschichten besser zu erinnern und emotional darauf zu reagieren.

Doch Achtung: Vor dem Erzählen kommt das Zuhören! Denn auch die schönste Geschichte verpufft im Raum, wenn sie an den Interessen und Bedürfnissen der Mitarbeiter vorbeigeht.

„Du wirst hier nicht fürs Denken bezahlt.“

„Was tragen Sie eigentlich zum Ergebnis bei? Nichts!“

„Kriegst Du Deine Tage, oder was?“

„Typisch Frau!“

„Ich denke, Sie sind zu alt für diesen Job.“

„Ich werde dafür sorgen, dass Sie hier keine Zukunft haben.“

„Was stimmt nicht mit Dir?“

„Wer hat Dir eigentlich eine so hohe Leistungsprämie zugesprochen?“

„War doch nur'n Witz, Du Spaßbremse!“

„Kein Wunder, dass Sie hier keine Freunde haben, mit der Einstellung...“

„Achtung: Der Teppich, auf dem Du stehst, ist wertvoller als Du!“

„Sagen Sie ruhig Ihre Meinung – aber am Ende zählt meine.“

„Das hat garantiert ein Mädchen programmiert, sonst könnte man ja Verstand erwarten.“

In einem latent oder offen aggressiven Arbeitsklima kann Vertrauen und Motivation nicht gedeihen. Führungskräften sei deshalb geraten, zuzuhören – auf die eigene Kommunikation und auf die Kommunikation im Team.

Wie gesunde Kommunikation auch im Stress gelingen kann, erfahren Sie im Seminar der Kommunikatöre.



SOCIAL MEDIA TIPPS FÜR FÜHRUNGSKRÄFTE & MITARBEITENDE



Alle tun es! Und wenn nicht, dann sollten sie es tun! Social Media stärkt Marke und Profil, ermöglicht einen direkten Dialog und fördert Engagement, bietet Transparenz, steigert Reichweite und beeinflusst die Unternehmenswahrnehmung positiv. Klingt gut, oder?

Damit Sie gehört werden in Zeiten von Social Media, kommt hier unser Spickzettel.



Kommunikation ist das A und O – in jedem Unternehmen. In Zeiten von Social Media wird Storytelling zur Schlüsselkompetenz für Unternehmen. Doch nicht nur das Erzählen, sondern auch das Zuhören – das sogenannte Storylistening – ist entscheidend, um wirklich gehört zu werden. Beides geht gerne Hand in Hand. Kein Unternehmen soll ungehört bleiben. Um in der Flut der täglichen geposteten Inhalte nicht unterzugehen, helfen bewährte Methoden.

AUTHENTIZITÄT

Ehrlichkeit ist Trumpf. Echte Geschichten haben mehr Kraft als glattgebügelte Märchen.

EMOTIONEN

Nichts fesselt mehr als Emotionen. Echte Berichte schaffen Verbindungen.

INTERAKTIVITÄT

Das Publikum liebt es, einbezogen zu werden. Nur so entsteht eine lebendige Community.

VISUELLE ELEMENTE

Ein inspirierendes Bild sagt mehr als tausend Worte, und ein Videotestimonials erst recht!



ACHTUNG!

Wer nicht regelmäßig postet, verschwindet in der Versenkung.

DOs & DON'Ts



Erzählen Sie Geschichten, die das Herz berühren. Zeigen Sie die menschliche Seite Ihres Unternehmens, lassen Sie Ihre Marke zum lebendigen Wesen werden, das atmet, fühlt und handelt. Leser/Follower bevorzugen Stories, in denen sie sich wiederzufinden.



Manipulieren Sie nicht die Emotionen Ihrer Follower. Authentizität ist der Leuchtturm in der rauen See der sozialen Medien. Falsche Geschichten und übertriebene Dramen mögen kurzfristig Aufmerksamkeit erregen, führen aber langfristig zu Schiffbruch.



Seien Sie interaktiv und nahbar: Social Media ist keine Einbahnstraße. Es ist ein Austausch. Beantworten Sie Fragen, nehmen Sie Kritik an und erzählen Sie nicht nur Ihre eigene Geschichte, sondern hören und wertschätzen Sie auch die Geschichten anderer.



