



E-LEARNING

Niveau 3



Kofinanziert von der
Europäischen Union

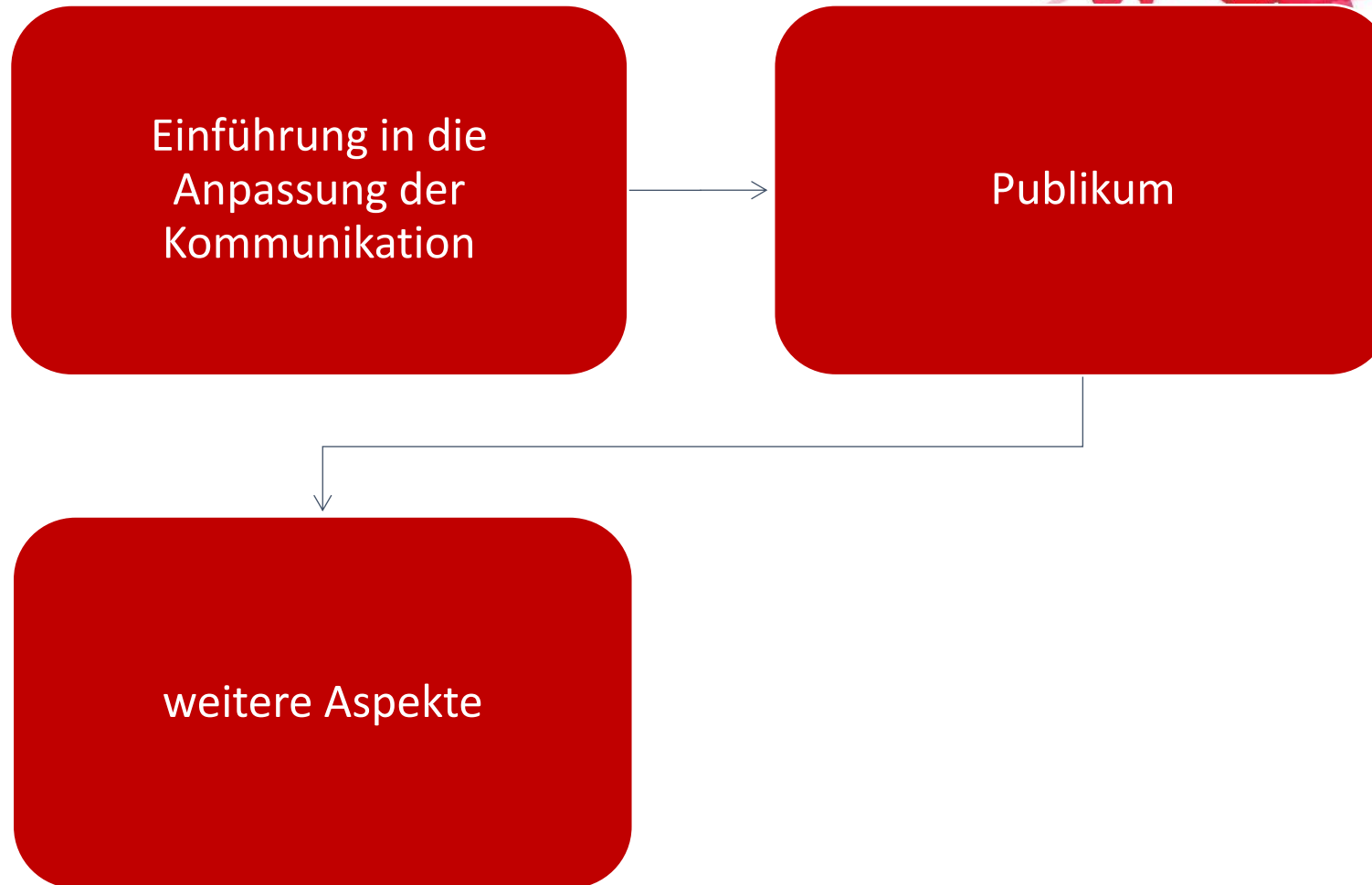
Von der Europäischen Union finanziert. Die geäußerten Ansichten und Meinungen entsprechen jedoch ausschließlich denen des Autors bzw. der Autoren und spiegeln nicht zwingend die der Europäischen Union oder der Europäischen Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA können dafür verantwortlich gemacht werden.

