

DH || DUALE SH || HOCHSCHULE SH

Staatlich anerkannte Hochschule für angewandte Wissenschaften
in Trägerschaft der Wirtschaftsakademie Schleswig-Holstein GmbH

Kommunikation

Schlüsselkompetenzen II

DH | DUALE
SH | HOCHSCHULE SH

Staatlich anerkannte Hochschule für angewandte Wissenschaften
in Trägerschaft der Wirtschaftsakademie Schleswig-Holstein GmbH

Willkommen!

Sie können mich telefonisch erreichen, über das Forum hier im Moodle Kurs und per E-Mail.

Tel.: 0431 3016-290

E-Mail: kerstin.prechel@dhsh.de

- Bei inhaltlichen / kursbezogenen Fragen, benutzen Sie bitte das **Moodle Forum**. Dann haben auch Ihre Kommiliton*innen meine Antworten.

Kurzeinführung

Was ist Kommunikation?

DH | DUALE
SH | HOCHSCHULE SH

Staatlich anerkannte Hochschule für angewandte Wissenschaften
in Trägerschaft der Wirtschaftsakademie Schleswig-Holstein GmbH

Leistungsnachweis

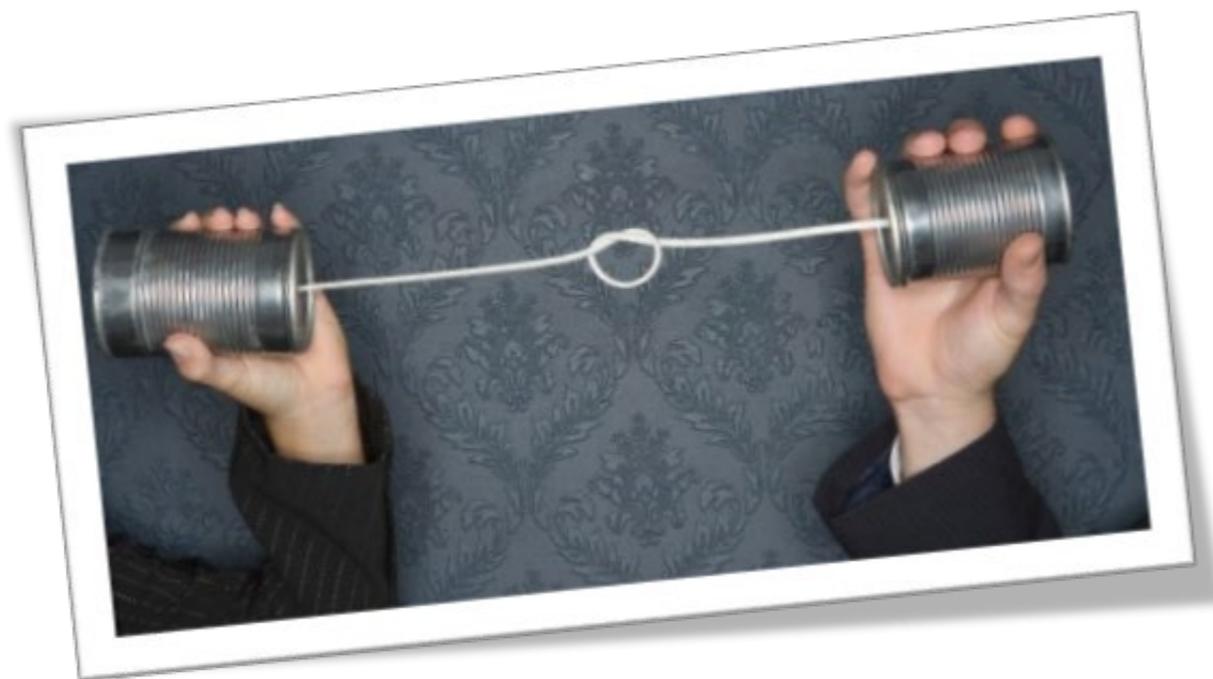
Der Leistungsnachweis im Modul Kommunikation ist eine Präsentation.

- Finden Sie sich selbständig in Gruppen mit max. 5 Personen zusammen!
- Bis zum Abend vor dem zweiten Vorlesungstermin (23:59 Uhr) teilen Sie mir per Mail Ihre Gruppen mit und stimmen mit mir einen Präsentationstermin ab!
- Wählen Sie ein Thema! Jedes Team lädt eine Kurzbeschreibung des Themas auf Moodle hoch. Die Themen sollten vorher mit mir abgestimmt sein.
- Bis zum Abend vor Ihrem Präsentationstermin (23:59 Uhr) laden Sie das Material, das Sie in Ihrer Präsentation verwenden werden (Handouts, Gliederung, Links, ppt. Dateien, etc.), auf Moodle hoch.
- Präsentieren Sie das Thema in der Vorlesung!
- Bis eine Woche nach Ihrem Vortrag: Senden Sie mir Ihren Reflektionsbericht.

Was ist Kommunikation?

Kommunikation ist der Austausch von Nachrichten zwischen Sender und Empfänger zum Zweck der Verständigung.

- Kommunikation erfolgt auf **unterschiedlichen Ebenen** durch **unterschiedliche Medien** und ist ein wichtiger **funktionaler Bestandteil sozialer Systeme**.
- Jede Art von Kommunikation und jeder Kommunikationsvorgang beinhalten sowohl
 - eine **sachliche, inhaltliche** als auch
 - eine **persönliche, emotionale** Ebene.



Grundlegende Elemente einer erfolgreichen Kommunikation...

...in Bezug auf den Sender

- Einfache, verständliche und klare Formulierung der Nachricht
- Übersichtliche Gliederung
- Kurze und prägnante Formulierung – Vermeiden von Weitschweifigkeit
- Anregende, abwechslungsreiche Darstellung mit persönlichem Engagement
- Herstellen des Bezuges zu bekannten Informationen
- Blickkontakt halten und Aufgreifen der nonverbalen Botschaft des Empfängers
- Ggf. Zusammenfassen der Nachricht
- Zum Nachfragen motivieren
- Durch Zwischenfragen Interesse wecken

...in Bezug auf den Empfänger

- Aktiv zuhören, das Gesagte mit eigenen Erfahrungen verbinden
- Den Aussagen interessante Aspekte abgewinnen
- Bei Unklarheiten Fragen stellen

Fünf Axiome nach Paul Watzlawick

1. „Man kann nicht nicht kommunizieren.“

Bsp. Ein Kind sitzt im Kindergarten mit verschränkten Armen und gesenktem Blick in der Ecke. Man könnte annehmen, dass es nicht kommuniziert, dennoch tut es das. Durch seine nonverbales Verhalten teilt es anderen Kindern mit, dass es keinen Kontakt möchte.