Überfluten Sie Ihre Follower nicht mit belanglosen Inhalten. Qualität über Quantität sollte das Motto sein. Ein gut platzierter, durchdachter Beitrag kann mehr bewirken als ein Dutzend Posts, die im endlosen Scrollen untergehen.

SO VIELE MÖGLICHKEITEN... ✕

Content Marketing

Erstellung und Verbreitung relevanter Inhalte, um eine Zielgruppe zu binden.

User-Generated Content (UGC)

Teilen von Inhalten und Geschichten der Zielgruppe, um Authentizität zu erhöhen.

Stories

Kurze, temporäre Inhalte für Echtzeit-Updates und Einblicke hinter die Kulissen.

Visual Storytelling

Nutzung von Bildern und Videos, um schnell und emotional Geschichten zu erzählen.

Branded Content

Markeninhalt, der unterhaltend und informativ ist, ohne direkt verkaufsorientiert zu sein.

Narrative Marketing

Fortlaufende Geschichten, die über die Zeit hinweg erzählt werden, um Spannung zu halten.

Influencer-Storytelling

Zusammenarbeit mit Influencern, die authentisch die Geschichte der Marke erzählen.



SOCIAL MEDIA? DO IT!

Die unterschätzte Macht.
Ein Kommentar. ...

Es war einmal... so fangen Geschichten normalerweise an. Helden, die eine wichtige Aufgabe erfüllen sollen, begeben sich auf eine Reise. Eine sogenannte Heldenreise - eine klassische Methode des Geschichtenerzählens. Was aber, wenn die Helden wir sind und die Aufgabe darin besteht, Informationen zu vereinfachen und anschaulich darzustellen?

Nicht nur wir, **die Kommunikatöre®**, nutzen Storytelling. Auch Pädagogen oder Psychotherapeuten und Künstler, ganze Unternehmen, erzählen Geschichten. Eine gängige Methode in der Kinder- und Erwachsenenbildung, in der Werbung und im Wissensmanagement. Wir nutzen Storytelling, beispielsweise, um eine Marke persönlich zu machen. Wir emotionalisieren, wir aktivieren und begeistern und inspirieren. Wir binden. Statt „Es war einmal“ kommt dann ein „Es wird einmal“. Ein Held wird auf eine Reise gehen. Und in den Köpfen der Kunden bleiben.

Was früher das Fernsehen und das Radio waren, ist heute der unaufhaltsame Strom der sozialen Medien. Hier regiert das Storytelling mit eiserner Hand und lässt die Heldenreise in einem neuen Glanz erstrahlen. Es sind die Geschichten, die uns fesseln, die Emotionen wecken, Wünsche und Sehnsüchte schüren, als wären sie aus einem Märchenbuch entsprungen.

Wir haben eine neue Arena, in der wir uns beweisen müssen. Ein Ort, an dem nicht nur Helden geboren werden, sondern auch Schurken entlarvt und verbannt werden können. Social Media ist die Bühne unserer Zeit, auf der Helden gemacht und Geschichten geschrieben werden. Unternehmen, die diese Macht verstehen und weise nutzen, werden nicht nur in den Köpfen, sondern auch in den Herzen ihrer Kunden bleiben.

Auf, auf! An die digitalen Schwerter und Federkiele!

Das Märchen von „Es wird einmal“ beginnt jetzt – und diese Reise verspricht, episch zu werden.



#Storylistening und #Storytelling: Die Schlüssel zum erfolgreichen

TALENTE GEWINNEN U

Recruiting ist Wettbewerb! Besonders wenn es darum geht, neue Mitarbeiter zu gewinnen und diese auch langfristig zu halten. Vergessen Sie Sätze wie: „Wir suchen motivierte Talente zur Verstärkung unseres jungen, dynamischen Teams.“ Individualität ist heute gefragt. Was macht Ihr Unternehmen einzigartig? Fragen Sie einfach die, die schon bei Ihnen arbeiten.



STORYLISTENING

Auf der Suche nach den besten Geschichten

Viele Arbeitgeber haben schlichtweg verlernt, zuzuhören. Dabei ist es essenziell, ein offenes Ohr für die eigenen Angestellten zu haben, um ihre wahren Bedürfnisse zu erkennen. Einfacher geht es für ein Unternehmen gar nicht, die Bedürfnisse und Wünsche der Belegschaft besser zu verstehen und die Unternehmensattraktivität für potenzielle Bewerber zu steigern.

