

KOMMUNIKATION: KONFERENZEN – NUERULANTEN – EEZEPTTE

STRATEGIETYP:

Der Ellenbogenstrategie:

Getrieben von Ehrgeiz, Machtstreben und Prestigesucht, versucht alles niederzuboxen, was sich ihm in den Weg stellt.

Der Frechheit-siegt-Strategie:

Der ewige Lausub meldet sich nie zu Wort, sondern unterbricht einfach. Mit seiner Hoppla-jetzt-komm-ich-Mentalität nimmt er sich persönliche Freiheiten heraus, strahlt aber gleichzeitig einen Draufgängercharme aus, dem auch Kollegen oft erliegen.

Der Schwarz-Weiß-Strategie:

Er will alles oder nichts, kennt keine Schattierungen und schon gar keine Kompromisse. Veränderungen werden entweder gewaltsam erzwungen, oder es geschieht überhaupt nichts.

Der Sofort-Strategie:

Er hat es immer eilig, neigt zu kurzfristigen Lösungen und übersieht dabei die langfristigen Folgen.

Der Sache-und-Person-Strategie:

Eine Idee hält er nur für solange gut, bis er weiß, von wem sie stammt. Er wirft ständig Personen und Sachen in einen Topf.

Der Sympathiestrategie:

Er fördert die Cliquenbildung, Kameradie und Kumpanei, "steckt gerne unter einer Decke", läßt Außenstehende nicht in den Topf schauen, liebt Duzbrüder und bildet fleißig Seilschaften.

Der Durchbruchstrategie:

Dieser Typ sieht sich selbst gerne als Genie unter den unfähigen Kollegen, hält seine Ideen für einmalig und alle Gegner daher für ahnungslose Vollidioten. Er läßt nichts unversucht, seine Vorstellungen durchzusetzen, mißglückt es ihm dennoch, zieht er sich beleidigt vom verständnislosen Pöbel zurück.

Alles-im-Interesse-der-Firma-Strategie:

Er verfolgt seine persönlichen Interessen immer unter dem Deckmantel des Firmenwohls.

ABWEHRTIPS:

Packen Sie ihn am Ellenbogen und fordern Sie ihn mit interessanter Teamarbeit heraus.

Machen Sie ihn humorvoll, aber unumwunden darauf aufmerksam, daß er seine Grandiosität nicht nur in der Clownrolle, sondern auch auf der Sachebene durchaus einbringen kann.

Der Dramatisierer muß klar erkennen, daß er sich selbst in seinen Wahlmöglichkeiten einschränkt. Sowohl-als-auch-Strategien bieten eben weitaus mehr Chancen.

Oft genügt schon das Aufzeigen einer denkbaren dramatischen Entwicklung, um auf Sachkenntnis und Verantwortungsbewußtsein bei der Lösungsfindung umzuschwenken.

Fordern Sie ihn direkt auf, Personen- und Sachebene zu trennen. Kritisieren Sie aber stets nur das jeweilige Verhalten, niemals die Person selbst. Denn die Typologisierung, also das Versehen mit einem Klebeetikett, ist schmerzhaft und läßt keine Verhaltensänderung mehr zu.

Betonen Sie die übergeordneten Gemeinsamkeiten in der Zielsetzung, die weder für persönliche Sympathie noch Antipathie Platz lassen.

Führen Sie den Härtestest durch. Eine Idee ist erst dann genial, wenn sie sich in der praktischen Umsetzung bewährt. Dem unterschwelligem Ruf nach Wertschätzung und Anerkennung sollte aber bei allen Kesseltreibern entsprochen werden, stets jedoch auf Personenebene und streng abgekoppelt vom Sachthema.

Führen Sie sein missionarisches Sendungsbewußtsein ad absurdum, indem Sie klar, aber respektvoll seine persönlichen Vorteile aufzeigen. Die Suche nach persönlichem Heil ist ja bei Gott nichts Ehrenrühriges und bedarf daher keiner sozialen Verbrämung.