Grundlagen der Kommunikation

Kommunikations-Modell(e)

Was ist Kommunikation

gesagt

heißt noch lange nicht

gehört

gehört

heißt noch lange nicht

verstanden

verstanden

heißt noch lange nicht

geglaubt

geglaubt

heißt noch lange nicht

akzeptiert

akzeptiert

heißt noch lange nicht

gewollt

gewollt

heißt noch lange nicht

getan

Kommunikations

- Situationen

- und Anlässe

small talk

privat

informell

offiziell

inoffiziell

geschäftlich

Situationen und Anlässe

Anweisungen

Verhandlungen

Verkaufsgespräche

Pausengespräche

Beratungsgespräche

Informationsgespräche

Beschwerden

Personal- und Mitarbeitergespräche

Anfragen

Einstellungsgespräche

Reklamationen

Arten der Kommunikation

verbal	non-verbal	para-verbal
Sprache	Gestik	Stimme
Wortwahl	Mimik	Lautstärke
Retorik	Blickkontakt	Betonung
Vortragsart	Körpersprache	Tempo / Pausen

Ebenen der Kommunikation

horizontal

= gleiche Ebene

Kommunikation auf Augenhöhe

z.B.: Mitarbeiter - Mitarbeiter

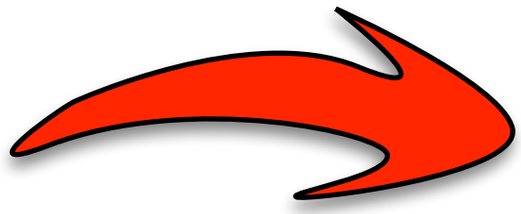
vertikal

z.B.: Führungskraft - mit Mitarbeiter

hier gibt es deutliche Unterschiede !
(Tadel; Lob; Anweisungen)

