Small Talk ist „Serious Business“

Als Mikropolitik- und Managementberaterin veranstaltet Dr. Martina *Mronga* mit ihrer Firma faegipae Seminare, Coachings und Trainigs für Unternehmen, Organisationen und Universitäten und hält Vorträge zu Themen wie „Spielregeln im Management“. Mehr Informationen unter www.faegipae.de und www.aufstiegskompetenz.de. In dieser und den kommenden Ausgaben wird Dr. *Mronga* Impulse zu Thema berufliches Fortkommen geben. (dc)

Dr. Martina Mronga
Mikropolitik- und Managementberaterin, Wuppertal

„Und? Wie war dein Wochenende?“, „Zufrieden mit dem neuen Wagen?“, „Hast du das Spiel am Samstag gesehen?“, „Waren Sie eigentlich mal in der Normandie?“, „Ich sag Ihnen, das ist nicht mein Wetter …“

Der Small Talk ist das scheinbar rituelle Austauschen von Nichtigkeiten, bevor man zur Sache kommt. Es scheint eine Macht der Gewohnheit zu sein, dass man sich vor einem Meeting oder einer Besprechung, ja sogar bei einem Vorstellungsgespräch zunächst über Belanglosigkeiten wie das Wetter unterhält. Viele lassen dies über sich ergehen und harren der Dinge, die da noch kommen. In unseren Seminaren hören wir auch Einwände wie „Zum Small Talk fehlt mir die Zeit!“ oder „Das ist was für die Schwätzer“. Aber ist dem wirklich so?

Zunächst scheint es schlüssig zu sein, in einer sich schneller drehenden Welt, sich auf das wesentliche zu konzentrieren. Das ist auch sehr richtig. Der entscheidende Punkt ist nur: Small Talk ist wesentlich!

Auch wenn Gespräche rund um persönliche Themen keine konkreten Arbeitsergebnisse hervorbringen, so ist die Bedeutung dieser Gespräche nicht zu unterschätzen! Modler definiert Small Talk als „stets persönlich, subjektiv, oft unsachlich und emotional“ (ebd. 2012: 45). Welchen Nutzen also kann so ein Gespräch haben? Vorweg: einen großen Nutzen. Und zwar für Ihre Karriere.

Über Small Talk werden viele Dinge geklärt, die niemals offen ausgesprochen werden. Wie jemand mit einer Person in Beziehung steht, wer zuerst begrüßt wird, welche Themen angeschnitten werden und sogar wie viel Körperkontakt dabei entsteht (Händeschütteln, Schulterklopfen, etc.). Wenn die Chef_in einen Mitarbeitenden fragt, wie es den Kindern geht und mit einem anderen über das Wetter plaudert, verrät uns das eine Menge über die persönliche Bindung der Chef_in zu den jeweiligen Mitarbeiter_innen. Oder auf gut Deutsch: es geht um soziale Nähe und Sympathie.

Wenn Sie also das nächste Mal in ein scheinbar belangloses Gespräch verwickelt werden, lassen Sie sich darauf ein. Der Sinn von Small Talk ist aber nicht die Aneinanderreihung von Nichtigkeiten, sondern die Herstellung von sozialer Nähe. Finden Sie heraus, was ihre (potentiellen) Geschäftspartner_innen wirklich interessiert.

Der Sinn von Small Talk ist aber nicht die Aneinanderreihung von Nichtigkeiten, sondern die Herstellung von sozialer Nähe.

Achten Sie beim nächsten Mal darauf, welche Themen angesprochen werden und machen Sie es sich zur Aufgabe, wirklich etwas über Ihr Gegenüber zu erfahren und festigen Sie gemeinsame Themen. Das kann eine Weile dauern und es kann durchaus sein, dass sie verschiedene Themen ansprechen müssen, um eine Gemeinsamkeit ausfindig zu machen. Die investierte Such-Zeit wird sich rentieren, denn Interesse am Partner zu signalisieren, schafft Sympathien für Sie. Darauf kommt es an. Der Merksatz ist: Keine Reputation ohne Sympathie.

Mit folgenden Reflexionsfragen können Sie den Erfolg eines Small Talks im Blick behalten:

- Was interessiert sie und ihre Gesprächspartner_in gleichermaßen?
- Gibt die Person Ihnen Einblick in ihre Persönlichkeit?
- Wie waren die Gesprächsanteile verteilt? Haben Sie sich nur über Fragen eingebracht? Bitte achten Sie darauf, dass Sie Meinungen äußern, Stellungen beziehen und Positionen vertreten.

Literatur:

Modler, Peter: Die Königsstrategie: So meistern Männer berufliche Krisen. Krüger Verlag. 2012.

https://doi.org/10.5771/1866-377X-2015-3-155
Generiert durch IP '3.147.43.246', am 12.10.2024, 08:31:21.
Das Erstellen und Weitergeben von Kopien dieses PDFs ist nicht zulässig.