2. „Jede Kommunikation hat einen Inhalts- und einen Beziehungsaspekt.“

Bsp. Tom wertet in einer Diskussion die Argumentation von John ab, weil er ihn nicht leiden kann.

3. „Kommunikation ist immer Ursache und Wirkung.“

Bsp. Ein Mann beschwert sich, seine Partnerin ziehe sich ständig zurück. Das tut sie jedoch, weil er ständig an ihr herumnörgelt. Es handelt sich also um einen Teufelskreis: Weil er nörgelt, zieht sie sich zurück, weshalb er wiederum nörgelt.

4. *„Menschliche Kommunikation bedient sich analoger und digitaler Modalitäten.“*

Bsp.

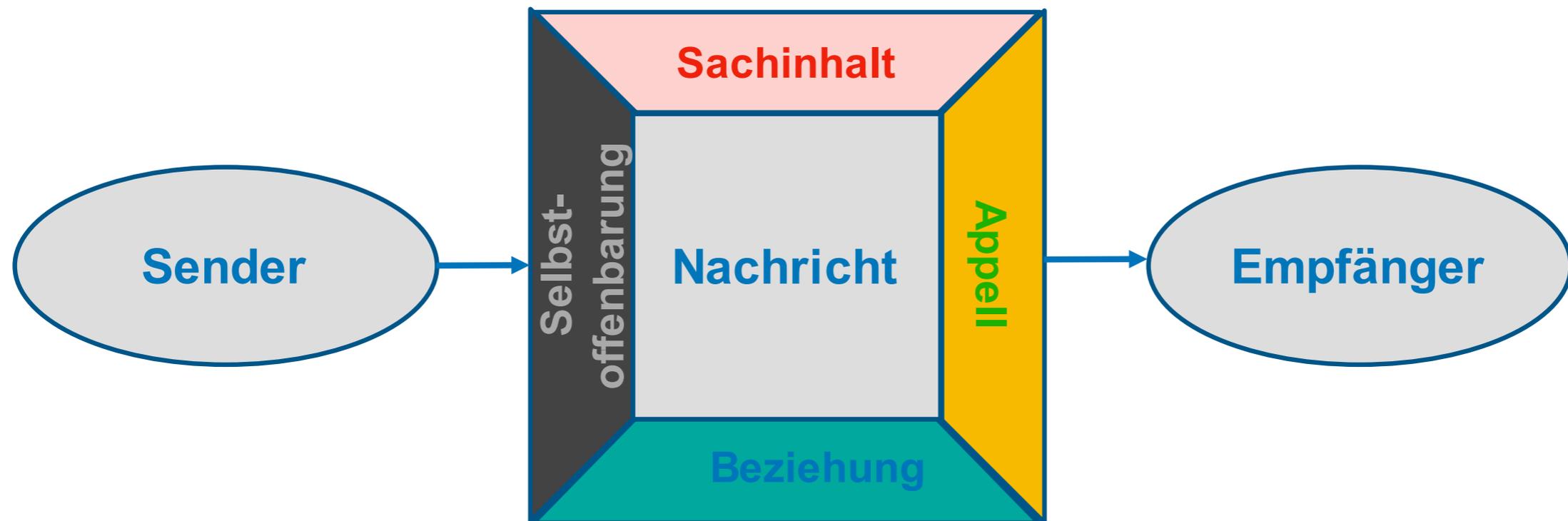
Ein Küsschen, das ein Kind von seinen Eltern bekommt, kann heißen:
„Wir mögen dich sehr gern.“ oder „Lass uns bitte jetzt in Ruhe.“.

5. *„Kommunikation ist symmetrisch oder komplementär.“*

Was heißt das? Was denken Sie?

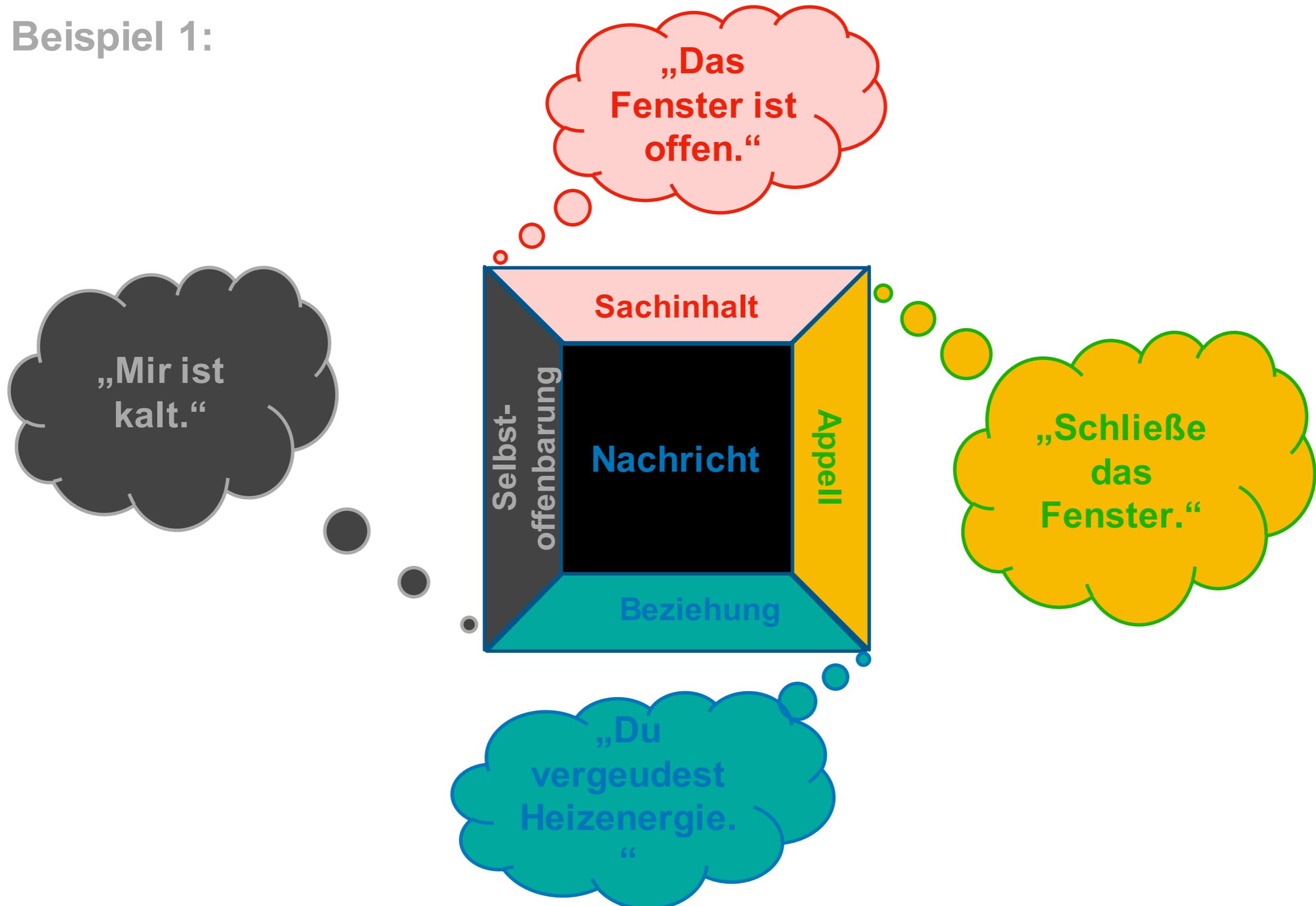
4 Seiten einer Nachricht: Schulz von Thun

