

Marthamaria Drützler-Heilgeist
Brigitte E.S. Jansen / Roland Kreische
Günter Th. Baur / Bernd Wobser



Erfolgreich kommunizieren: Gespräch – Homeoffice – Visuell

Bibliographische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie: detaillierte bibliographische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar

1. Auflage

© Gesellschaft für Arbeitsmethodik e.V, Herausgeberin: Dr.phil. Dr. rer. publ. Brigitte E.S. Jansen, Baden – Baden, 2021

© Fotos: Drützer-Heilgeist/ Jansen/Kreische/Baur/ Rinke/Wobser/Klein.

Pexels: Vanessa Garcia (1), AnthonymShkraba (3), Unsplash: Claudio Schwarz-Purzelbaum, Jansen: Screenshot (S.85) Jansen

Alle Rechte vorbehalten. Dieses Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der Grenzen des Urheberrechts ohne schriftliche Zustimmung des Verlages ist unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Nachdruck, auch auszugsweise, Reproduktion, Vervielfältigung, Übersetzung und Einspeicherung in elektronische Systeme aller Art.

Printed in Germany

Verlag Gesellschaft für Arbeitsmethodik® e.V., c/o Dr. Jansen Balger Hauptstr. 31,
76531 Baden-Baden

<https://gfa-verlag.com>

ISBN: 978-3-948646-27-1

Forum (GfA), 18, 2021, ISSN 2625-3402

EDITORIAL

Erfolgreiche Gesprächsführung, Kommunikation im Homeoffice, technische Grundausstattung und Licht – das sind die großen Themen dieses Bandes. Der 154. Band unserer Publikation „Der Arbeitsmethodiker“ widmet sich zentralen und vor allem aktuellen Themen, die alle betreffen, die in Wirtschaft, Marketing und Projektmanagement unterwegs sind.

Kommunikation ist die Basis für jede Art von Verständigung. Das betrifft die Kommunikation im Unternehmen ebenso wie den Dialog mit den Kunden. Strukturierte Gesprächsführung schafft Mehrwert, spart Zeit und schließt kostspielige Missverständnisse aus. Dabei spielen verschiedene Faktoren eine Rolle, die sowohl in der individuell-spezifischen Situation als auch ganz allgemein in allen Unternehmen gelten.

Dennoch hat Kommunikation in der Wirtschaft eine spezielle Ausrichtung, die der Beitrag „Die Kunst Gespräche zu führen. Vom Alltagsgespräch zur strukturierten Gesprächsführung“ praxisnah mit Beispielen aus Unternehmen erfasst.

Einem weiteren Aspekt der Verständigung und Informationsübermittlung stellt sich der Artikel „Kommunikation in Zeiten von Homeoffice: Ich sehe was, was du nicht siehst“. Er beschäftigt sich mit den Herausforderungen, die die Kommunikation über PC und Telefon mit sich bringt. Die verschiedenen Kanäle der Übermittlung werden erfasst und mit ihren Besonderheiten und speziellen Anforderungen vorgestellt.

Bei der Kommunikation via E-Mail, Skype, Twitter, in Online- und Telko-Konferenzen gelten einige Regeln, die sich im Face-to-Face-

Kontakt oder im normalen Büro-Alltag anders definieren und gestalten. Wer effizient, lösungsorientiert und erfolgreich motivierend kommunizieren will, sollte sich mit der Kommunikation im Homeoffice ausführlich beschäftigen, zumal perspektivisch in der Arbeit vom häuslichen Büro aus große Potenziale liegen, die Arbeitgeber und Arbeitnehmer in einer Win-win-Situation für sich nutzen können.