zum klassischen

Kommunikations-Modell

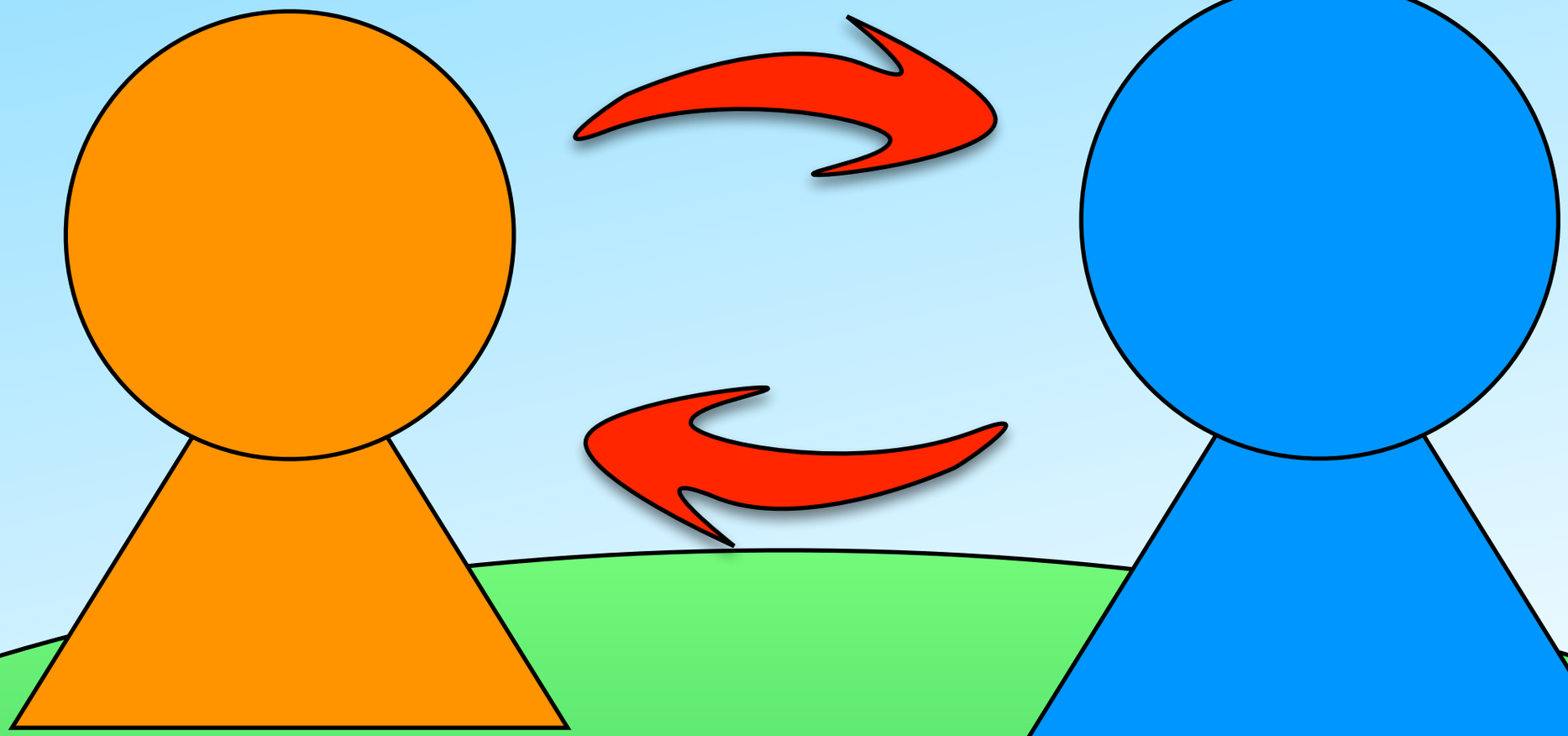


Sender

Empfänger

Sender

Empfänger



Eine qualifizierte Kommunikation klappt nur,
wenn der Empfänger zum Austausch bereit ist.

Botschaft

Sender

Träger

Empfänger

unsere Welt

meine Welt

seine Welt

kommunikative Intelligenz

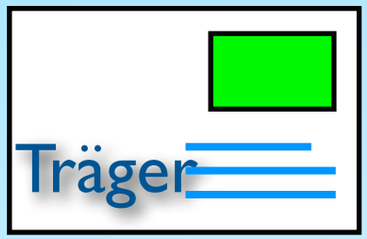
Kommunikation I

Sender

push

push

Der Sender muss die Botschaft für / auf den Empfänger zugeschnitten codieren!



