

Kommunizieren

Eine soziale Handlung

Aktion **Klima!**
mobil

Aktion Klima! mobil wird vom Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit aus Mitteln des im Rahmen der Nationalen Klimaschutzinitiative finanzierten Aktionsprogramms „Klimaschutz in Schulen und Bildungseinrichtungen“ gefördert. Das Programm lädt Schulen und Bildungseinrichtungen ein, mobil zu werden und mehr Klimaschutz zu erreichen, durch Beteiligung, Vernetzung und Sichtbarmachung der eigenen Klimaschutzaktivitäten im schulnahen Umfeld.



BildungsCent e.V.

Durchgeführt wird das Programm von BildungsCent e.V. Der gemeinnützige Verein setzt sich mit seinen unterschiedlichen Programmen seit 2003 für die Förderung der Lehr- und Lernkultur in Deutschland ein. BildungsCent e.V. versteht sich als Impulsgeber, der Schulen und Bildungseinrichtungen bei der Umsetzung von Veränderungsprozessen unterstützt.

Liebe Lehrerinnen und Lehrer, liebe Schülerinnen und Schüler, liebe Teilnehmende,

um gemeinsam etwas für das Klima und die Umwelt bewegen zu können, müssen wir miteinander reden – miteinander in Kommunikation treten. So banal das klingt, so komplex ist das Thema Kommunikation. Mit diesem Heft möchten wir Sie einladen, das weite Themenfeld Kommunikation auf sich wirken zu lassen. Wir beschreiben im Folgenden unsere Vorstellungen von und unseren Umgang mit Kommunikation untereinander, in unserem Team und mit unserer Außenwelt. Wir möchten Sie mit diesen Gedanken inspirieren und hoffen, dass sie für die Planung und Umsetzung Ihrer klimaschützenden Projekte und Vorhaben hilfreich sind.

Als KlimaTeam reden wir sehr viel miteinander. Wir informieren uns gegenseitig und diskutieren viel miteinander, wir handeln unterschiedliche Positionen aus und manchmal streiten wir auch um die beste Lösung. Dabei haben wir gelernt, wie wichtig es ist, den jeweiligen Gesprächspartnerinnen und -partnern die eigene Meinung sehr genau darzulegen und auch die Annahmen, die ihr zugrunde liegen. Wir nennen das die Ich-Botschaft. Je klarer die Ich-Botschaft formuliert ist, desto einfacher ist es für andere, mich und meine Ansichten zu verstehen. Oftmals fällt es gar nicht so leicht, die eigene Meinung und Haltung genau zu beschreiben und sich bewusst zu machen, wodurch genau diese beeinflusst werden. Häufig sind diese auch geprägt von Stereotypen oder Vorurteilen.

Kommunikation ist eine soziale Handlung. Meine Ich-Botschaft macht sich auf den Weg und trifft auf andere. Nun gilt es genau zuzuhören, was die oder der andere mir mitteilen möchte. Auch das ist nicht immer einfach. Jeder Mensch hat seine eigene Art, sich über Sprache zu vermitteln. Die Verbindung verschiedener Ich-Botschaften findet im Dialog statt. Häufig entsteht daraus etwas Neues, manchmal eine neue Idee, vielleicht eine weitere Möglichkeit, miteinander Dinge zu bewegen.

Dinge für den Klima- und Umweltschutz bewegen: Das wollen wir mit unserem Programm *Aktion Klima! mobil* erreichen. Im Folgenden haben wir Ihnen daher einige Ideen und Anregungen zusammengestellt, die aus unserer Sicht für eine gute Kommunikation in Ihrem Projektteam und mit Ihrer Außenwelt nützlich sein können. Neben den Ich-Botschaften sind uns zwei Fragen besonders wichtig: Wie gelingt es, vom miteinander Reden und vom Teilen von Wissen und Meinungen zum konkreten Handeln zu kommen? Und: Wie finde ich heraus, was wirklich wichtig ist? Denn sehr oft steckt die entscheidende Botschaft hinter den Worten oder zwischen den Zeilen ...