WA2: Kommunikation und Marketing

3.1 Einsatz angemessener Kommunikationsfähigkeiten für ausgewählte Zielgruppen und beabsichtigte Ergebnisse: Teil B

LE3.1 Erläuterung der Vorteile effektiver Kommunikation am Arbeitsplatz,
Lösung von Problemen durch Kommunikation sowie Auswahl der am besten
geeigneten Methoden für bestimmte Zielgruppen und beabsichtigte Ergebnisse

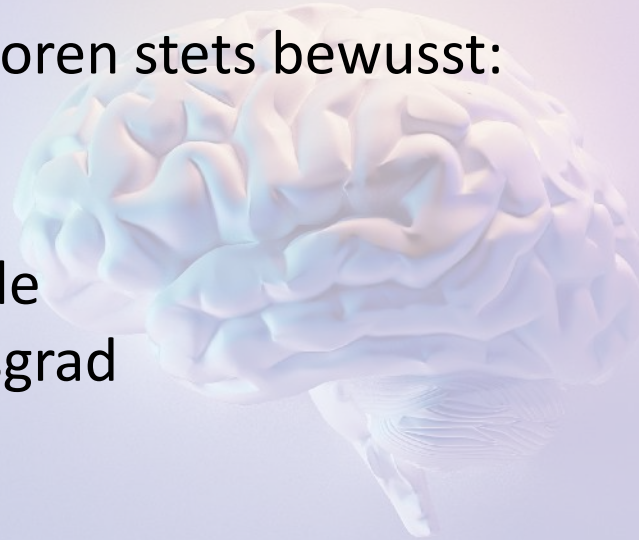




Die Situation, in der wir kommunizieren, ist von großer Bedeutung!

Seien Sie sich folgender Faktoren stets bewusst:

- Zeit
- Ort
- kulturelle Unterschiede
- Etikette/Förmlichkeitsgrad
- Alter
- Geschlecht
- Fähigkeit
- sozialer Status
- etc.



- Im geschäftlichen Kontext ist Kommunikation ein Mittel, kein Ziel an sich.
- Die Fähigkeit, das gewünschte Ergebnis klar zu definieren, ist eine wesentliche Voraussetzung, um es schließlich zu erreichen.



- Wer muss beteiligt werden, um das gewünschte Ergebnis zu erzielen?
- Welche Maßnahmen muss die betreffende Person oder Gruppe bzw. die gesamte Organisation ergreifen?

Wir sollten in der Lage sein, unseren Kommunikationsstil und unsere Medien an unser Publikum anzupassen.

Stellen Sie sich vor,..

- mit Ihrem Chef zu sprechen, anstatt mit Ihrem Ehepartner.
- Sie halten vor 50 Personen einen Vortrag über Telefontechniken, während Sie die gleichen Techniken einem neuen Kollegen erklären.

Kennen Sie Ihr Publikum

Um Ihre Kommunikation effektiv anzupassen, müssen Sie verstehen, mit wem Sie sprechen.

- Sehen Sie die Dinge aus ihrer Sicht und richten Sie Ihre Kommunikation so weit wie möglich auf sie aus.
- Erkennen Sie Ihre Beziehung zum Publikum.

- **Erkennen Sie Unterschiede in der Persönlichkeit an:**
 - extrovertiert vs. introvertiert
 - visuell, kinästhetisch, auditiv
- **Führen Sie eine Publikumsanalyse durch:**

Achten Sie auf die Altersspanne, das Geschlecht, das Bildungsniveau, die Werte, die Kulturen, die Familienstrukturen und den Erfahrungshintergrund Ihrer Zielgruppe.



Umgang mit Macher-Typen:

- Seien Sie kurz, direkt und prägnant.
- Bieten Sie Optionen an.
- Verwenden Sie ein schnelles, zügiges Tempo.
- Konzentrieren Sie sich auf die Ergebnisse und den Return on Investment.
- Vermeiden Sie eine Vielzahl von Details.
- Geben Sie kurze Antworten.
- Sehen Sie ihnen direkt in die Augen.
- Seien Sie aufrichtig.