Der Empfänger muss die Botschaft de-codieren (können)!
> „gleiche Sprache“

push = der Sender „schiebt“ die Botschaft rüber …

Empfänger

unsere Welt

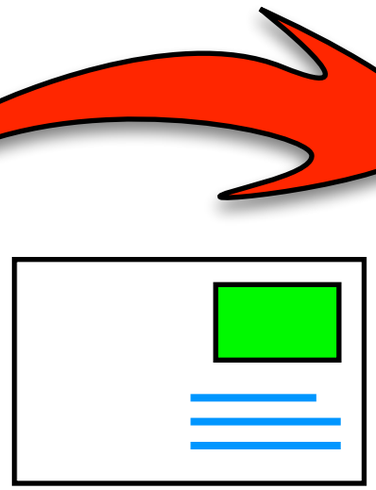
meine Welt

seine Welt

kommunikative Intelligenz

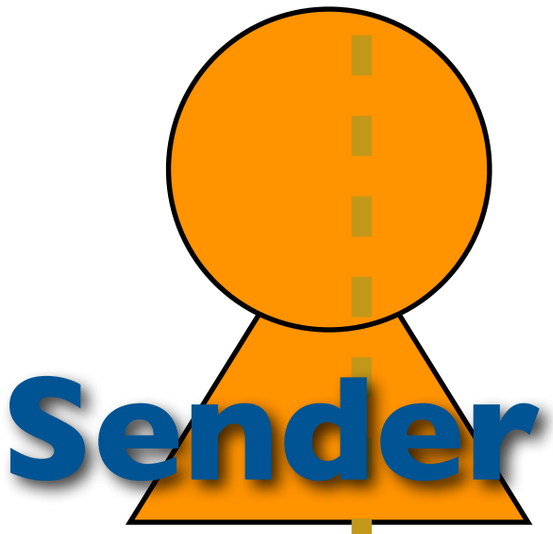
Botschaft

Verschlüsselung
= Codieren



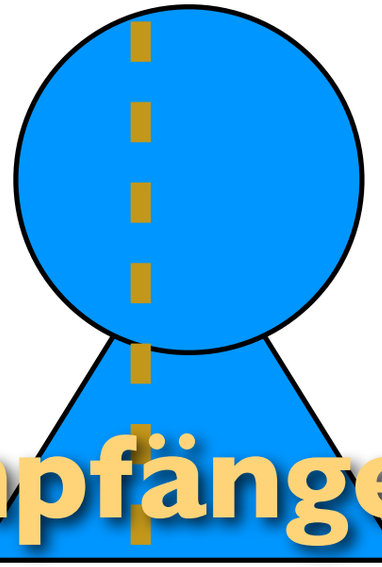
Entschlüsselung
= Decodieren

Träger / Medium



Sender

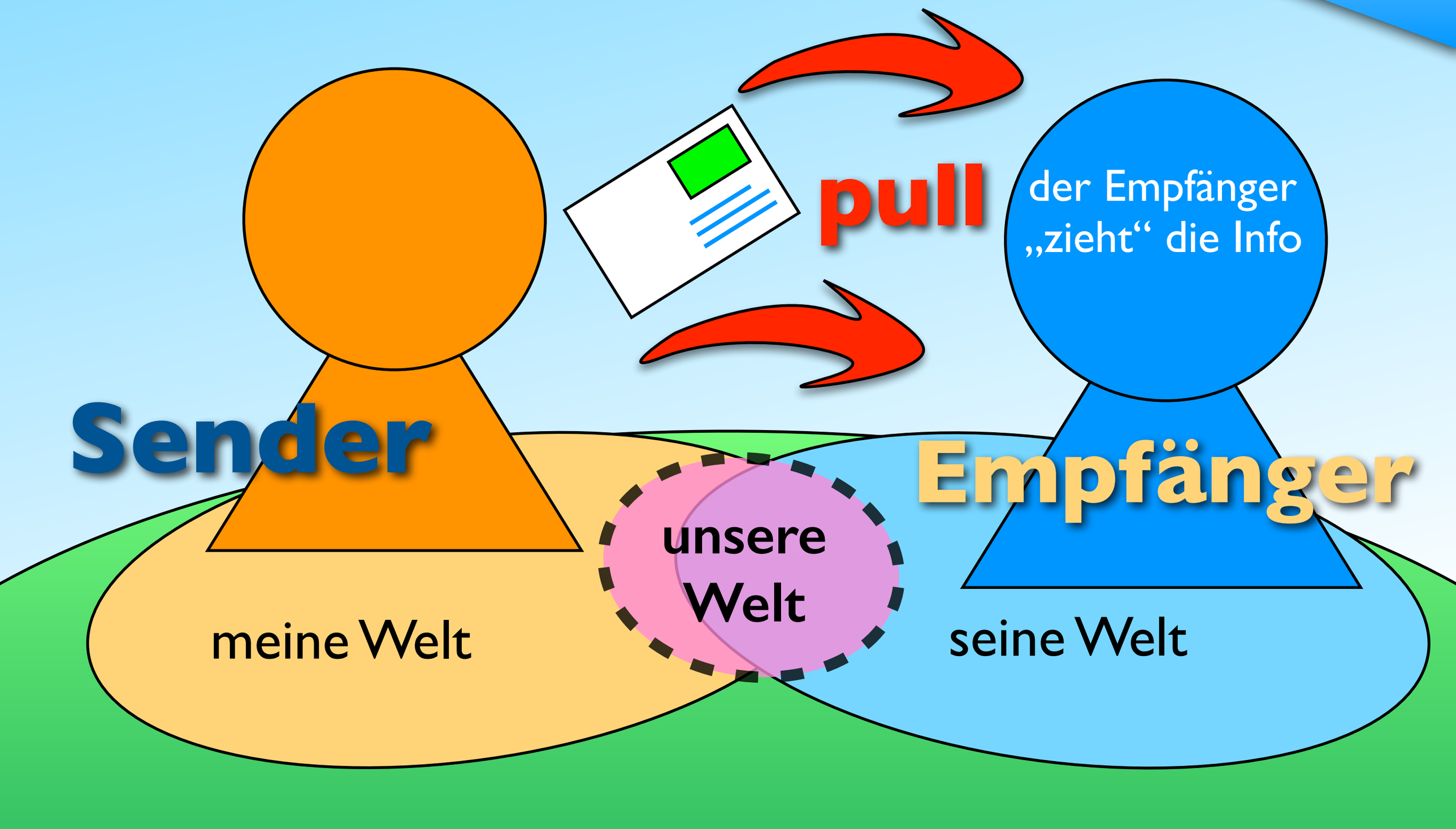
Störungen (?)