Auf www.aktion-klima-mobil.de haben wir weitere Anregungen, Checklisten und praktische Tipps rund um das weite Themenfeld Kommunikation zusammengestellt. Hier finden Sie zum Beispiel auch Hinweise zu Pressearbeit oder der Kommunikation mit der Außenwelt.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß beim Kommunizieren und natürlich bei Ihren *Aktion Klima! mobil* Projekten!

Ihr KlimaTeam von BildungsCent e.V.

Miteinander reden – gemeinsam Dinge bewegen



Kommunikation* – Eine soziale Handlung

Schon die Definition des Wortes Kommunikation weist darauf hin, dass sie nur dann gelingen kann, wenn wir unsere Gesprächspartnerinnen und -partner von vornherein mit einbeziehen. Bei Wikipedia* heißt es dazu: „Kommunikation stammt aus dem Lateinischen *communicare* und bedeutet ‚teilen, mitteilen, teilnehmen lassen; gemeinsam machen, vereinigen‘. In dieser ursprünglichen Bedeutung ist eine Sozialhandlung gemeint, in die mehrere Menschen einbezogen sind.“ In der Kommunikation geht es also um das Teilen, das Mitteilen, aber auch das Teilnehmen und Teilhabenlassen und darum, Dinge gemeinsam zu tun.

Es gibt die direkte Kommunikation, die über Worte, vor allem aber auch über nonverbale Zeichensysteme wie Mimik und Gestik funktioniert. Die direkte Kommunikation ist immer gekennzeichnet durch ein anwesendes Gegenüber. Indirekte Kommunikation hingegen meint die Kommunikation über unterschiedliche Medien wie Telefon, Computer oder Briefe.

Kennen Sie den Effekt, der sich einstellt, wenn Sie mit einem vertrauten Menschen über längere Zeit nur telefonieren? Es können Missverständnisse und *Konflikte** entstehen, weil Worte allein nicht immer ausreichen, um anderen Menschen etwas mitzuteilen und verstanden zu werden. Es fehlt die Ebene der nonverbalen Kommunikation, der Mimik und Gestik. Um sich zu verstehen, ist aber gerade diese Ebene sehr wichtig. Hier spielen Blicke und unbewusste Signale, die ausgesendet werden, eine wichtige Rolle. Sie helfen dabei, sich in andere Menschen besser einfühlen zu können. Die nonverbale Kommunikation ist manchmal schwer zu greifen oder genau zu benennen, und doch trägt sie durch ihre Wirkung einen großen Teil zum gegenseitigen Verständnis bei. Bei der Kommunikation über E-Mails oder die Sozialen Medien, fehlt die Ebene der nonverbalen Kommunikation. Daher ist es hilfreich, sich hier immer wieder zu vergewissern, ob der andere oder die anderen Ihre Botschaften und Aussagen richtig verstanden hat bzw. haben. Zögern Sie also nicht, so lange nachzufragen und Ihre Aussagen zu wiederholen, bis alle Kommunikationspartnerinnen und -partner Ihre Botschaft verstehen. Prüfen Sie ebenso sorgfältig, ob auch Sie die Botschaften Ihres Gegenübers verstanden haben.

*Quellennachweis: <http://de.wikipedia.org/wiki/Kommunikation>
(Stand: 8. November 2012)

Foto Erbsen: Wilhelmine Wulff / pixelio.de, Bearbeitung: Christiane John

Wiederholen Sie deren Aussagen mit Ihren eigenen Worten und vergewissern Sie sich, ob diese so gemeint waren. Wir haben oft beobachtet, dass Missverständnisse über die gemeinsamen Ziele eine der häufigsten Ursachen für das Scheitern von Projekten und Vorhaben sind. Eine intensive und gute Kommunikation zu Beginn eines Projektes ist ein wichtiger Erfolgsfaktor für eine produktive Zusammenarbeit und für gute Ergebnisse. So lassen sich spätere Missverständnisse im Projektverlauf vermeiden.

Wir wissen auch, dass die direkte Kommunikation, in der die Gesprächspartnerinnen und -partner anwesend sind, keine Garantie für gelungene Kommunikation ist. Können Sie sich spontan an eine Situation erinnern, in der Sie den Eindruck hatten, Ihr direktes Gegenüber versteht Sie ganz und gar nicht? Wenn ja, dann beginnen Sie vielleicht die Kommunikation in Ihrem Projektteam mit genau dieser Geschichte. Nutzen Sie Erfahrungen, Beispiele und auch die Erkenntnis einstiger Fehler für Ihre neuen Projekte.

