

## **Schwerpunkte Professionelle Kommunikation**

### **1. Individual- und Präsentationsrhetorik: Inhalte gliedern, angemessen reden, wirkungsvoll visualisieren**

Eine Funktion von Kommunikation ist, Informationen interaktiv zu einem Empfänger zu bringen. Informationen stehen aber nie allein, sie lösen immer ein bestimmtes Verhalten, eine Handlung aus. Somit bedeutet Kommunizieren auch, Adressaten handlungsfähig zu machen. Mit ganzheitlichem Auftreten und professionellen Visualisierungen kann dieses Ziel erreicht werden, und die Kommunikation kann gelingen.

- Rhetorisches Training (Reden, Statements, Interviews, Argumentation)
- Umgang mit Stimme und Körper
- Gestaltung und Visualisierung von Präsentationen

### **2. Gesprächsführung und Konfliktbearbeitung: Kommunizieren in schwierigen Situationen**

Kommunikative Situationen sind an sich konfliktträchtig: Es stehen Ansichten gegeneinander, unterschiedliche Einschätzungen im Vorgehen, unterschiedliches Verstehen von Gesagtem und Gemeintem. Spannungen gehören zum Leben und sie sind entscheidend für die Entwicklung und das Finden angemessener Lösungen. Konflikte tendieren aber dazu zu eskalieren. Das äussert sich in der Sprache und lässt sich weitgehend über Sprache bearbeiten. Wissenschaftlich abgestützte Methoden aus der linguistischen Gesprächsforschung werden hier effizient und wirkungsvoll eingesetzt.

- Kommunikationsschulung (z.B. Kundengespräche, Besprechungen)
- Umgang mit Reklamationen
- Konfliktbearbeitung in Teams

### **3. Schreiben für unterschiedliche Adressaten, Ziele und Medien: Fürs Lesen schreiben - mit bekannten Wörtern, gut gegliedert, kurz und verbindlich**

Mit schriftlichen Textprodukten werden unterschiedliche Adressaten präzise, schnell, übersichtlich und fair zu einer beabsichtigten Handlung veranlasst (informieren, kommentieren, Stellung nehmen, bewerten, unterhalten). Transportmittel für diese Funktionen ist die geschriebene Sprache. Diese hat einen hohen Verbindlichkeits- und Dokumentationswert. Betriebliche schriftliche Kommunikationsformen werden beschrieben und geübt. Dazu gehören zum Beispiel das Verfassen von Flyern, Medientexten, Gebrauchsanleitungen, Instruktionen. Ebenso das Verfassen von journalistischen Formen (Fachartikel), das Schreiben fürs Web und die E-Mail-Kommunikation.

- Schreibtraining (z.B. Verständlichkeit, moderne Stilprinzipien, Mittel der Leserführung)
- Schreiben fürs Hören
- Texte für unterschiedliche Zwecke (Aktennotiz, Kurzbericht, Medienmitteilung)
- Elektronische Kommunikation (E-Mails, Inter- und Intranet)

#### **4. Strategien und Techniken der Experten-Laien-Kommunikation: Verstehbar und verständlich kommunizieren**

Texte aus der Wissenschaft, aus Fachgebieten wie des Rechts, der Wirtschaft, des Bankenwesens, der öffentlichen Verwaltung und des öffentlichen Managements, der Medizin oder der Technik sind für viele Leserinnen und Leser oft unzugänglich und unverständlich. Dies zeigt sich auch in der Arzt-Patienten-Kommunikation, in der Behördenkommunikation, in Gesprächen zwischen Lehrpersonen und Eltern, mit Kundinnen und Kunden. Jede politische oder medizinische Kampagne hat mit Verständlichkeit zu tun. Auch Werbetexte sind mit dieser Frage konfrontiert.

- Techniken, Strategien und Grenzen der Popularisierung
- Verständlichkeitskonzepte
- Rolle von Bildern und grafischen Darstellungen

Nehmen Sie Kontakt mit uns auf. Wir geben Ihnen gerne weitere Auskünfte.

Kontakt: Prof. Markus Ineichen, Telefon +41-(0)41-228-42-22