Licht hat einen großen Einfluss auf Präsentationen. Das merken wir nicht nur in Video-Konferenzen, sondern auch bei Vorträgen coram publico. Stimmt etwas nicht, kann das nicht nur erheblich ablenken, sondern den Erfolg der gesamten Präsentation gefährden. Das ist besonders ärgerlich, wenn neue Produkte vorgestellt werden sollen oder man Kunden akquirieren möchte. Warum es sich lohnt, Zeit in eine korrekte Ausleuchtung zu investieren, erläutert der Beitrag „Die Wirkung des Lichts – Wie beeinflusst die Wahl der Beleuchtung Vorträge und Präsentationen?“

Speziell um Licht in der Präsentation von Marken geht es in dem Artikel „Licht in Fotografie und Bewegtbild“. Damit Ihr Produkt nicht buchstäblich ungesehen im Schatten verbleibt, ist die einprägsame Darstellung in der Markenkommunikation wichtig. Der erste Eindruck zählt und prägt das Verhältnis zum Produkt nachhaltig. Deshalb ist es sinnvoll, Erkenntnisse aus Psychologie und Technik zu verbinden, um erfolgreich zu werben und Kunden nachhaltig zu faszinieren, denn das Bild im Kopf bleibt und bestimmt die Kaufentscheidung oftmals mehr als die Kalkulation.

Das betrifft auch die „Visuelle Kommunikation im Netz“ bei der Darstellung komplexer Inhalte auf Websites. Userfreundlich sollte die Seite gestaltet sein und den Kunden auf seiner Customer Journey

zielführend begleiten. Der Dialog mit dem potenziellen Käufer wird dabei immer wichtiger. Seine Einbindung steht im Zentrum und ermöglicht einen individuellen Kontakt, der sich dem Kunden nachhaltig einprägt, seine Wünsche erfasst und dem Unternehmen den Verkauf sichert. Dabei geht es um eine schnelle Individualisierung, die heute technisch möglich ist und dem Kunden die Informationen bietet, die ihn interessieren.

Damit erfolgreich kommuniziert werden kann, bedarf es eines technischen Standards, der einen möglichst störungsfreien Austausch ermöglicht. Dabei geht es nicht nur um die Informationsübermittlung an sich, sondern auch darum, zusätzliche Störfaktoren auszuschalten. So erhöhen sich Effizienz, Sicherheit und vor allem auch die Seriosität erheblich. Der Beitrag „Technische Mindestausstattung: Videokonferenzen und online Besprechungen“ beschäftigt sich mit Hardwarebereich, Netz und Internetzugang.

Lassen Sie sich von diesen spannenden Beiträgen informieren und vor allem auch inspirieren, denn Kommunikation intern und extern ist immanent wichtig für Ihren Erfolg!

Baden-Baden im April.2021

Dr. phil. Dr. rer. publ. Brigitte E.S. Jansen

- Präsidentin der GfA e.V. -

INHALTSVERZEICHNIS

Editorial

1. DIE KUNST GESPRÄCHE ZU FÜHREN vom Alltagsgespräch zur strukturierten Gesprächsführung

1.1 Alltagsgespräche

1.2 Wie funktioniert Kommunikation?

1.3 Wie unser Gehirn funktioniert

1.4 Deutungslosigkeit: eine Quelle der Missverständnisse

1.5 Wie Gespräche gelingen: Gesprächsstörer erkennen und vermeiden, Gesprächsförderer anwenden

1.6 Strukturierte Gespräche

2. Kommunikation in Zeiten von Homeoffice: Ich sehe was, was du nicht siehst

2.1 Der Arbeitsplatz und die technische Hardware

2.2 Ihre persönliche Hardware

2.3 Ich sehe was, was Du nicht siehst

2.4 Non - Nonverbale Kommunikation im Videochat

3. Die Wirkung des Lichts - Wie beeinflusst die Wahl der Beleuchtung Vorträge und Präsentationen?

3.1 Mindestausstattung für Videokonferenzen und Besprechungen

4. Visuelle Kommunikation im Netz - die Darstellung komplexer Inhalte auf Websites

Licht in Fotografie und Bewegtbild - Wie Beleuchtung Marken kommunizieren kann

Literaturangaben (Hinweise)

Zu den Autoren

Kontaktanschriften

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

[Abbildung 1. Höhe der Kamera](#)

[Abbildung 2. Arbeitsplatz für ein Webinar](#)

[Abbildung 3. Headset](#)

[Abbildung 4. Virtuelle Galerie baden-art.de, Eingang](#)

TABELLEN

[Tabelle 1. Beispiele für unterschiedliche Ebenen](#)

[Tabelle 2. D-Botschaften -Ich-Botschaften](#)

[Tabelle 3. Aufbau Raster](#)

[Tabelle 4. Beispiel Konfliktmoderation](#)