

Laut ist out...

...steht auf dem Kopfhörer des Zugpassagiers vis à vis. Was er wohl hört?

Beruhigende Musik? Eine ZEN Meditation? Oder dient der Ohrenschutz nur dazu, den Alltagslärm auszuschalten? Tatsächlich steht der Slogan für einen Aktionstag gegen Motorenlärm, der im April 19 stattfand.

Wie ist das mit dem «Lärm» in Unternehmen? Zuweilen habe ich den Eindruck; wer gehört werden will muss laut und deutlich sein. Komplexes auf den Punkt bringen. Auffallen und natürlich innovativ sein. Schön und gut.

Was aber passiert mit den Leisen, die unauffällig ihren Job machen, sich weniger in den Vordergrund stellen und «auf die Bühne» wagen? Ist nicht gerade ihre Arbeit oft der fruchtbare Boden für langfristigen Erfolg? Die Basis auf dem Neues entstehen oder Bewährtes weiter gedeihen kann?

Werden die «Wasserträger», die still und ohne sich zu beschweren das stabile Fundament der Organisation bilden, genug wahrgenommen, beachtet, gehört? Keiner gewinnt die Tour de France ohne sie. Auch nicht die Tour de Suisse.

Bei meiner Arbeit stelle ich immer wieder fest: Ruhige, unscheinbar wirkende Menschen, liefern ebenso bereichernde Beiträge wie die vermeintlichen WortführerInnen. Im Gegenteil. Oft bringen sie neue Denkanstösse oder stellen wertvolle Fragen. Diese Ressourcen gilt es nicht zu verschwenden. Wichtig ist, die passenden Voraussetzungen, den nötigen Raum zu schaffen. Zum Beispiel:

- Bei der Suche nach Ideen und Lösungsansätzen eine Kreativitätstechnik wählen, die auch Einzelarbeit erlaubt (z.B. Brainwriting, Scrabble-Methode).
- Raum schaffen für leise Töne.
- Achtsam und aufmerksam sein. Ist im schnellen, manchmal «schrillen» Arbeitsalltag anspruchsvoll.
- Fragen/nachfragen und mit beiden Ohren HINHören um wirklich zu verstehen, bevor urteilen oder interpretieren. Nicht immer ist es möglich, Gedanken auf Anhieb «werbespotmässig» zu formulieren.

Ich wünsche dir ein feines Gehör für leise (Zwischen)-Töne und wache Augen für das Unscheinbare.