Die richtigen Fragen stellen

Um herauszufinden, was die Mitarbeiter wirklich bewegt, müssen die richtigen Fragen gestellt werden. Dies hilft, sowohl die positiven als auch die negativen Aspekte der Arbeit im Unternehmen zu identifizieren. Zum Beispiel können Ängste vor anstrengender Schichtarbeit, langen Arbeitszeiten oder hohem Leistungsdruck potenzielle Hindernisse für Bewerbungen sein. Interessant sind deshalb die Antworten derjenigen, die in Ihrem System gut zurechtkommen.

Durch gezieltes Storylistening können Personalverantwortliche tiefere Einblicke in die Erlebnisse und Gefühle ihrer Mitarbeiter gewinnen.

Fragen, wie ...

Was motiviert
Dich, jeden Tag
hier zu arbeiten?

Wie würde
Dein Team sich
in drei Worten
beschreiben?

Welcher Moment im Job hat
Dich besonders stolz gemacht?

... enthüllen wertvolle Informationen über die wahren Emotionen und Erfahrungen im Unternehmensalltag.

Schutz und Vertrauen schaffen

Diese Gespräche sollten in einem geschützten Rahmen stattfinden, fernab der Führungsetage, um ein vertrauensvolles Umfeld zu gewährleisten. Neutrale Storytelling-Experten können dabei unterstützen, indem sie ohne Wertung zuhören und Maßnahmen vorschlagen. Sie können die gewonnenen Geschichten für das Employer Branding nutzen und somit authentische Einblicke in den Arbeitsalltag bieten.

UND HALTEN

Die Vorteile von Storylistening

Die authentischen Geschichten und Erlebnisse der Mitarbeiter sind wertvolle Ressourcen für das Unternehmen. Sie helfen, zukünftige Recruiting-Prozesse besser vorzubereiten und neue Talente von Anfang an mit realen Erfahrungen zu überzeugen. Ein Unternehmen, das die wahren Bedürfnisse und Wünsche seiner Mitarbeiter kennt und darauf eingeht, wird

nicht nur neue Talente leichter anziehen, sondern auch seine bestehende Belegschaft langfristig motivieren und binden. Storylistening ist deshalb mehr als nur ein Trend. Es ist eine notwendige Praxis für alle, die nicht nur auf der Suche nach neuen Talenten sind, sondern auch die bestehenden Mitarbeiter wertschätzen möchten. Gerne teilen Menschen Rat und Meinungen. Wir müssen sie nur fragen.

STORYTELLING IM RECRUITING

Positive Emotionen schaffen

Storytelling spielt eine entscheidende Rolle im Recruiting. Es kommuniziert authentisch Kultur, Werte und Arbeitsumfeld eines Unternehmens.

Durch das Erzählen realer Begebenheiten stellen Unternehmen emotionale Verbindungen zu potenziellen Bewerbern her: Geschichten erzeugen ein lebendiges Bild der Arbeitsumgebung. So bekommt jedes Unternehmen ein einzigartiges Profil, fernab von „Wir bieten innovative Lösungen in einem dynamischen Markt“. Die Vorteile von Unternehmens-Benefits auf das Leben der Mitarbeiter werden durch Storytelling plakativ in Szene gesetzt.

Geschichten über Karrierewege und Erfolgserlebnisse zeigen die Entwicklungsmöglichkeiten und motivieren Bewerber, sich vorzustellen, wie sie selbst wachsen könnten. Zudem helfen Geschichten, Missverständnisse und Vorurteile über bestimmte Branchen oder Positionen zu überwinden, indem sie positive und unterstützende Aspekte der Arbeitsumgebung beleuchten.

Eine starke Arbeitgebermarke wird durch konsistente und überzeugende Geschichten gestärkt. Zudem verbessert Storytelling das „Bewerbererlebnis“, die Candidate Experience, indem es den Bewerbungsprozess persönlicher und einprägsamer gestaltet.

Sie
haben Interesse
an **Storylistening &
Storytelling** für Ihr
Recruiting?

die
kommunikatore
unterstützen
Sie gerne.