- 4 Seiten einer Nachricht:
 - **Sachinhalt:** Was sagt der Sprechende?
 - **Appell:** Was will der Sprechende bewirken?
 - **Beziehung:** Wie steht der Sprechende zum Empfänger?
 - **Selbstoffenbarung:** Was teilt der Sender über sich mit?



4 Seiten einer Nachricht: Schulz von Thun

Beispiel 1:



4 Seiten einer Nachricht: Schulz von Thun

Beispiel 2: Ein Mann und eine Frau sitzen beim Abendessen. Die Frau sieht Kapern in der Soße.

Sie fragt: „Was ist das Grüne in der Soße?“

Sachebene: *„Da ist was Grünes.“*

Selbstoffenbarung: *„Ich weiß nicht, was es ist.“*

Beziehung: *„Du wirst es wissen.“*

Appell: *„Sag mir, was es ist!“*

Er versteht:

Sachebene: *„Da ist was Grünes.“*

Selbstoffenbarung: *„Mir schmeckt das nicht.“*

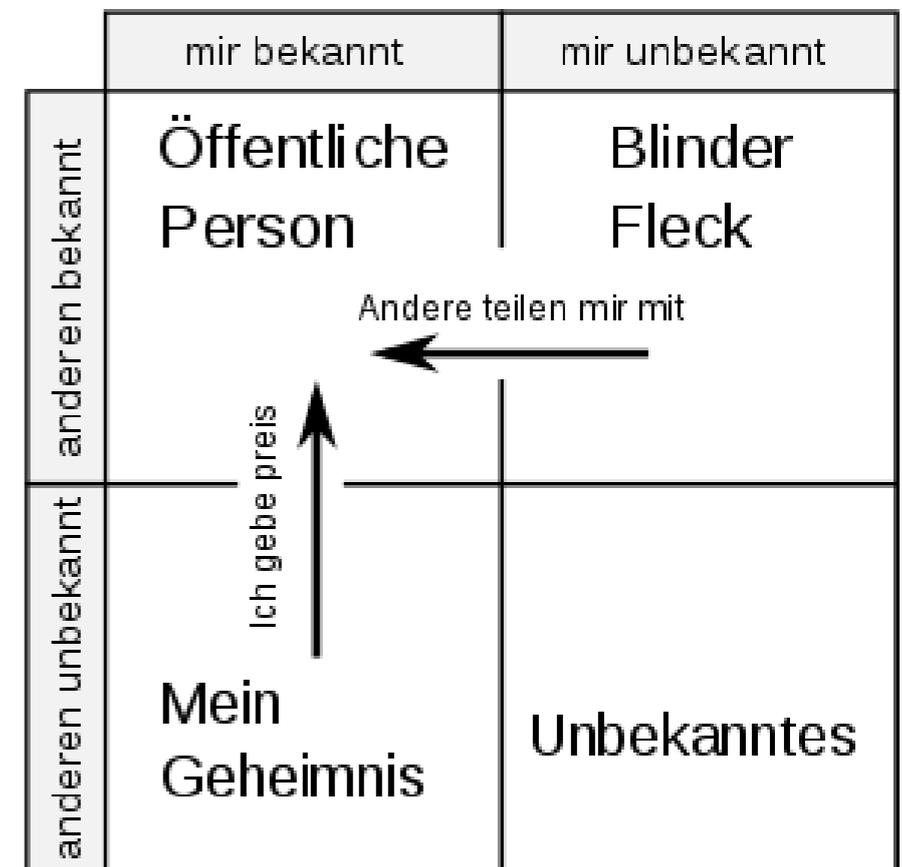
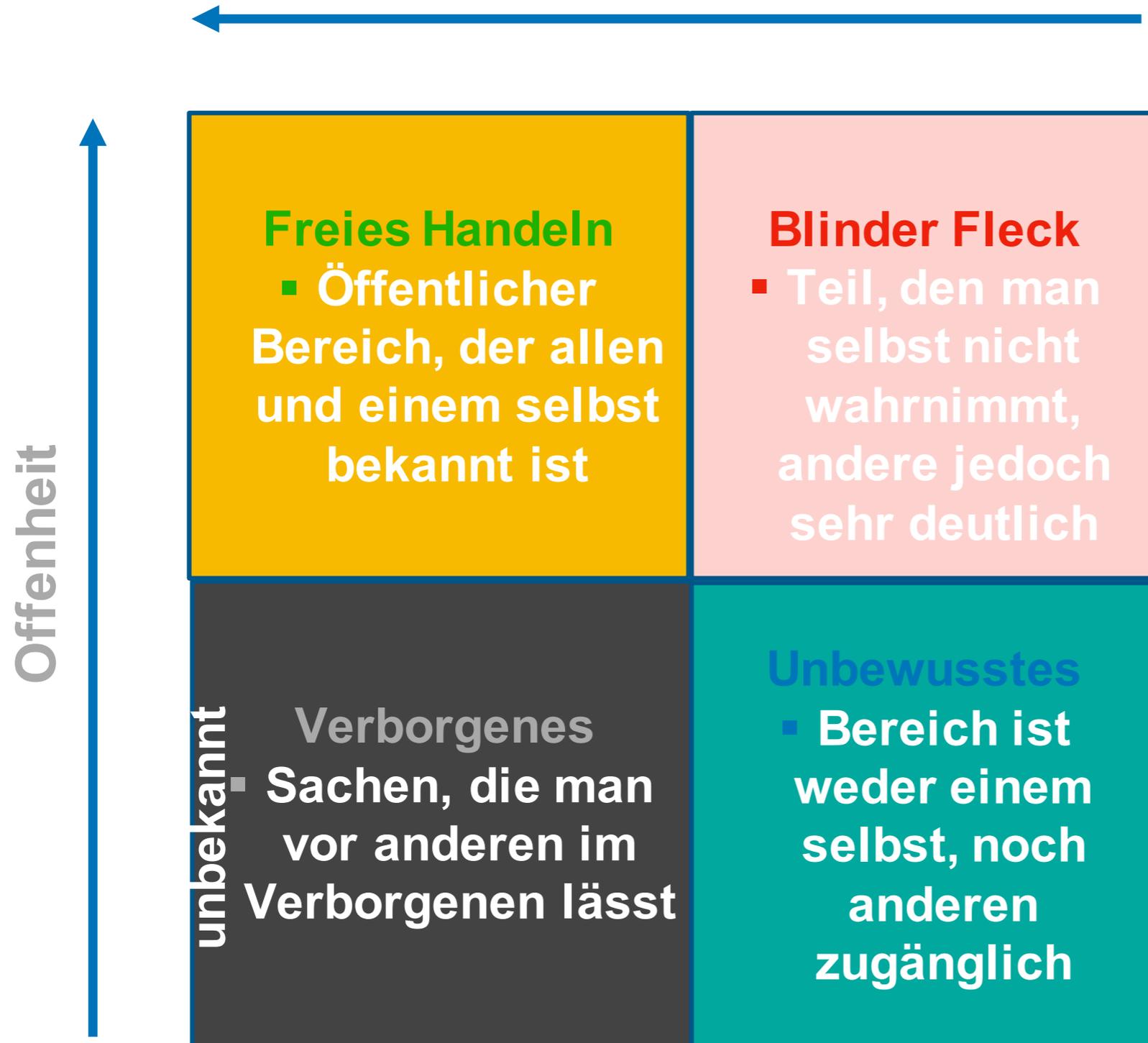
Beziehung: *„Du bist ein mieser Koch!“*