Kommunikation für den Klimaschutz – Schritt für Schritt zum eigenen Projekt

Kein Mensch allein kann die Welt retten! Geht es um die großen Herausforderungen, die der Klimawandel an uns stellt, so müssen wir uns zusammenschließen und aus unseren eigenen vier Wänden hinaus bewegen. *Lesen Sie in unserem Heft KlimaWissen mehr zu den Daten und Fakten rund um den Klimawandel oder schauen Sie hierzu auf www.aktion-klima-mobil.de.* Nun stellt sich die Frage, wer kann eine gute Partnerin oder ein guter Partner sein und uns bei unseren Ideen und Projekten unterstützen? Besprechen Sie in Ihrem Projektteam, welche Menschen Sie in Ihrem Umfeld kennen, die Ihre Ideen teilen. Versetzen Sie sich in diese Menschen hinein, indem Sie die Rollen einmal umdrehen und bestimmte Situationen durchspielen, wie zum Beispiel ein Erstgespräch mit *Informationen** zu Ihrem Anliegen. So gelingt es in der Regel immer recht schnell herauszufinden, wie man sein Gegenüber am besten ansprechen könnte.

Wir wissen, dass das Ansprechen fremder Menschen oftmals ein unbehagliches Gefühl auslöst. In unserer Vereinsarbeit haben wir jedoch die Erfahrung gemacht, dass sich die meisten Menschen darüber freuen, von anderen angesprochen zu werden. Insbesondere dann, wenn sie als Expertinnen und Experten mit Kompetenzen und Erfahrungen adressiert werden. Fragen Sie sich doch einmal, wie Sie selbst reagieren würden, wenn Sie gebeten werden, sich mit anderen für den Klimaschutz zu engagieren?



Foto Bäume: Wolfgang Dirscherl / pixelio.de; Foto Vogel links: Norbert Svojtko / pixelio.de; Foto Vogel rechts: Angelika Wolter / pixelio.de

Haben Sie die ersten potentiellen Partnerinnen oder Partner ausgewählt, sollten Sie das anstehende Gespräch gut vorbereiten. Die goldene Regel in Bezug auf Ihr konkretes Anliegen ist: Beantworten Sie kurz und knapp die W-Fragen:

WAS wollen wir tun?

WER will etwas tun und

WER kann uns dabei unterstützen?

WO wollen wir etwas tun?

WANN wollen wir es tun?

WIE wollen wir es tun?

WARUM wollen wir es tun?

Fragen Sie nach, ob Ihre Gesprächspartnerin oder Ihr Gesprächspartner Sie verstanden hat. Stellen Sie sicher, dass sie oder er gut informiert ist. Nun können Sie in Kommunikation – in den *Dialog** – treten.

Eine kleine Geschichte aus unserer Arbeit: Vor einigen Jahren haben wir im Team eine Schulung zum Führen von Telefoninterviews organisiert. Eine wichtige Botschaft der Trainerin hieß: „Bringen Sie Ihr Gegenüber auf die JA-Straße!“ Konkret heißt das: Versuchen Sie Ihre Fragen so zu formulieren, dass sie mit „Ja“ beantwortet werden können. Jeder Mensch sagt in der Regel lieber Ja als Nein. Die JA-Straße trägt dazu bei, ein grundsätzlich positives Gesprächsklima zu schaffen. Eine weitere Botschaft, die wir uns bei unserer Arbeit immer wieder vergegenwärtigen, heißt: „Laden Sie Ihr Gegenüber zum Sprechen ein! Nur so erfahren Sie, ob Sie zusammenarbeiten können.“ In der Realität und im Alltag ist es wichtig, sich dies bewusst zu machen, denn oft wollen wir ja vor allem unsere *Ich-Botschaft** vermitteln. Dabei passiert es schnell, dass wir unser Gegenüber kaum zu Wort kommen lassen und uns so wichtige Informationen und *Reaktionen** entgehen.