Empfänger

Feedback

Kommunikation 2.0



Kommunikation 2.0

pull statt push

auf der Basis der Bekanntheit der Quelle
zieht (pull) der Empfänger „seine“ Information.

Vorteil: die Bereitschaft zur Kommunikation besteht bereits, muss nicht erkämpft werden.

Nachteil: wenn Enttäuschungen eintreten ...

Wer
sagt Was
auf welchem Weg
zu Wem
mit welcher Wirkung
?!

= *Lasswell-Formel*

Eisberg-Modell

1/7 oberhalb sichtbar

6/7 unsichtbar unter der Wasseroberfläche

4-Ohren - Modell

nach Friedemann Schultz von Thun

Jede Information läuft auf 4 Ebenen ab:

- **Sach-Ebene**
- **Beziehungs-Ebene**
- **Appell-Ebene**
- **Selbstoffenbarung**

„Ich habe Dich gestern 7 x angerufen!“

- Sach-Ebene:
- Beziehungs-Ebene:
- Appell-Ebene:
- Selbstoffenbarung:

„Ich habe Dich gestern 7 x angerufen!“

- Sach-Ebene: 7 x angerufen.
- Beziehungs-Ebene: Du bist mein wichtigster Gesprächspartner.
- Appell-Ebene: Geh‘ ran !
- Selbstoffenbarung: Ich brauche Dich ...

„Ich habe Dich gestern 7 x angerufen!“

7 x angerufen

Geh‘ ran !

Du bist mein wichtigster Gesprächspartner

Ich brauche Dich ...

Techniken und Regeln der Kommunikation

1. Wertschätzung
2. Aktives Zuhören
3. Ich - Botschaften
4. Fragetechniken

1. Wertschätzung

Der Kommunikator (Sender) signalisiert dem Gesprächspartner (Empfänger) sein Interesse an der Kommunikation:

- „auf ihn zugehen“ …, Höflichkeit und Freundlichkeit; Gesprächseröffnung mit Begründung
- Aufmerksamkeit, Zuhören, Verständnis zeigen, Feedback, …

2. Aktives Zuhören

Der Gesprächspartner (Empfänger) spürt das tatsächliche Interesse des Senders an der Kommunikation sehr genau:

- Informationen korrekt aufnehmen und verarbeiten
- kommentieren der Informationen; evtl nachfragen und vertiefen …

3. Ich - Botschaften

Erzeugen einer „persönlichen“ Beziehung durch bewusstes Erzeugen von Augenhöhe und Vertrauen bzw. Verbundenheit mit dem Gesprächs-Partner, z.B.:

- „diese Situation kenne ich …“
- „das ist mir auch schon passiert …“
- Verständnis-Formel ! (Das kann ich verstehen!“)

Statt Vorwürfen … Lösungsorientierung entwickeln!

4. Fragetechniken

Wer fragt führt !!!

Fragen sind anspruchsvoll ! (… sowohl im Erstellen als auch beim Beantworten der Fragen.)

>>> erst denken, dann fragen !!!

Gute Fragen zu stellen ist nicht selbstverständlich!

