

Richtig kommunizieren... ...und verstanden werden

Workshop zum Fachtag „Gut älter werden im Bodenseekreis“

Oberteuringen 12.7.2024

Den Ball loswerfen reicht nicht...

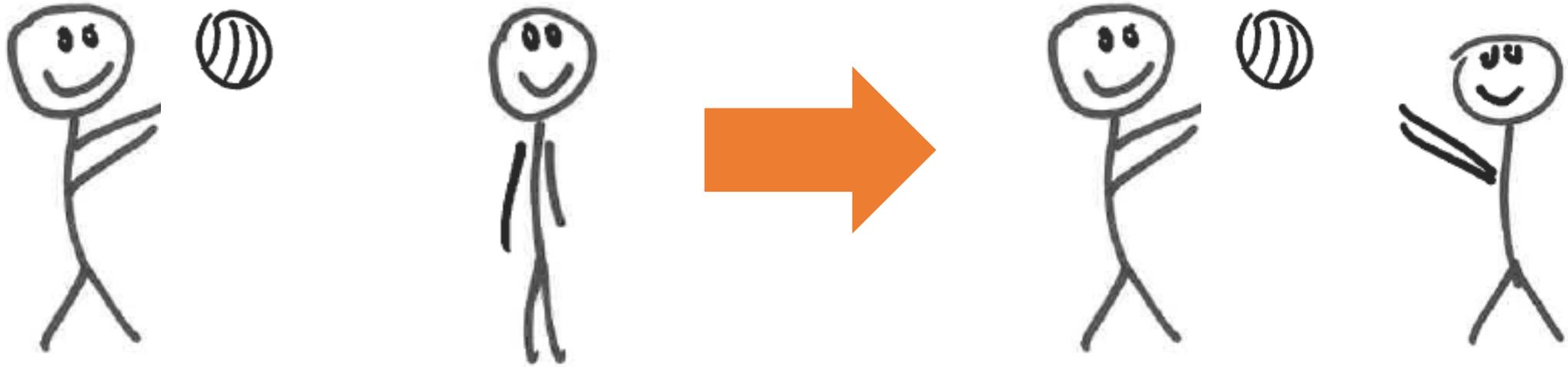
Das Dilemma der Kommunikation

(nach Konrad Lorenz)

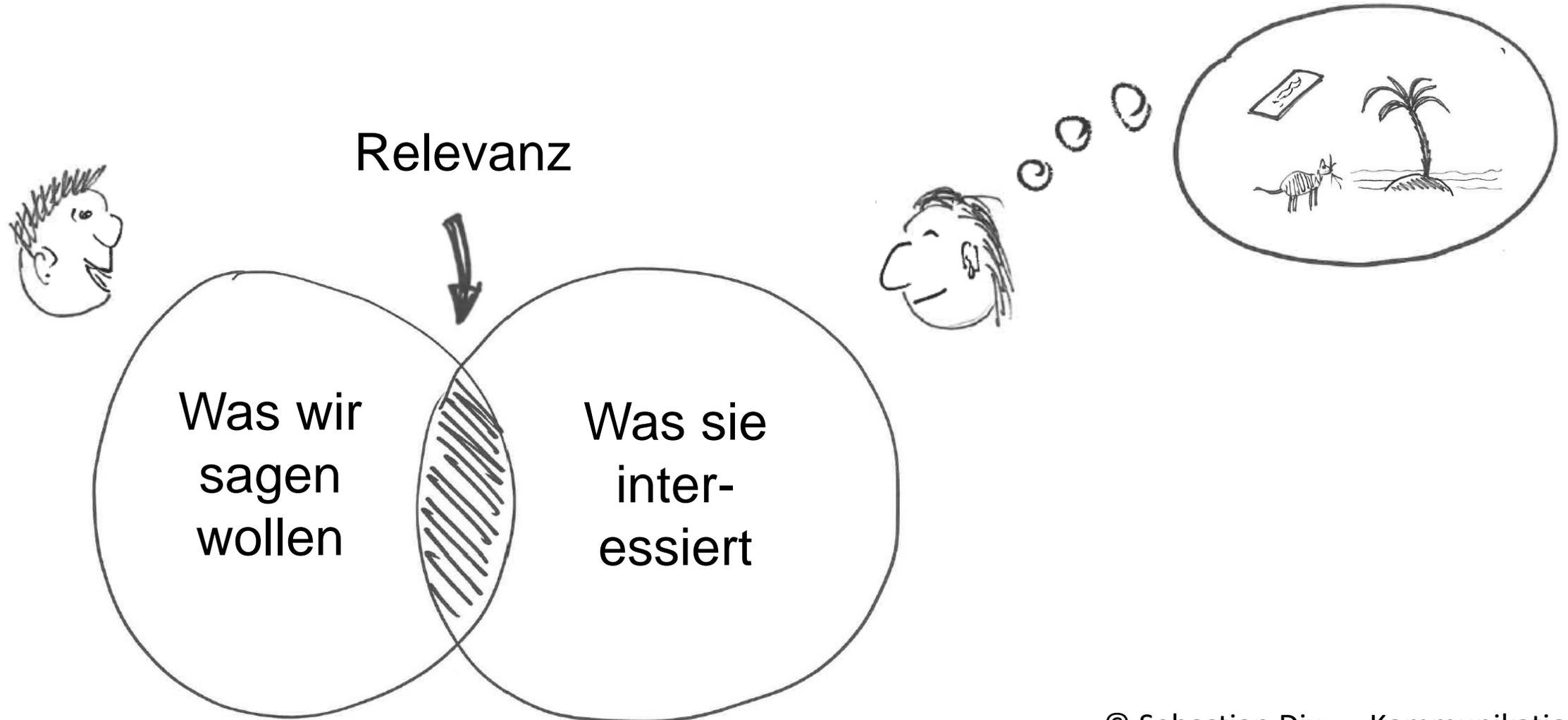
- | | | |
|-----------------|-----------|---------------|
| • gedacht | ist nicht | gesagt |
| • gesagt | ist nicht | gehört |
| • gehört | ist nicht | verstanden |
| • verstanden | ist nicht | einverstanden |
| • einverstanden | ist nicht | angewandt |
| • angewandt | ist nicht | beibehalten |