Appell: *„Lass nächstes Mal das Grüne weg!“*

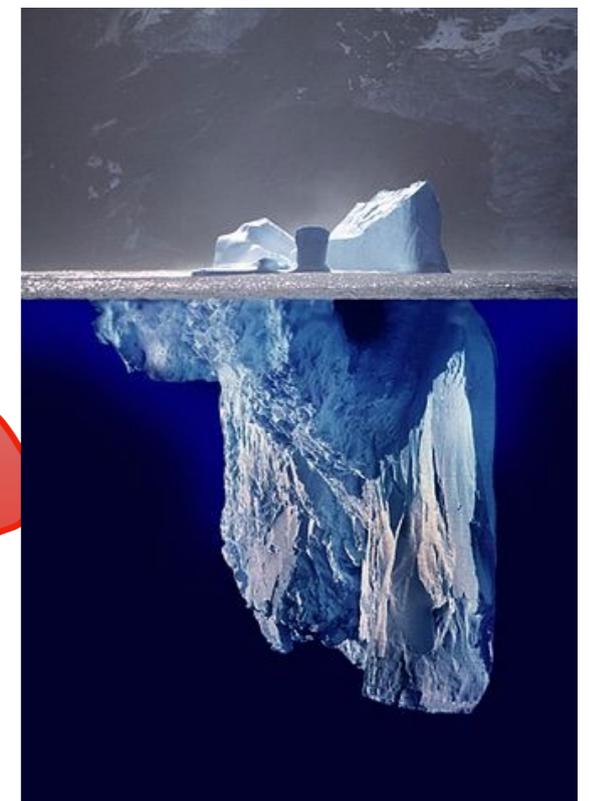
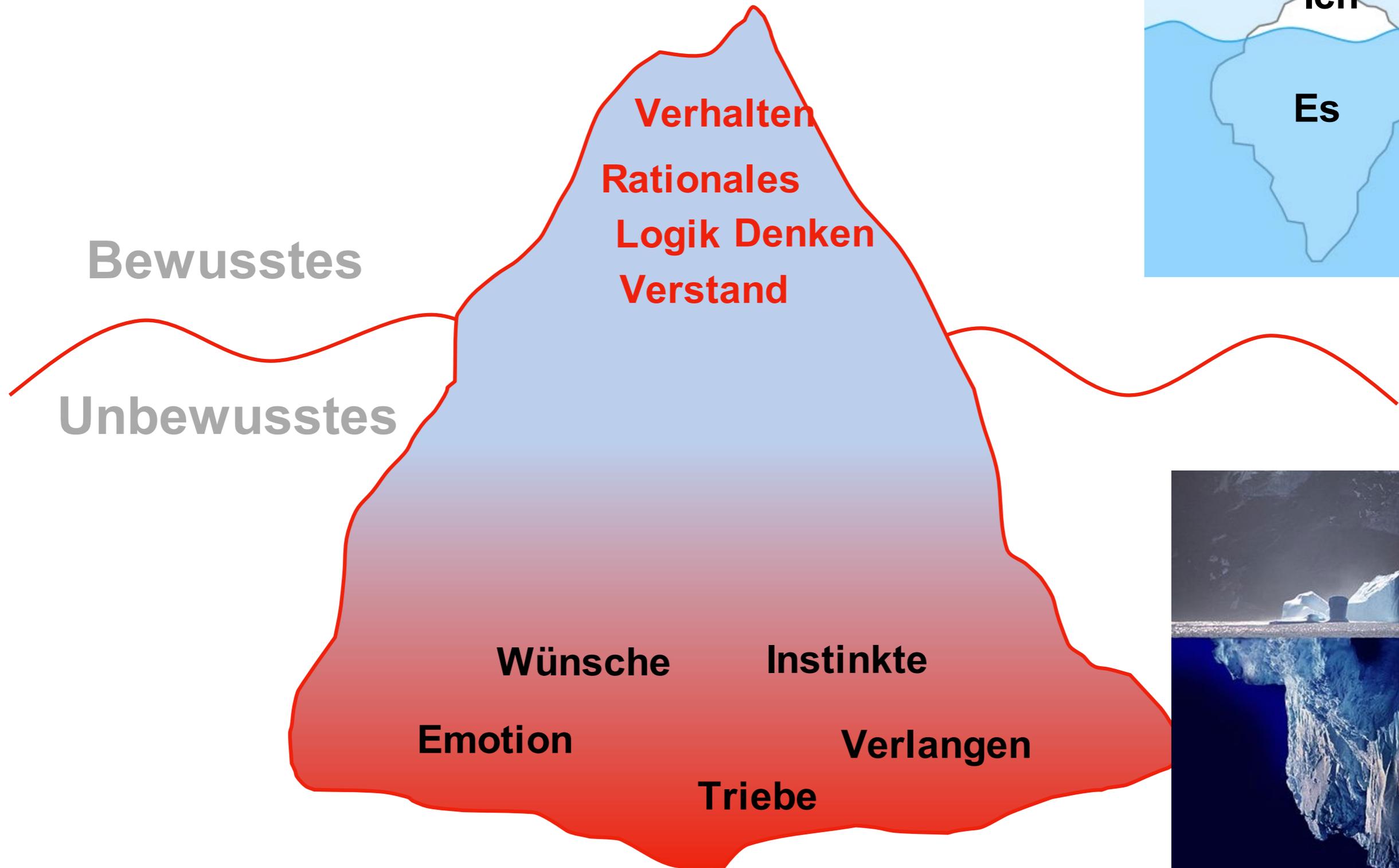
Der Mann antwortet gereizt: „Mein Gott, wenn es dir hier nicht schmeckt, kannst du ja woanders essen gehen!“

