

## Grüessech

„**Man kann nicht nicht kommunizieren**“. Dieser Satz von Paul Watzlawick (1921 bis 2007) ist eine Grundlage der Kommunikation. Auch wenn wir nichts sagen, sagen wir etwas (sei es mit unserer Körperhaltung, einer Regung / Mimik oder schlicht der Botschaft: „Auch keine Antwort ist eine Antwort!“). In Anlehnung an einen anderen Wegbereiter in Kommunikationsfragen, Schulz von Thun, hat dieser Bereich auch viel mit dem vielzitierten gesunden Menschen-**VERSTAND** zu tun. Wenn man die einzelnen Buchstaben von „Verstand“ nimmt, hat man einen wunderbaren Leitfaden, auf welchen Grundlagen eine verständlich Kommunikation basiert: Neben **V**erbindlichkeit (die Klarheit schafft), sollte man **e**mpathisch sein (sich in den anderen hineinversetzen), **r**ichtig (konzentriert) zuhören, **s**tufengerecht sprechen, **a**uthentisch (d.h. sich selber) sein und **n**achfragen (was auch etwa als „aktives Zuhören“ bezeichnet wird). Das **D** steht dann noch für **Dossier-Sicherheit**: Sich gezielt auf Gespräche vorbereiten, die korrekten Fakten beim Kommunizieren einsetzen und das Besprochene auch nachbereiten gehören dazu. So können **Missverständnisse** zwar nicht ausgeschlossen, aber meist erheblich **reduziert** werden.

Mit besten Grüßen aus Burgdorf  
Jürg Bissegger



## Stichwort: 4-Ohren-Modell

Der im obigen „Grüessech“ zitierte Schulz von Thun hat auch das Kommunikations-Modell



der „4 Seiten oder Ohren“ entwickelt. Jede Botschaft, die wir senden oder empfangen, hat 4 verschiedene

Ebenen, die **in der Kombination** über Verständnis oder Missverständnis entscheiden können. Neben der **Sachebene** sagen wir etwas **zu uns** aus, nehmen zur **Beziehung** zwischen uns und dem Empfänger Stellung und übermitteln einen **Appell** zur Handlung.

## BW-Thema: Marketing

Kommunikation, wie es im nebenstehenden „Grüessech“ beschrieben wird, ist ein zentrales Element im **Marketing**. Aber: Was ist Marketing überhaupt? Grundsätzlich ist das Wort „market“, also „Markt“, drin. Früher traf man sich direkt auf dem „Märit“, wo etwas zu Markte getragen wurde. Heute gibt es bekanntlich viele zusätzliche Formen. Das Marketing wird etwa auch als „**Absatzwirtschaft**“ bezeichnet, die alle Themen beinhaltet, damit Käufer und Verkäufer ins Geschäft kommen und auch darin bleiben.



Zum Marketing gibt es viele Theorien. Eine bei uns weit verbreitete ist, dass die Instrumente zur Vermarktung grundsätzlich aus dem **Produkt**, aber auch dem **Platz** (wo wird angeboten?), dem **Preis** und der **Promotion** bestehen (wie z.B. direkte Werbung über alle Kanäle, aber auch die grundsätzliche Kommunikation eines Anbieters). Dieser **4-P-Mix** macht es aus, dass im positiven Fall die Käuferin das findet, was sie sucht, und die Verkäuferin das absetzt, was sie herstellt oder leistet. **Strategien** des Verkaufs dazu sind tiefe Kosten / Preise (**Kostenführerschaft**) oder eine bewusste **Differenzierung** oder das Bearbeiten von **Nischen**.

## Mail-Tipp

### Ärgernis winmail.dat



Haben Sie sich auch schon über „winmail.dat“-Anhänge geärgert, die sich **nicht öffnen** lassen? Das kann bei gewissen Dateien, die mit Outlook versandt worden sind, passieren. Zum Öffnen solcher Dateien gibt es die Webseite [www.winmaildat.com](http://www.winmaildat.com). Achtung: Die Dateien werden online im Netz umgewandelt!

© **Forum für Controlling AG**  
3401 Burgdorf  
Tel. 034 426 23 33  
[www.forumcontrolling.ch](http://www.forumcontrolling.ch)

Erscheint alle 2 Monate; E-Mail-Verteiler. An- oder Abmeldung: [punkt@forumcontrolling.ch](mailto:punkt@forumcontrolling.ch). Alle Angaben sind hinweisend und in keinem Fall (rechts)verbindlich.