

Quer-Denken heißt Quer-Sprechen

„Sich committen“, „Aufträge generieren“, „Credit points aufbauen“, „milestones definieren“, „den benefit erhöhen“, „awareness entwickeln“: In der Geschäftswelt bedient man sich gerne der Kürzel und Begriffe, die vorzugsweise angelsächsischen Managementbestsellern oder Wissenschaftsfibeln entliehen sind. Der Gebrauch von Worthülsen ist nicht nur in der Politik, sondern inzwischen auch in der Wirtschaft gang und gäbe. Worthülsen sind Redeweisen, die wenig aussagen oder sich durch ihren inflationären Gebrauch abgenutzt haben. Nur noch wenige, so scheint es, fallen im Geschäftsleben durch einen einfallsreichen Gebrauch der Sprache auf.

Ein besonders schönes Beispiel von Manager-Sprech habe ich neulich im Internet entdeckt:

„Wer seinen Ju-es-pi (USP) nicht richtig brandet, pusht bei seiner Community keine ausreichende Awareness. Und wer dann nicht als smart follower schnell genug zu einem neuen Business Model switcht, wird schneller, als ihm lieb ist, als underperformer geoutphased.“

Die letzten Worte eines unbekanntes Topmanagers (www.journalistische-praxis.de/wirtschaft/onlineplus_managersprech.htm)

Dabei birgt jede Sprache ein endloses Reservoir an Anwendungsmöglichkeiten. „Der Stoff des Denkens und die Unendlichkeit der Verbindungen desselben“, sagte Alexander von Humboldt, sind unerschöpflich“, die Menge des zu Bezeichnenden und zu Verknüpfenden in der Sprache könne niemals erschöpft werden. Verwunderlich ist daher schon, dass die Vielseitigkeit der Sprache gerade in den Unternehmen nicht besser genutzt und gefördert wird. In Zeiten, in denen Einfallsreichtum, Innovation und Querdenkertum gefragt sind, läge möglicherweise sogar ein großer Gewinn darin, wenn die vielen Meetings (sorry, auch ich bin nicht ganz frei davon!) und Besprechungen hin und wieder durch kreative Sprachgebräuche aus dem Rahmen fielen, die öden Sprechwüsten durch quellende Sprechoaasen aufgelockert würden.

Um kein Missverständnis aufkommen zu lassen. Es muss ja nicht gleich der Duktus des Dichters und Denkers sein, um mit kreativem Sprechen aufzufallen. Oft genügt es, den Mut zu haben, sich des eigenen Wortsinns zu bemächtigen. Anstatt sich vorbehaltlos der 08/15-Etikette der Wortsupermärkte zu bedienen, kann es schon hilfreich sein, abstrakte Begriffe und abgedroschene Sätze in eine eigene Sprechweise zu übersetzen. Dabei muss beileibe nicht alles im Eigenbau geschehen. Einem Ma-

nager, der genervt war, angesichts der sich ausbreitenden Langeweile in seinen Meetings, habe ich vorgeschlagen, die Mitarbeiter dazu zu ermuntern, bei bestimmten Worthülsen, einschließlich seiner eigenen, ein „Bullshit-veto“ einzulegen. Es durfte in Besprechungen nur dann weiter gesprochen werden, wenn mindestens eine alternative Sprechweise zu einer Worthülse gefunden wurde. Dies brachte nach anfänglicher Irritation Bewegung in die Gruppe, sorgte sogar für manch neue Idee im Unternehmen. Auch atmosphärisch kam durch das neue Sprechen einiges in Fluss.

Im Folgenden sind ein paar Tipps zum Quersprecher-tum vorgeschlagen. Nicht alles, was aufgelistet steht, lässt sich einfach umsetzen. Sich in seinen sprachlichen Angewohnheiten zu verändern, bedarf der Übung und der Ausdauer.

1. Versuchen Sie, die Sachverhalte, für die Sie bislang bestimmte Begriffe benutzt haben, anders oder neu auszudrücken.
Statt Credit points aufbauen, Vertrauen gewinnen.
Statt „Wir müssen milestones definieren“ „Lassen Sie uns wesentliche Etappen unseres Projekts festlegen“.
2. Stellen Sie denen, die allzu populäre Begriffe gebrauchen, einfach einmal die Frage, was sie darunter verstehen.
Beispiel: „Entschuldigen Sie, Sie sagten gerade, dass wir ein aktiveres Ressourcenmanagement betreiben sollen. Was genau meinen Sie damit?“
3. Versuchen Sie, Ihre Tätigkeit jemandem, der wenig Berührung mit dem Wirtschaftsleben hat, so zu erklären, dass er es verstehen kann.
Beispiel: Statt „ich bin im Key account Manage-

ment tätig“ könnten Sie sagen „Ich bin Verkäufer und betreue Kunden, die selbst wieder Kunden haben. Diese versuche ich davon zu überzeugen, dass es gut ist, genau mit unserer Firma langfristig weiter zusammen zu arbeiten“.

4. Sprechen Sie einmal in der Woche kein einziges Fremdwort, vermeiden Sie jedes Wort, das sich nach Worthülse anhört. Versuchen Sie die Sachverhalte, um die es geht, allein mit deutschen Worten auszudrücken.
5. Worthülsen sind oft Nomina. Sprechen Sie in Verben. Nomina haben den Charakter, Dinge, die eigentlich im Fluss sind, fest zu schreiben. Durch das Sprechen in Verben gewinnen Sie mehr Flexibilität.
6. Nutzen Sie Metaphern. Metaphorisches Denken will heißen, dass wir Merkmale einer erfahrbaren Idee auf eine andere erfahrbare Idee übertragen. Stellen Sie z.B. Mitarbeitern die Frage: Wenn wir als Team ein lebender Organismus wären, wer wären wir? Oder den Kunden: Mit welchem Bild würden Sie die Atmosphäre unseres Unternehmens beschreiben? Bieten Sie vielleicht Bilder an.

7. Hören Sie Menschen zu, die anders denken, lesen Sie auch Nichtfachliches. Ein guter Roman, ein schönes Gedicht regt die eigene Sprachkreativität an.

Wenn Sie das alles genauer auschecken wollen, committen Sie sich gerne mit mir, aber nur dann, wenn es Ihr workflow zulässt und Ihre performance dadurch nicht gecharget wird. Überprüfen Sie einfach Ihre awarness und Ihr mind set!

Autor: Raimund Schöll

Raimund Schöll ist Geschäftsführer von Raimund Schöll Consulting Partner (www.schoell-consultingpartner.de) in Gilching. Seit über 15 Jahren führt der Coach, Buchautor und systemische Berater innovative Seminare zum Thema Mitarbeiterführung und Konfliktmanagement durch. Seine derzeitigen Schwerpunkte: Coaching für Führungskräfte, Team- und Organisationsentwicklung in mittelständischen Unternehmen, Verbesserung des Betriebsklimas.