Johari-Fenster

Feedback

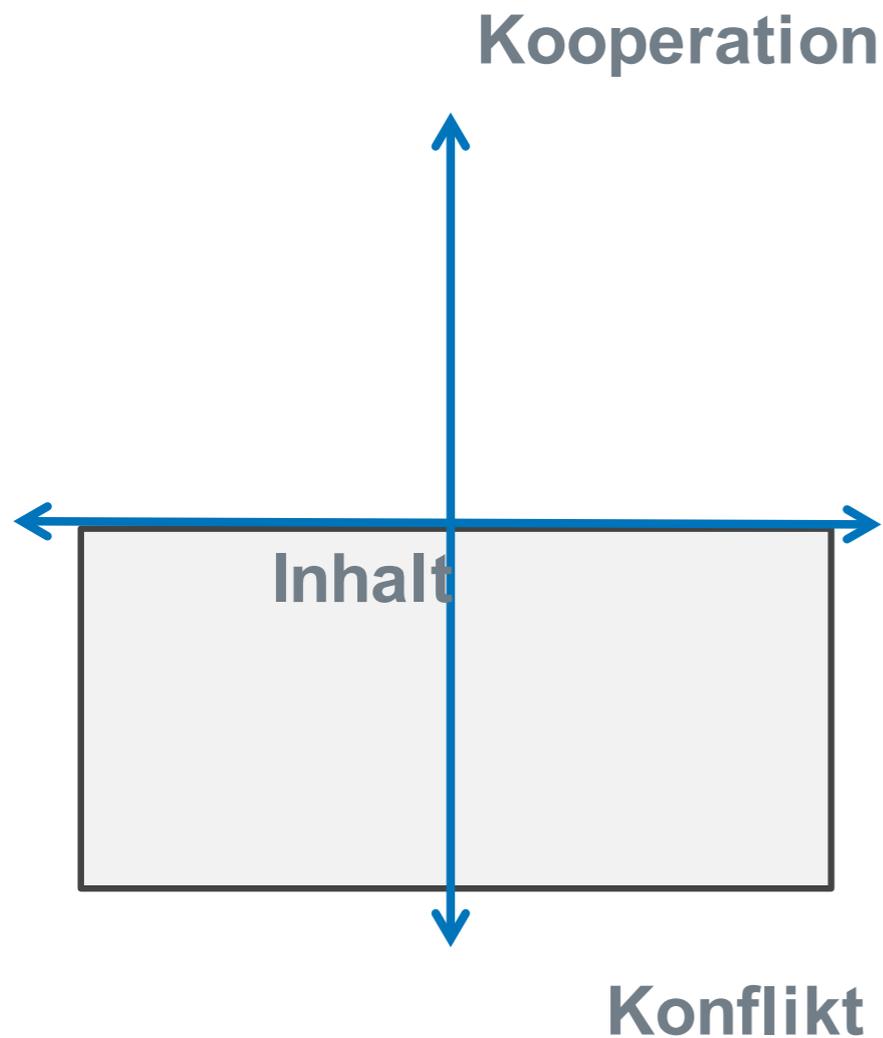


Eisberg-Theorie



Harvard-Konzept

Der harte Verhandlungsstil

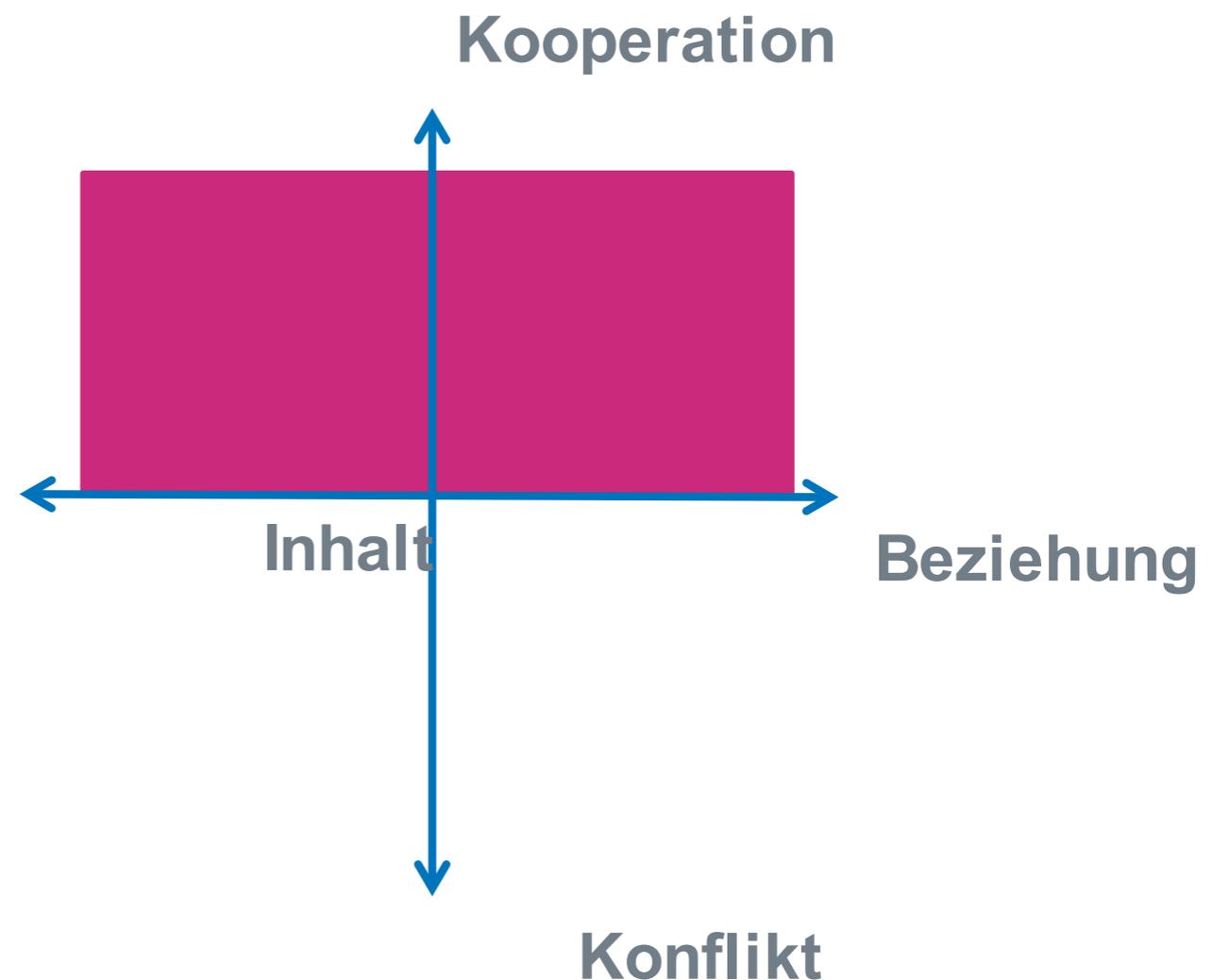


Beziehung

Konflikt