...denn DU willst ja verstanden werden



Das Wichtigste: Relevanz!



Etwas zu Kommunikation.

Kommunikation wird

- mehr → Online-Zeit, Zahl der Textnachrichten...
- schneller → Erwartung an Reaktionszeiten
- digitaler → Website, mobil, Apps...
- umfassender → immer mehr Lebensbereiche sind (nur noch) digital abbildbar
- vielfältiger → Videocall, Messenger, neue Plattformen...

Checkliste Kommunikation.

- Was will ich erreichen? → **Ziele** formulieren
Veranstaltungen oder Angebote bekannt machen, Unternehmen/Einrichtung allg. bekannt machen, Mitglieder gewinnen, Ehrenamtliche gewinnen oder bei Laune halten, Nachberichterstattung, Vernetzung mit anderen, Förderungen bekommen, Ruf/Image verbessern, Chef/in beeindrucken...
- Wen will ich erreichen? → **Zielgruppen** identifizieren
Jung/alt, bestimmte Berufsgruppen, Hobbys/Mediennutzung, Politik/Ämter...
- Was ist das geeignete Medium dafür? → **Maßnahmen** auswählen
Website, Flyer, Plakat, Veranstaltung, Medieninfo, social media, Newsletter...
- Ist die Botschaft für die Zielgruppe relevant? → **Botschaft** schärfen
- Wie sende ich sie am besten (Zeitpunkt, Sprache...)? → **Inhalte** überlegen

Maßnahmen Kommunikation (1).

IMMER: Ziele und Zielgruppe je Maßnahme klären!

- **Medienarbeit**

Medienverteiler aufbauen, Kontakte pflegen, Vorlage erstellen, ggf. Mitarbeiter:innen schulen (Schreibseminar)

- **Anzeigen**

Budget klären, wo soll die Anzeige erscheinen, wen soll sie erreichen, welche Botschaft will ich senden, in welchen Medien, online/offline

- **Flyer, Plakate**

Budget klären, Botschaft überlegen, Grafik beauftragen, Verteilung sichern
→ ACHTUNG: „Flyer-Reflex“ vermeiden!

Maßnahmen Kommunikation (2).

- **Social Media**

Kanäle auswählen, Knowhow klären, Themen/Bilder/Videos, Equipment anschaffen, langen Atem haben, Team bilden → ACHTUNG: „Insta-Reflex“ vermeiden!

- **Website**

Inhalte definieren (was für Infos für wen?), wer pflegt und aktualisiert die Website, woher kommen die Inhalte (Texte, Bilder), rechtliche Situation (Bild- und Personenrechte, Datenschutz) klären

- **Veranstaltungen**

Ressourcen bereitstellen (insbesondere Personal-Kapazitäten), was zieht Besucher an (Gewinnspiel, Geschenke, spannende Infos), Medien (Infowand, Bildschirm)

10 goldene Regeln des Schreibens.

1. Versetze Dich in die Lage des Lesers.
2. Rücke den Leser in den Mittelpunkt Deines Schreibens.
3. Konzentriere Dich auf das Ziel Deines Schreibens.
4. Drücke Dich einfach aus.
5. Schreibe positiv statt negativ.
6. Verwende Verben statt Substantive.
7. Formuliere aktiv statt passiv.
8. Fasse Dich so kurz wie möglich und so lang wie nötig.
9. Verzichte auf Floskeln und veraltete Redewendungen.
10. Achte darauf, dass Deine Schreiben gut in Form sind.

Und nun...:
Viel Erfolg beim Kommunizieren

Sebastian Dix

sebastian.dix@gmx.net