

## Lost in translation: Hvordan forbedres kommunikationen i familieejerskabet?

'The Greatest Wealth Transfer in History' er i fuldt sving på globalt plan, og dermed står generation Baby Boomers og Gen X generationen i deres livs største kommunikationsudfordring. Generationsskifter mellem disse to generationer giver i bedste fald anledning til nogle dybe, værdifulde samtaler om, hvordan Gen X, og senere Millennials og Gen Z, kan drive ejerskabet videre. I værste fald skaber generationsskiftet uro og tilbageholdenhed hos den ældre generation, og præstationsangst og modvillighed hos den yngre generation.



Der er meget på spil, og de svære samtaler bliver bestemt ikke nemmere af, at der er stor forskel på generationernes kommunikationsstil og på, hvad der har formet deres holdninger til ejerskab, økonomi, familiefællesskab, arbejde og karriere og definitionen af succes. I det næste ser vi – i generaliserende termer – nærmere på, hvilke budskaber der let kan blive lost in translation.

### **Baby Boomers (1945-1965)**

Boomers er influeret af deres forældre – The Silent Generation (1925-1945) – som stred sig gennem krige og recession med fast tiltro til Gud, Konge og Fædreland. De tror på hårdt arbejde, synlighed på arbejdspladsen, effektiv og autoritær ledelses- og kommunikationsstil og

henter anerkendelse, identitet og tilfredshed fra deres professionelle liv og faglige præstationer.

Boomer generationen har været ekstremt dygtige til at skabe succesrige virksomheder og velstand til kommende generationer. Det har de gjort ved hjælp af hårdt arbejde, innovation og gå-på-mod i en æra af nye teknologiske og uddannelsesmæssige globale muligheder og generel velstand. Idet de også typisk henter meget selvfølelse fra arbejdspladsen, vil de have behov for, at den indsats bliver anerkendt og værdsat. Samtidigt er de opdraget af en nøjsom, sparsommelig og katastrofe-ramt generation, og de har det ofte dårligt med ødselhed og prangende spenderen eller opførsel.

I familieejerskabet kan der opstå kontroverser i kommunikationen mellem Baby Boomers og Gen X'erne, fordi de har forskellige indstillinger til bl.a. hvordan man definerer hårdt arbejde, og hvordan man prioriterer og planlægger sit familieliv.

### Kommunikationsudfordringen:

Det, Gen X'erne hører:	Det, Baby Boomer generationen nok i virkeligheden siger:
<i>'Du arbejder ikke så hårdt som mig'</i>	<i>'Jeg har arbejdet hårdt for at give dig dette liv, og nu er jeg nervøs for, om du vil opleve glæden og tilfredsstillelsen ved selv at skabe noget'</i>
<i>'Du bruger løs af pengene'</i>	<i>'Du må gerne, en gang imellem, sige tak for de privilegier og de oplevelser, som jeg har givet dig adgang til'</i>
<i>'Du er ikke så vidende som mig'</i>	<i>'Min livs- og arbejdserfaring er værdifuld, og jeg vil gerne spørges til råds og anerkendes for den viden, som jeg har opbygget over et helt liv'</i>

### Gen X (1965-1978)

Efterkommerne af to hårdtarbejdende generationer har ofte en anden indstilling til, hvad der udgør livskvalitet. Gen X bliver også kaldt 'nøgle-generationen', fordi de lukkede sig selv ind efter skole og klarede sig selv, mens begge forældre var på arbejde. Gen X'er er job-hoppende, sabbat-afholdende, livskvalitets-søgende curling forældre. Innovative, diversitets-søgende og entreprenante. Gen X'erne har en anden kommunikationsstil og et åbent sind i forhold til alternative arbejds-, leve- og familieformer. Som den første tech-generation er Gen X'erne vokset op med muligheden for at arbejde hjemme, flexe og hente børn tidligt (både mødre og fædre).

## Kommunikationsudfordringen

Det, Baby Boomers hører:	Det, Gen X generationen nok i virkeligheden siger:
<i>'Jeg kan godt se, at du givet mig meget, men det er stadig ikke godt nok'</i>	<i>'Det er fint med det, som du har skabt, men jeg ville gerne have set mine forældre mere i min barndom, og det er lidt svært at indhente nu, blot fordi I nu har tid'</i>
<i>'Jeg behøver ikke yde, før jeg kan nyde'</i>	<i>'Livet er kort, og jeg vil ikke vente til min pension med at have et godt, komfortabelt og oplevelsesrigt liv'</i>
<i>'Mine børn kommer før alt andet – også før mine forældre'</i>	<i>'Jeg vil gerne være en anden slags forælder, end I var, og derfor prioriterer jeg tid med mine børn først, men I må gerne være med'</i>

## Tre konkrete tilgange til at forbedre kommunikationen i familieejerskabet

Forventningsafstemning, fælles mål, strategi og værdier for ejerskabet og fokus på familiefællesskabet er alt sammen redskaber til at forbedre kommunikationen imellem generationer i et familieejerskab. Når familien én gang for alle er mødtes i et rum, hvor man er blevet enige om de grundlæggende holdninger til, hvad man kan forvente af hinanden, hvordan man er en god ambassadør, og hvornår man er en succes i ejerskabet, så kan meget mis-kommunikation udryddes.

Der er dog også flere quick-fixes, som man kan tage i brug med det samme, uanset hvilken generation man tilhører (eller identificerer sig med).

Prøv f.eks., at:

- Udøv en variant af aktiv lytning, hvor man spoler tilbage og afprøver om den besked, som man modtog, nu også var således tiltænkt. Det kan være oplysende for begge parter, særligt når det bliver præsenteret på en venlig og ikke-konfronterende måde. Eks. 'Det jeg hører dig sige er, at jeg ikke arbejder nok. Er det det, som du gerne vil sige til mig?'
- Praktiser den helt gamle regel om, at 'tavshed er guld': Spil dit budskab igennem i hovedet, inden du ytrer det højt og overvej grundigt, hvordan det vil lande. Det er lidt som at spille skak med sig selv, hop over på den anden side af bordet, og overvej hvordan du selv ville gengælde det træk. Er du i tvivl om, hvorvidt dit budskab vil gøre mere skade end gavn, så overvej kraftigt, om du overhovedet behøver at give dit besyv med her.
- Sæt scenen: Hvis der er ting, som vitterligt skal siges, så sæt scenen ordentligt. Indkald til et møde, en gåtur eller en god frokost, og fremlæg dine argumenter og holdninger sagligt og venligt. Det er omsorgsfuldt at give modtageren mulighed for at forberede sig på, at I skal have en vigtig samtale, i stedet for at udøse alle dine sandheder på vej ud ad døren eller ved Sankthansfesten.

Har du et ønske om forbedret kommunikation i familieejerskabet, evt. i forbindelse med generationsskifte, så kontakt os gerne på tlf. 7020 2620 eller på [asr@harbourfg.com](mailto:asr@harbourfg.com) for at høre mere om, hvilke værktøjer der desuden kan tages i brug.