INFOMANAGEMENT IN DIGITALEN ZEITEN

WENN WIR NUR WÜSSTEN, WAS **WIR** ALLES **WISSEN!**

Nie konnten wir Informationen in so kurzer Zeit finden wie heute, nie funktionierte Kommunikation so schnell wie jetzt. Wirklich? Gerade im Unternehmensalltag erleben wir den Informationsaustausch ganz anders. Hier gilt eher die Devise: Je größer das Unternehmen, desto unübersichtlicher die Informationslage.

Wo war die Datei doch gleich abgelegt? Und ist das auch der aktuelle Stand? Wenn B doch nur wüsste, was A längst beschlossen hat ... Die Suche nach den richtigen Informationen, der fehlende Austausch an wichtigen Schnittstellen, die Unübersichtlichkeit angesichts der schier Menge an Kommunikationskanälen lähmen unsere Produktivität. **Was ursprünglich zur Verbesserung der Arbeit beigetragen hat, wird zunehmend zum Netz, in dem wir uns verstricken.**

Die Lösung: Ein aufgeräumtes und stets aktuelles Intranet, strukturierte Kommunikations-Kanäle und eine Mitarbeiter-App für alle. **Digitalisierung, wir kommen!** Doch was sich in der Theorie hervorragend liest, schleppt sich in der Praxis häufig als zäher Prozess dahin. **Nach einer ersten Investition fehlt es meist an Manpower, um sämtliche Kanäle im Galopp des Tagesgeschäfts zu hegen und zu pflegen.** Und dann auch noch die Menschen! Was tun gegen den Widerstand von Mitarbeitern, die mit neuen Technologien nicht vertraut sind oder diese ablehnen? Und was tun mit den Menschen, die in Informationskanälen geradezu versinken – nur nicht in den gewünschten, unternehmenseigenen? Und was tun mit denjenigen, die – aus welchen Gründen auch immer – Informationen nicht weitergeben?

Abstand gewinnen: Erstmal drei Schritte zurücktreten und die **Informations-Gemengelage von oben betrachten.** Dann

DIGITALISIERUNGSTIPP FÜR AZUBIS

eine Struktur aufbauen, die sich an den Informationsbedürfnissen der Mitarbeiter orientiert: **Was interessiert die Menschen? In welcher Informationstiefe? Wie häufig? Und auf welchem Kanal?** Dazu ist es hilfreich, mit den Menschen ins Gespräch zu gehen, ihnen zuzuhören und die Informationskette von unten nach oben aufzubauen. Danach gilt es, die passenden digitalen Tools auszuwählen. Das kann eine Mitarbeiter-App sein. Vielleicht reicht auch ein Microsoft-Teams-Zugang oder eine vergleichbare Kollaborationsplattform für alle.

Der nächste Schritt ist die **Ermittlung des Schulungsbedarfs**. Das tollste digitale Tool ist **wirkungslos, wenn die Mitarbeiter es nicht richtig oder uneinheitlich nutzen**. Wenn zum Beispiel Dateien auf dem Sharepoint wild abgelegt werden. Wenn Nachrichten auf Teams zwar geschrieben, aber die betreffenden Personen nicht getaggt werden. Wenn Kanäle vermischt werden und Konversationen teils per E-Mail und teils per Teams geführt werden, sodass am Ende niemand mehr weiß, wo die entscheidenden Argumente oder Einwände zu finden sind.

Hier heißt es **Regeln festlegen und dann die Disziplin aufbringen, an den selbst aufgestellten Regeln festzuhalten**. Wenn Sie das Gefühl haben, Ihren Informationsfluss optimieren zu müssen, nehmen Sie sich die Zeit und die Menschen, dies zu tun.

Da junge Menschen gerne über Apps lernen, können die Inhalte für **Zwischen- oder Abschlussprüfungen als Quiz zur Verfügung gestellt werden, das auf dem Handy gespielt werden kann** – zum Beispiel auch **gegeneinander, sodass untereinander ein spielerischer Wettbewerb entsteht. Gelernt wird so mit Spaß und Ehrgeiz und ganz nebenbei. Gamification heißt das Zauberwort!**



Die Kommunikatöre
begleiten Sie gern bei
entsprechenden **Work-**
shops, um die Arbeit Ihrer
Teams reibungsloser zu
gestalten.