4. Fragetechniken

Fragearten:

- geschlossene Fragen
  (haben vorgegebene Antwortmöglichkeiten)

- offene Fragen
  (haben keine Einschränkungen)

- halb-offene Fragen
  (Antwortmöglichkeiten + offene Ergänzungen)

4. Fragetechniken

Regeln:

- verständliche Fragen stellen !
  (Sprache der Zielgruppe verwenden)

- eindeutige Fragen stellen !
  (nicht zwei Fragen in einen Satz packen)

- kurze Fragen stellen !
  (keine „Bandwurm-Fragen“)

4. Fragetechniken

Regeln:

- Verneinungen vermeiden !
  (Verneinungen erschweren das Verständnis.)

- Fragearten und -formen variieren !
  (das zwingt zum tieferen Nachdenken)

- keine unangenehmen oder gar beleidigen-
  den Fragen stellen ! (evtl. vorher testen …)

4. Fragetechniken

Frageformen:

- Sach-/Informations-Frage
  „Welche Tageszeitung lesen Sie?“

- Wissens-Frage
  „Was bedeutet G 20 ?“

- Entscheidungs-Frage
  „Wen würden Sie wählen …?“

4. Fragetechniken

Frageformen:

- Suggestiv-Frage
  „Sie sind doch sicher auch Biertrinker?“

- rhetorische Frage
  „Wollen Sie nicht auch mehr Geld verdienen ?“

- reflektierende Frage
  „Als Anwohner wünschen Sie sich also …“

4. Fragetechniken

Frageformen:

- Kontroll-Frage
  „Habe ich Sie richtig verstanden, dass Sie … ?“

- projektive Frage
  „Stellen Sie sich vor, Sie sehen, wie zwei Halbwüchsige einen Papierkorb gewaltsam von der Wand reißen. Wie würden Sie reagieren?“

Auftreten und Kleidung

Aussprache

Sprache und Verhalten

nachvollziehbare Begründung(en)

sachlich, freundlich, höflich

Wortwahl

Satzbau

Mimik, Gestik, Körperhaltung

Fremdworte / Fachterminologie …

Lautstärke

Betonung

Auftreten und räumliche Distanz

Argumentation

In vielen Gesprächsformen gilt es,

gut und überzeugend zu argumentieren !

(Beratungs-/ Kundengespräch,

Verkauf oder Verhandlungen …)

Argumentation

5-Satz-Regel

>>> These / Behauptung

>>> Argument (optimal drei Argumente !)

>>> Schlussregel

Argumentation

Vorbereitung

>>> Ziele formulieren

>>> Argumentationsbereich + Zielobjekt ausmachen

>>> Informationen sammeln und auswerten

>>> Argumente / Argumentation aufbauen

>>> Argumentation prüfen / dann umsetzen

Argument-Typen

Fakten

technische Daten, überprüfbare Fakten u. Werte, Dokumentationen / Umfragen

Sympathie

„Das steht Ihnen !“

Autorität

bekannte Personen aus der Politik und Wissenschaft …

„Schon Einstein …“

„Usain Bolt lief in diesen Schuhen seinen Weltrekord …“

Normativ

„Das trägt man heute so ! …“

soziale Bewährtheit

„Das hat sich bewährt, machen wir schon immer so !“

Argument-Typen

Nutzen - Argument

Entscheidend für die Kaufentscheidung eines Kunden / Käufers ist der versprochene, belegbare und überzeugende Nutzen. Dieser sollte tatsächlich vorhanden sein !!!

Reason Why

Fast noch wichtiger ist aber die Begründung des Nutzens! „Was habe ICH davon …?“ Was hat das mit mir zu tun? … Das ist die Frage nach dem Sinn !!!

Aufbau einer Argumentation

1. These / Behauptung

2. erstes Argument

3. zweites Argument

4. drittes Argument

5. Zielsatz

Einwand

- Behandlung

>>> selten ist der Kunde sofort überzeugt

>>> vor der Kaufentscheidung stehen oft ein

>>> **Einwand oder Vorwand**

>>> durch Fragetechniken ermitteln, ob es ein Einwand oder ein Vorwand ist …

Vor-

Der Kunde versteckt sich hinter seinem Vorwand, weil er nicht „NEIN“ sagen will oder kann.

Daran kann man nichts ändern.

Ein-

Der Kunde ist unsicher.

Der Kunde „will“ überzeugt werden.

oder auch

Zwei-

Die Einwände kann man beseitigen – Vorwände nicht.