Umgang mit kommunikativen Typen:

- Lassen Sie Zeit für soziale Interaktion.
- Machen Sie Ihre Angaben schriftlich oder per E-Mail.
- Haben Sie ein hohes Tempo und eine positive Einstellung.
- Verwenden Sie ein Whiteboard in Ihren Diskussionen (Socializer sind sehr visuell).
- Verwenden Sie Formulierungen wie "Stellen Sie sich das vor" oder "Sehen Sie".
- Vermeiden Sie einen rauen, aggressiven Ton.

Umgang mit kollegialen Typen:

- Seien Sie geduldig und logisch.
- Gehen Sie ruhig und unaufgeregt vor.
- Beziehen Sie sie in den Planungsprozess ein.
- Loben Sie sie unter vier Augen.
- Lassen Sie den Ideen Zeit zum "Durchziehen".
- Beginnen Sie das Gespräch mit einer herzlichen und freundlichen Begrüßung.
- Halten Sie Ihren Tonfall auf Gesprächsniveau.

Umgang mit Spezialisten:

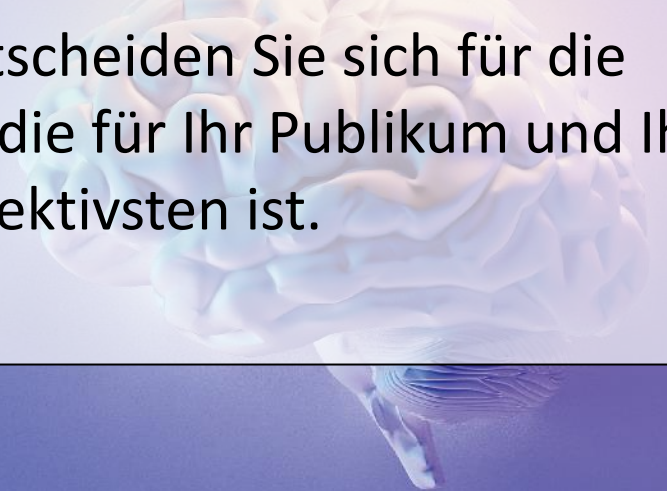
- Seien Sie organisiert und logisch.
- Untermauern Sie Ihren Standpunkt mit Fakten.
- Vergewissern Sie sich, dass Sie jeden Punkt verstanden haben, bevor Sie zum nächsten Punkt übergehen.
- Verwenden Sie nicht den Satz: "Lassen Sie mich Ihnen einen konstruktiven Rat geben."
- Verwenden Sie Wörter wie Prozess, Daten und Verfahren.
- Erkennen Sie, dass Analytoren durch Qualität und Daten motiviert sind.

Zeit und Ort spielen eine Rolle.

Ein Witz, der bei Ihren Freunden gut ankommt, ist im Büro vielleicht nicht unbedingt angebracht.

Bestimmen Sie den Grad der Förmlichkeit.

- Formelle Anlässe wie öffentliche Veranstaltungen und Geschäftspräsentationen erfordern eine förmlichere Sprache und Kleidung.
- Bei informellen Anlässen, wie z. B. einem Treffen mit der Familie oder Freunden, können Sie entspannter und legerer sein.

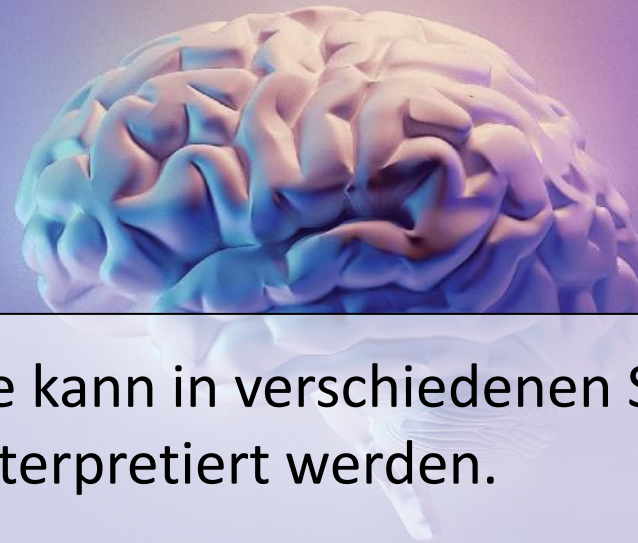


Jede Methode der Kommunikation hat Vor- und Nachteile. Wenn Sie die Wahl haben, entscheiden Sie sich für die Methode, die für Ihr Publikum und Ihr Ziel am effektivsten ist.