- Sucht **Konflikt** in **Inhalt** und **Beziehung**

Der weiche Verhandlungsstil



Inhalt

Konflikt

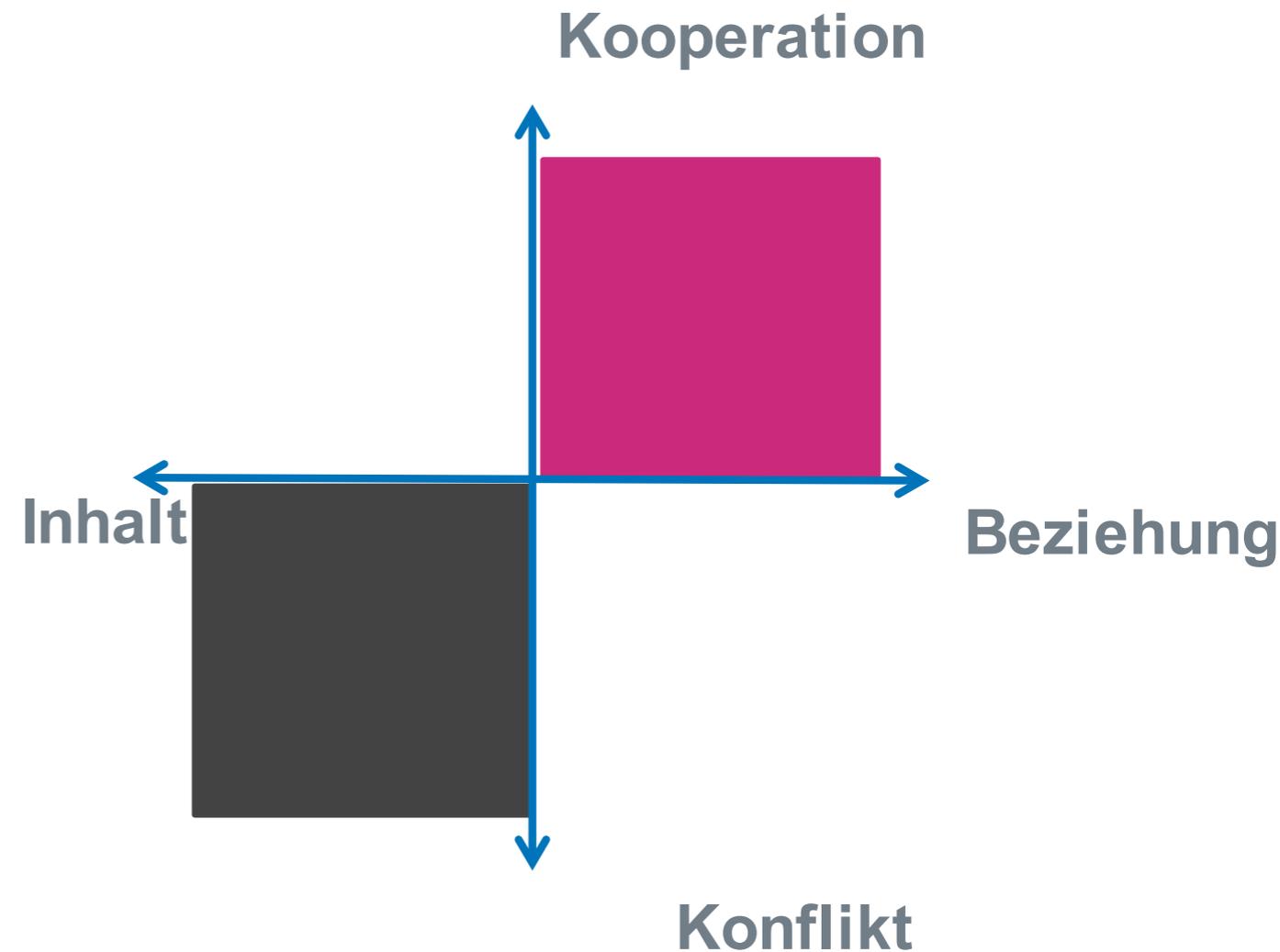
- Sucht **Kooperation** in **Inhalt** und **Beziehung**