Nachdem Sie die möglichen Mitstreiterinnen und Mitstreiter kontaktiert haben, sollten Sie ihnen anschließend eine E-Mail senden, sich bedanken und die nächsten Schritte kurz skizzieren. Auf www.aktion-klima-mobil.de finden Sie hierzu *allerhand Ideen und Anregungen*.

Ja



*In unserem AktionKlimaMobil finden Sie darüber hinaus in der Kiste Sehen noch eine Vielzahl an Dingen, die Sie für Ihre Außenauftritte nutzen können. Bei der externen Kommunikation, also der Kommunikation mit Ihrem Umfeld sind Ihre Adressatinnen und Adressaten oftmals unbestimmt, so zum Beispiel die Schulgemeinschaft, die Elternschaft, die Gemeinde, die Öffentlichkeit oder die Presse. All dies sind Gruppen, die unbedingt von den Aktivitäten Ihres Teams erfahren und wissen sollten. Ziel der externen Kommunikation ist es nun, aus einer unbestimmten Gruppe heraus einzelne Personen zu erreichen, die auf Ihre Kommunikationsangebote anspringen und daraufhin im besten Fall den *Kontakt** zu Ihnen suchen und sich Ihnen anschließen möchten.*

Externe Kommunikation ist eine eher monologische Art der Kommunikation, denn Sie wissen ja zunächst nicht, mit wem Sie es konkret zu tun haben und erhalten auch keine direkte Reaktion. Dennoch sollte jede Kommunikation nach außen auch dialogische Elemente enthalten oder sogar Gelegenheiten zum Mitmachen anbieten. Gerade die Sozialen Medien bieten dazu eine Vielzahl von Angeboten wie Chats, Foren etc. Diese sind mitunter nicht ganz unumstritten. *Nutzen Sie hierzu auch die Informationen in unserem Heft Social Media oder auf www.aktion-klima-mobil.de.*

Du



Können Sie sich erinnern, wann Sie sich in der letzten Zeit von einer Werbung positiv angesprochen fühlten? Versuchen Sie doch einmal herauszufinden, was Ihnen daran gefallen hat. Vielleicht ergibt sich daraus eine Idee für Ihre eigene Kommunikation nach außen und die Werbung für Ihr Klimaschutzprojekt.

Zur Unterstützung Ihrer Kommunikation und Darstellung nach außen enthält das AktionKlimaMobil eine Digitalkamera und einen Minicamcorder, mit denen Sie Fotos und Filme oder Audioaufnahmen machen können. All das können Sie dann auf www.aktion-klima-mobil.de hochladen und Ihre Unterstützerinnen und Unterstützer per E-Mail darüber informieren. Bilder sagen häufig mehr als viele Worte. Informationen und Bilder zu einer bestimmten Aktion oder einem Ereignis sind immer ein guter Anlass, miteinander ins Gespräch zu kommen. Bilder sind auch hilfreich für eine bunte Dokumentation*, wie sich Ihr Projekt im Verlauf entwickelt.

Die Erfahrung zeigt, dass Sichtbarkeit sehr wichtig ist, um Aufmerksamkeit zu gewinnen. Besonders das Interesse von Vertreterinnen und Vertretern der Presse oder der Politik kann so geweckt werden. Manchmal fällt es nicht leicht, ein gutes Bild zu finden, wenn dies spontan benötigt wird und die Zeit fehlt, noch eine Fotostrecke zu machen. Im AktionKlimaMobil haben wir Ihnen daher allerhand Dinge zusammengetragen, mit denen Sie Ihre Spuren auch so hinterlassen können. Es gibt Buttons, Plakate, Tragetaschen und eine mobile Flagge, die Sie überall mit hinnehmen und aufstellen können. Wir haben Visitenkarten für Sie vorbereitet, Klebezettel und Aufkleber. Und dann ist da natürlich noch das AktionKlimaMobil, das fast für sich selbst spricht und mit dem Sie sicher viel Aufmerksamkeit erreichen werden.