AUCH IM ALPHABET KOMMT DRUCK VOR ERFOLG



“ Wir begleiten Sie,
damit Sie sich in Ihrer
Print-Werbung optimal
entfalten können. ”

Wenn wir in einer Sackgasse stecken, ist es Zeit zum Umdenken. Während uns das Wenden in drei Zügen mit dem Auto noch gelingt, tun sich viele Menschen schwer, bei Herausforderungen neu zu denken. Kreativität ist gefragt. Doch was bedeutet es, kreativ zu werden und auch kreativ zu sein? Wie wird aus einem weißen Blatt Papier manchmal auch „einfach so“ ein Markenerlebnis?

Für Tipps und Tricks haben wir uns im **kommunikatöre-**Team umgehört.

**SEI.
KREATIV.
JETZT.**



**Nils Fröhlich | Grafik**

Kreativität ist eine sinnige Rekombination von Bekanntem, die einen neuen Kontext schafft, eine neue Funktion hat oder eine ungewöhnliche Lösung bietet. Kreativ ist für mich, Inspiration für völlig anderes aus Momenten, Gesehenem oder Zufällen zu ziehen, die man nicht erwarten würde. Sie funktioniert am besten in Bewegung. Der Bildschirm ist in meinen Augen Gift.

**Gaby Schön | Text & Trainingsdesign**

Kreativ zu sein heißt, bestehende Zusammenhänge auf überraschende Weise neu zu verknüpfen. Wichtig dabei ist die innere Haltung „Ich bin ein kreativer Mensch“.

**Mareike Stremme | Art Direction**

Kreativität braucht Zeit und ein klares Briefing: Was ist das Ziel? Was soll erreicht werden? Auf welche Art? Größte Hürde: den inneren Kritiker zum Schweigen bringen. Deshalb erstmal alle Gedanken und Ideen mitnehmen. „Ausmisten“ kann man später immer noch.

**Peter Schengel | Scientific Advisor**

Kreativität ist das Ausbrechen aus etablierten oder festgefahrenen Ideen und Denkmustern, der sprichwörtliche Blick über den eigenen Teller- rand. Das funktioniert in den seltensten Fällen auf Knopfdruck und kann auch „nur“ aus dem Neuzusammenwürfeln von bereits existierenden, etablierten Elementen bestehen. Daher findet Kreativität für mich häufig auch im Gespräch bzw. Austausch mit anderen, kreativen Köpfen statt.

**Stefan Pistor | Grafik**

Kreativität lässt sich nicht forcieren. Leider oder auch zum Glück. Sie kommt, wenn das richtige Mindset da ist. Nicht ohne Grund kommen manchem unter der Dusche oder auf dem Klo die besten Ideen.

**Nikola Ohlen | Grafik**

Kreativität ist produktives Kreuz-und-Quer-Denken. Wenn ich mit einem Projekt in der kreativen Sackgasse lande, wende ich mich erstmal einer ganz anderen Aufgabe zu – um dann später zurückzukehren. Dann geht es plötzlich doch wieder irgendwo weiter!

**Steven Sullivan | Webdesign**

Kreativität ist Freiheit. Auf der Suche nach einer kreativen Idee hilft es manchmal, von vorne anzufangen. Nicht gefangen zu sein von etwas, was schon vorhanden ist.

**Jörg Hegner** | Webdesign

Kreativität ist Treibstoff, der uns vor dem Stillstand bewahrt. Neugierig bleiben und abseits des Mainstreams (gemeint ist nur der (Pop-)Kulturelle Kontext!) nach Neuem suchen, ist für mich die beständigste Inspirations-Quelle. Mein Kreativtipp: Einfach loslegen! Wer zu lange überlegt und auf das weiße Blatt Papier starrt, verschwendet seine Zeit.

**Leander Taubner** | Illustration

Kreativität ist die Fähigkeit, Ziele auf neuen Wegen zu erreichen. Sie ist in jedem Beruf und in jeder Lebenslage anwendbar mit der Frage: Wie erreiche ich mein Ziel oder löse das Problem mit den zu Verfügung stehenden Mitteln?

**Tonia Pöppler** | Redaktion & Social Media

Wenn der kreative Flow nicht so recht in Wallung geraten will, helfen kleine Kniffe: Mindmap erstellen, freies Assoziieren oder den Timer auf 10 bis 15 Minuten stellen, um in dieser Zeit ohne Unterbrechung alles aufschreiben, was in den Sinn kommt. Alte, aber bewährte Methoden.