(Erbacher, 2009)

Harvard-Konzept

(nach Fisher, Patton & Ury, 1981)

- **sucht Konflikt im Inhalt und Kooperation in der Beziehung**
- **„Gleichgewichtssinn“ der Harvard-Methode besteht aus der Anwendung von Prinzipien der Menschlichkeit und Vernunft**
- **selbst vernünftig argumentieren und keinen unfairen Druck ausüben**
- **unfairem Druck des Gegenübers nicht nachgeben, aber für eine vernünftige Argumentation der Gegenseite offen sein**
- **Ziel: faire Verfahrensweise gewährleisten, die zu einer vernünftigen Einigung führt**

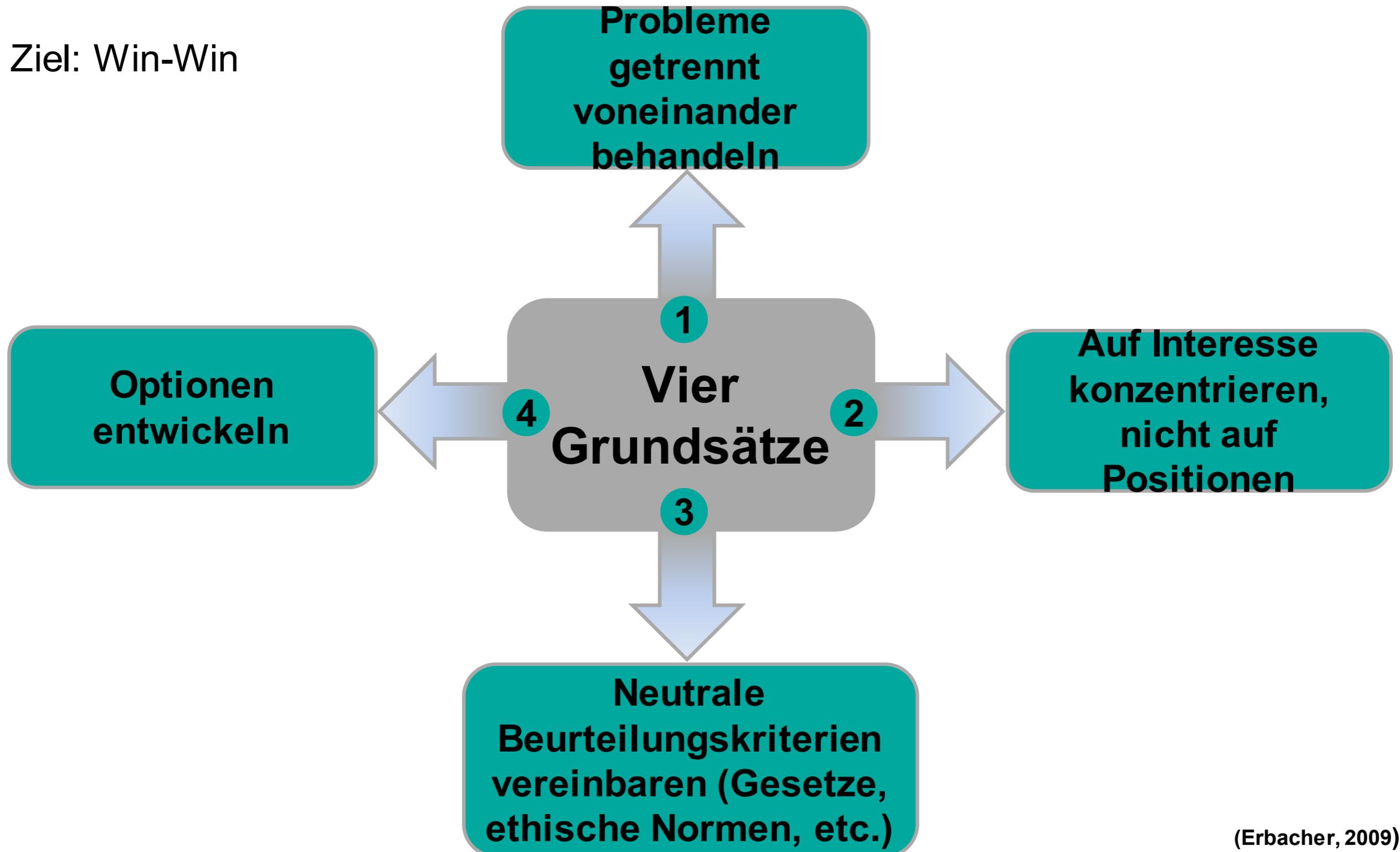


(Erbacher, 2009)

Harvard-Konzept: Die vier Grundsätze

Methode zur sachbezogenen Verhandlung

Ziel: Win-Win



(Erbacher, 2009)