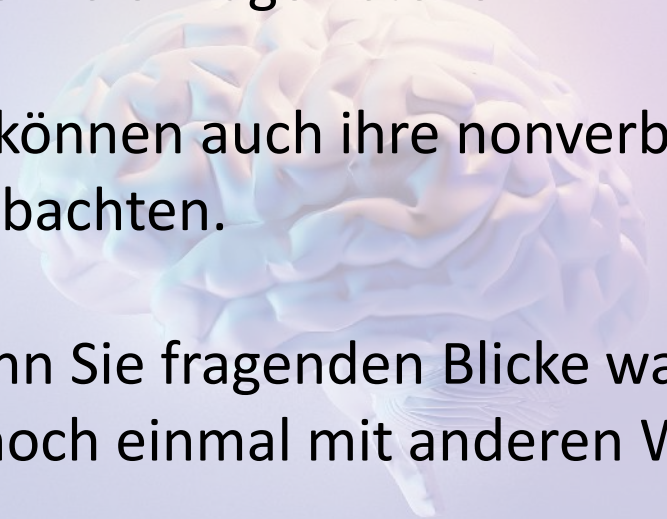
- Nehmen Sie an den Sitzungen teil, indem Sie Ideen mitteilen, aber hören Sie auch aktiv zu. Achten Sie darauf, dass eine Diskussion nicht einseitig ist.
- Wenn Sie eine Rede halten, machen Sie sich bewusst, dass Sie die einzige Person sind, die spricht. Stellen Sie sich auf mögliche Fragen Ihrer Zuhörenden ein und versuchen Sie, diese in Ihrer Rede zu beantworten.
- Wenn Sie sich in sozialen Medien engagieren, können Sie entspannter sein. Die Kommunikation erfolgt oft in ein- oder zweisprachigen Abschnitten. Seien Sie locker, aber prägnant.
- E-Mail und Textnachrichten erfordern eine bewusste Wortwahl. Seien Sie direkt. Drücken Sie den Tonfall durch Ihre Worte oder die Verwendung von Emojis (in einem informellen Rahmen) aus.

Achten Sie auf Ihre Worte.

- Seien Sie bewusst mit der Sprache, die Sie verwenden.
- Bestimmte Worte können Ihnen helfen, schnell eine Verbindung zu jemandem herzustellen, aber sie können ihn auch beleidigen.
- Wählen Sie Wörter, die dem Alter, der Bildung und dem Kenntnisstand Ihres Gesprächspartners entsprechen.
- Verwenden Sie Wörter, die sie verstehen und mit denen sie etwas anfangen können.



- Die Körpersprache kann in verschiedenen Situationen unterschiedlich interpretiert werden.
- Der persönliche Raum variiert je nach Kultur, Person und Beziehung.

- 
- Einige Personen können verbales Feedback geben, indem sie Fragen stellen.
 - Sie können auch ihre nonverbale Kommunikation beobachten.
 - Wenn Sie fragenden Blicke wahrnehmen, erklären Sie es noch einmal mit anderen Worten.
 - Wenn Sie sehen, dass Ihr Publikum verärgert ist, hören Sie ihnen zu und versuchen Sie zu verstehen, warum.



Feedback zur
interkulturellen
Kommunikation e-
EUPA_LO_3.1_M_002

Frage 1

Welche Rolle spielt Kommunikation im geschäftlichen Kontext?

Frage 2

Wie gehen Sie mit dem kollegialen Typen um?

Frage 3

Wovon ist die persönliche Distanz abhängig?

Frage 4


Wie wichtig ist die Anpassung der Kommunikation an das Publikum?

Faktoren bei der Kommunikation

- Zeit
- Ort
- kulturelle Unterschiede
- Etikette/Förmlichkeitsgrad
- Alter
- Geschlecht
- Fähigkeit
- sozialer Status
- etc.



Gut gemacht!



**Lerneinheit 3.1 - Teil B
ist abgeschlossen**



Co-funded by
the European Union

The European Commission's support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.