**Bastian Kemmerich** | Scientific Advisor

Kreativität bedeutet für mich mit Worten spielen, diese zu kombinieren und auseinanderzunehmen. Dazu ist es nötig, auch mal Abstraktes und Unkonventionelles gedanklich zuzulassen. Das kann der Unterhaltung dienen, aber eben auch der Aufklärung oder sogar beidem. Kreative Formulierungen können die eigenen Aussagen geschickt kleiden wie eine umfangreiche Garderobe. Oder in kurz: wortgewandt(t).

**Shaghayegh Nakhjavan** | Scientific Advisor

Kreativität bedeutet für mich ich selbst sein – ohne an gesellschaftliche Konventionen zu denken; die Freiheit Materielles oder Immaterielles anders zu verwenden und einzusetzen als ursprünglich vorgesehen. Einschränkungen zu vergessen und es einfach mal zu versuchen. Sich selbst zu gewähren aus üblichen Gedankenmustern auszusteigen und die Welt neu zu erkunden.

Felix Bäcker | Grafik

Kreativität bedeutet, seinen Gedanken Freiraum zu geben, Konventionen beiseitezulegen und mutig zu sein. Mein Kreativtipp: Beim nächsten Weg durch die Stadt einfach die Augen aufhalten. Hinter fast allem, was wir sehen, steckt ein kreativer Kopf, der sich seine Gedanken dazu gemacht hat. Inspiration versteckt sich nicht, sie ist überall.

Kim Weigand | Grafik

Kreativität ist Fantasie. Beides kann ich nicht erzwingen, aber nähren, z. B. beim Spazieren gehen in der Natur oder im Austausch mit Kollegen. Einfach über den Tellerrand gucken, Inspiration finden und eingefahrene Konventionen loslassen.

**Selina Oesterling** | Grafik

Kreativ sein heißt für mich, Informationen eine packende und zielgruppengerechte Form zu geben. Dem eigenen Anspruch gerecht zu werden, kann dabei manchmal frustrierend sein. Dann gilt es, Vertrauen in sich selbst zu haben.

SELBST NACHDENKEN MACHT SCHLAU

Ein Plädoyer für langsame Ideen

In unserer termingetriebenen Gesellschaft sind Abkürzungen beliebt. Auch beim Denken. Nicht anders ist der Siegeszug digitaler Assistenten wie ChatGPT oder anderer KI-Sprachmodelle zu erklären. Allerdings sollte uns bewusst sein, dass die künstliche Intelligenz nur beschränkt intelligent ist. Im Grunde ist sie nur eine Rechenmaschine, die mit Wahrscheinlichkeiten kalkuliert und das wiederkaut, was die Masse bereits publiziert hat. KI ist somit das Gegenteil von originell. Dabei nicht vergessen: Fakenews haben hierbei den gleichen Stellenwert, wie wissenschaftlich fundierte Erkenntnisse.

Reflexionsfrage: Angenommen durch KI spare ich eine Stunde Zeit am Tag. Was mache ich mit dieser gewonnenen Stunde?

Wer nach individuell passenden oder einzigartigen Lösungen sucht, ist gut beraten, die eigenen Hirnwindungen zu bemühen. Das funktioniert nicht auf Knopfdruck und nicht zu jeder Tageszeit. Während der frühe Vogel die morgendliche Ruhe vor dem Sturm zum Denken nutzt, sind die „Eulen“ unter uns vor dem

dritten Kaffee nicht ansprechbar. Klassische Zeitmanagement-Tipps wie „erledigen Sie Ihre schwerste Aufgabe zu Beginn des Tages“ greifen für sie nicht. Dagegen fällt es Menschen des Chronotyps „Lerche“ schwer, sich am späten Nachmittag noch zu konzentrieren. Schieben Sie Ihre Suche nach neuen Ideen deshalb idealerweise in Ihre aktive Zeit.

Reflexionsfrage: Lerche oder Eule? Zu welcher Tageszeit bin ich selbst am aktivsten?

Von jetzt auf gleich kreativ zu sein, ist für viele eine Herausforderung. Da lohnt sich ein Blick in den Methodenkoffer: Wie wäre es zum Beispiel mit einer Duo-Mindmap, wenn eine zweite Person in die Lösungsfindung involviert werden kann (siehe Grafik). Kernidee dieser Methode ist, sich in einem Gedanken-Ping-Pong gegenseitig zu inspirieren.