Transaktionsanalyse nach Berne

■ Psychologische Theorie der menschlichen Persönlichkeitsstruktur

1. Jedes Individuum hat Eltern (oder Eltern-Stellvertreter) gehabt, und es besitzt in seinem Innern eine Gruppe von Ich-Zuständen, die die Ich-Zustände seiner Eltern (so wie er sie aufnahm) wiedergeben; diese Eltern-Ich-Zustände lassen sich unter gewissen Voraussetzungen aktivieren. → „Jeder trägt in seinem Innern seine Eltern mit sich herum.“ (kritisch und fürsorglich)
2. Jedes Individuum hat die Fähigkeit zur objektiven Übermittlung von Informationen, wenn der angemessene Ich-Zustand sich aktivieren lässt → „Jeder hat ein Erwachsenen-Ich.“
3. Jedes Individuum war früher einmal jünger als zum gegenwärtigen Zeitpunkt, und es besitzt in seinem Innern fixierte Relikte aus früherer Zeit; diese werden unter bestimmten Voraussetzungen wirksam. → „Jeder trägt in seinem Innern einen kleinen Jungen bzw. ein kleines Mädchen mit sich herum.“ (angepasst, frei, rebellisch)

→ Die Transaktionsanalyse stellt die Persönlichkeit als ein Modell von drei Ich-Zuständen dar. Ich-Zustände sind nach Berne die ganze Art, wie jemand erlebt und sich verhält. Es stellt damit die Gesamtheit von Verhalten, Denken und Fühlen eines Menschen dar.

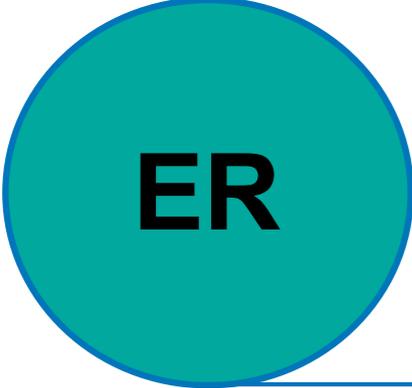
Transaktionsanalyse nach Berne



EL

Eltern-Ich-Zustand

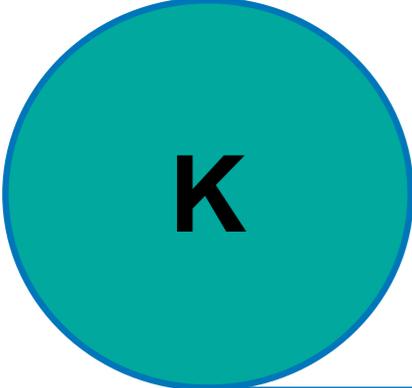
Verhalten, Denken, Fühlen, das in der Vergangenheit von Eltern übernommen wurde



ER

Erwachsenen-Ich-Zustand

Verhalten, Denken, Fühlen als Reaktion auf die Gegenwart



K

Kind-Ich-Zustand

Verhalten, Denken, Fühlen, das in der Kindheit entwickelt wurde

Ethik und Kommunikation

Professionelle Kommunikation bedarf mehr als die Sorge um bloße Informationsweitergabe



- **Kommunikation hat gerade im Krankheits-Kontext wenig mit bloßen Worten zutun**
- **Professionelle Kommunikation ist ein zentraler Baustein des Genesungsprozesses**
- **Investitionen in die Kommunikation („sich Zeit nehmen“) zahlen sich oftmals langfristig aus**
- **Patienten haben nicht nur aus ethischen Gründen ein Anrecht auf einfühlsame und anerkennende Kommunikation**
- **Kommunikationstrainings werden mehr und mehr in der Ärzteausbildung verankert**



Anlässe für die zentrale Bedeutung einer persönlichen Kommunikation

- **Wichtige Laborergebnisse (z. B. HIV-Tests) werden nie per Telefon mitgeteilt**
- **Die zu einem Schwangerschaftsabbruch notwendige vorhergehende Beratung findet immer in einem persönlichen Gespräch statt**
- **Gesprächstherapien sind zentral bei der Bekämpfung vieler Krankheiten (z. B. Alkohol- oder Magersucht)**

Massenmedien können in ihrer Kommunikation auch manipulativ sein



Ein Watchblog
für deutsche Medien

- Medien haben als „Vierte Gewalt im Staat“ eine hohe gesellschaftliche Verantwortung, Medienethik untersucht und bewertet die Verantwortung der Medien für die Gesellschaft in ethischer Hinsicht
- Gerade verschiedene Boulevard-Medien geraten regelmäßig in die Kritik, Sachverhalte falsch oder unvollständig darzustellen
- Bildblog.de ist ein Beispiel für eine Plattform, die Medien kontrollieren möchte

Konkretes ethisches Problem in der medialen Kommunikation

- Über Jahre wurde die Mordserie an Inhabern von Gastronomiebetrieben, die einen Migrationshintergrund haben, von fast allen deutschen Zeitungen „Döner-Morde“ genannt
- Dabei schwang immer die Vermutung mit, die Getöteten wären in kriminellen Machenschaften verstrickt (Drogendepots, Geldwäsche etc.)
- Nach der Erkenntnis, dass die Morde einen klar rechtsradikalen Hintergrund haben und von der selbsternannten NSU begangen wurden, erscheint dieser Ausdruck besonders abwertend und despektierlich; das Wort „Döner-Morde“ wurde zum „Unwort des Jahres 2011“

Werbung überschreitet oftmals Grenzen der Zulässigkeit



- Jährlich wird der „Goldene Windbeutel“ für die dreisteste Werbemasche bei einem Kinderprodukt verliehen
- Süßigkeiten werden als kindgerecht und gesund bezeichnet, Werbung richtet sich direkt an Kinder
- Werbung wird als kostenloses Unterrichtsmaterial getarnt
- Sinnfreie Angaben verwirren Eltern (Werbung mit „Kein Fett!“ bei Weingummis)

Ethische Herausforderung bei der Werbung in Richtung Kinder

- Kinder sind für Werbebotschaften leichter empfänglich als Erwachsene, ihnen fehlt die Skepsis
- Kinder benötigen besonderen Schutz vor bestimmten Produkten (z. B. Alkohol, Tabak etc.)

www.dhsh.de



DualeHochschule



@dual_sh



dualehochschule