Wort Wort Ich
Wort Wort
Wort Wort
Wort Wort
Wort Wort

Was wirklich wichtig ist

Ob beim Sprechen oder beim Schreiben, die schwierigste Aufgabe ist es herauszufinden, was wirklich wichtig ist. Und zwar nicht nur für einen selbst, sondern vor allem für die potentiellen Kommunikationspartnerinnen und -partner. Es kann passieren, dass die Ich-Botschaft überhaupt nicht in die Lebens- und Erfahrungswelt des Gegenübers hineinpasst. Es findet sich kein „Ankerplatz“ für den Inhalt der Worte. Bei Menschen, mit denen wir viel Zeit verbringen und die uns vertraut sind, können wir schnell und ohne Probleme einen solchen „Ankerplatz“ finden. Viele gemeinsame Gewohnheiten oder Erlebnisse, eine gemeinsame Sprache und das gegenseitige Verständnis von Mimiken und Gesten bilden einen guten Nährboden für das Teilen von Worten und Gedanken. Bei Menschen, die wir kaum oder gar nicht kennen, ist es sinnvoll, sich zunächst ein Bild und eine Vorstellung von ihnen zu machen, und zu prüfen, ob sie für unsere Ideen und Gedanken überhaupt einen Platz haben. Dazu möchten wir eine kleine Geschichte nacherzählen, die uns begegnete:

Berühmt sein ist nicht genug!

Eine zehnte Klasse erhielt die Aufgabe, den Ankündigungstext einer Veranstaltung für die Schülerzeitung zu schreiben. Es sollten möglichst viele Schülerinnen und Schüler gewonnen werden, die die Veranstaltung zu besuchen. Bei dieser Aufgabe wurden sie von einer erfahrenen Journalistin begleitet.

Der Inhalt: Ein international bekannter und berühmter Naturwissenschaftler und weitere prominente Gäste kommen am Mittwoch der kommenden Woche in die Stadt, um in der Stadthalle mit einem wichtigen Preis ausgezeichnet zu werden. Am Donnerstagvormittag hält der Wissenschaftler exklusiv für die Schule einen Vortrag, zu dem die Schülerinnen und Schüler in die Stadthalle eingeladen sind. Der Vortrag ist für die Schülerinnen und Schüler kostenlos.

Die Journalistin gab den Schülerinnen und Schülern folgende Tipps für das Verfassen des Artikels:

- Beginne stets mit den Botschaften, die für die Zielgruppe, die du erreichen möchtest am wichtigsten sind.
- Beantworte die W-Fragen: **WAS** passiert? **WO** passiert es? **WANN** passiert es? **WER** ist dabei? **WIE** passiert es? **WARUM** passiert es?

Die Journalistin begutachtete anschließend die Texte der Schülerinnen und Schüler. Die meisten begannen

mit Sätzen wie: „Der berühmte Naturwissenschaftler...“ oder „Nur wir sind eingeladen, an dem Vortrag des...“ oder „Freikarten für den Vortrag des berühmten...“

„Hmh...“, sagte sie und schmunzelte. „Aus meiner Sicht hat niemand die wirklich wichtigste Botschaft hervorgehoben, mit der – so viel ich weiß – fast alle Schülerinnen und Schüler motiviert werden können. Ich hätte begonnen mit dem Satz: ‚Am Donnerstagvormittag fällt die Schule aus...!‘“

Mit dieser kleinen Geschichte möchten wir zeigen, dass wichtige Botschaften auch hinter den Worten oder zwischen den Zeilen stehen können. Die Schülerinnen und Schüler haben in ihren Texten versucht, aus den vorhandenen Worten die wichtigste Aussage herauszufinden. Dies ist insofern interessant, als dass die Schülerinnen und Schüler gleichzeitig Verfasser und *Zielgruppe** des Ankündigungstextes sind. Und dennoch fällt es so schwer, sich weit genug von der vorgegebenen sachlichen Textebene zu entfernen, um andere Ebenen wahrzunehmen – Ebenen, die für sie selbst eigentlich sehr viel interessanter sind. Die schlichte Tatsache, dass ein Besuch der Veranstaltung gleichzeitig bedeutet, dass die Teilnehmenden schulfrei bekommen, tritt erst in dem Moment hervor, in dem der enge Blick auf die Worte ausgeweitet wird.

Gerade bei komplizierten und nur schwer zu vermittelnden Sachverhalten ist es manchmal hilfreich, die Sachebene etwas aus dem Fokus zu nehmen, den Blickwinkel zu erweitern und sich zu fragen, was andere daran interessieren könnte.