Reflexionsfrage: Mit welchen Menschen kann ich am besten kreativ sein?

Ob und wie wir unsere kreativen Ideen am Ende im Berufsalltag einsetzen können, hängt vielfach von unserer Unternehmenskultur ab: Sind neue Ansätze gerne gesehen oder gilt es, an etablierten Prozessen festzuhalten?

Was passiert, wenn wir mit unserer neuen Lösung falsch liegen? Wie gestaltet sich unsere Fehlerkultur?

Reflexionsfrage: In welchen Bereichen darf ich am Arbeitsplatz „Risiken“ eingehen, z. B. indem ich von der Norm abweiche?



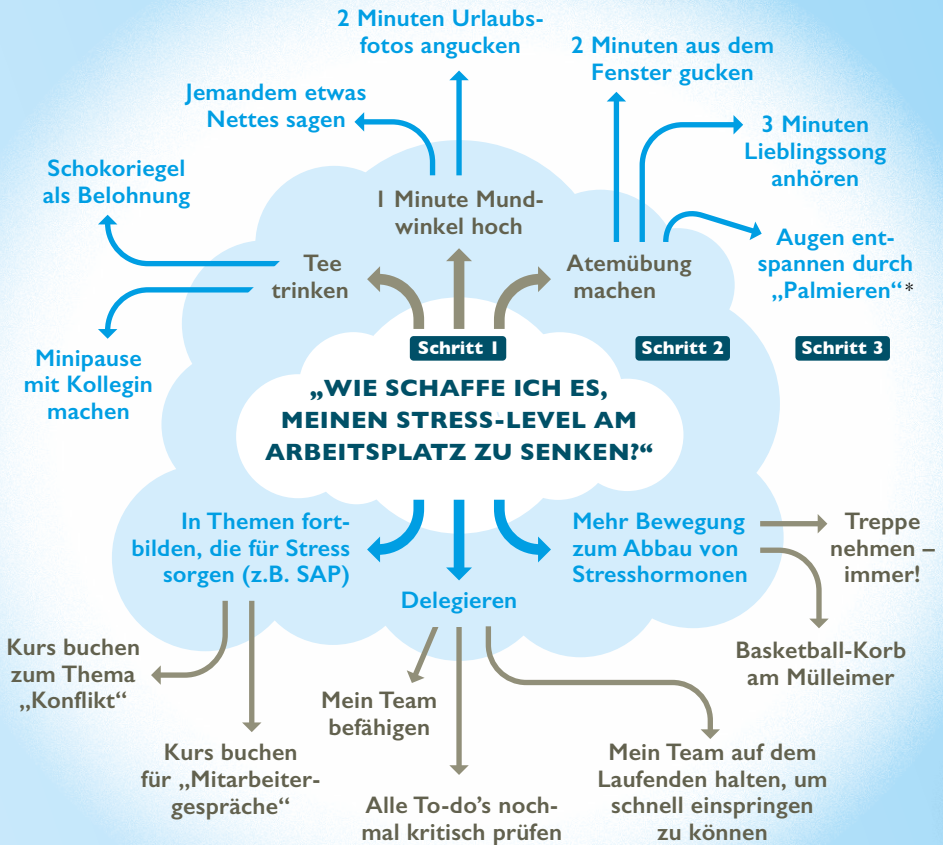
Nur wenn wir eine psychologische Sicherheit spüren, werden wir bereit sein, neue Wege zu gehen. Doch es stellt sich die Frage, ob wir es uns überhaupt leisten können, neue Wege nicht zu gehen. Darüber sollten wir alle in Ruhe nachdenken.

SO GEHT'S: DUO-MINDMAP

Schritt 1: Notieren Sie Ihre Frage.

Schritt 2: Person **A** und **B** schreiben je Idee zwei bis drei Antworten.

Schritt 3: Plätze tauschen! Person **A** konkretisiert/ergänzt die Ideen von Person **B** – und umgekehrt.



*Palmieren ist eine einfache Entspannungübung für die Augen: die warmen Hände werden über die geschlossenen Augen gelegt – Dunkelheit und Wärme können die Augen entspannen und die Sehschärfe verbessern.

Das Duo-Mindmap-Format funktioniert für jede Frage und bringt jeweils eine neue Perspektive ins eigene Nachdenken.

#work

work-magazin.de
diekommunikatoere.de