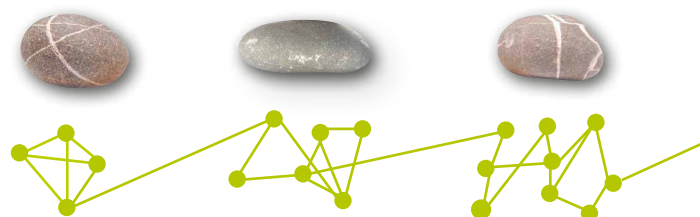
Übrigens: Die oben beschriebene Aufgabe wird von den meisten Menschen ohne fundierte Presseerfahrung so gelöst wie in diesem Beispiel. Die Erweiterung der Perspektive oder der Blick über den Tellerrand ist eben gar nicht so leicht!

Auf der Website www.aktion-klima-mobil.de stehen viele weitere praktische Tipps für Ihre Pressearbeit zum Download zur Verfügung. Hier finden Sie Beispiele und Hinweise zur Zusammenarbeit mit der Presse, zum Beispiel Tipps zu Zeitabläufen, zum Verfassen von Pressemeldungen etc. Weiter bietet die Website die Möglichkeit sich hierzu in Gruppen auszutauschen und auch Erfahrungen von anderen Schulen und Teilnehmenden einzuholen.

Mit offener Kommunikation durch die Projekte

Den richtigen Weg finden

Auf www.aktion-klima-mobil.de haben wir eine Online-Umgebung eingerichtet, in der Sie die Umsetzung Ihrer Projekte verwalten und managen können. Diese webbasierte Umgebung hilft Ihnen, Ihre Ideen zum Klima- und Umweltschutz in konkretes Handeln zu übertragen. Eine gute Idee ist schnell gedacht. Geht es jedoch um ihre Umsetzung, so stellt sich schnell heraus, dass die Realität häufig viel mehr Herausforderungen an das Gelingen der Projekte stellt als angenommen. Unsere webbasierte Umgebung ersetzt keineswegs die Kommunikation innerhalb Ihres Projektteams. Im Gegenteil! Vielmehr werden über die systematische Erfassung Ihrer Projektidee und der Ziele und über die Untergliederung in einzelne Meilensteine bei der Zielerreichung diejenigen Zeitpunkte markiert, an denen Sie unbedingt miteinander kommunizieren sollten. Unterstützt von der Projektmanagementumgebung stellen Sie so immer wieder den aktuellen Status Ihres Projekts fest und können gegebenenfalls dort hinterlegte Meilensteine oder Ziele der tatsächlichen Situation Ihres Projektverlaufs anpassen. Lassen Sie sich bei der Umsetzung Ihrer Ideen von dem Ziel leiten, das Sie erreichen wollen. Wenn Ihnen dabei Hindernisse im Weg stehen, dann prüfen Sie, ob diese Hindernisse überwindbar sind. Wir haben in unserer Arbeit die Erfahrung gemacht, dass es hier wichtig ist, nicht zu lange zu warten und zu prüfen! Falls Sie merken, dass nichts daran vorbeiführt, dann gehen Sie einfach einen neuen Weg.

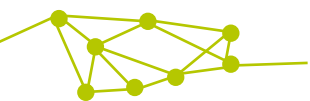


Aus Fehlern lernen

Wir haben auch die Erfahrung gemacht, dass die Kommunikation nicht immer gelingt, zumindest nicht immer leicht. Das kann vielerlei Gründe haben: Die Ich-Botschaft ist undeutlich formuliert, mein Gegenüber interessiert sich nicht für meine Anliegen, das Thema findet grundsätzlich keinen Anklang oder aber es lassen sich handfeste Meinungsverschiedenheiten oder Konflikte nicht aus der Welt schaffen.

Bei uns im Team bemühen wir uns, mit solchen Situationen ganz pragmatisch umzugehen. Wenn es nicht funktioniert, dann müssen wir es manchmal sein lassen und beginnen noch einmal von Neuem. Wichtig ist es für uns herauszufinden, was das Scheitern verursacht hat. Denn nur durch das Erkennen unserer Fehler oder Irrtümer können wir lernen und uns beständig weiterentwickeln. *Versuch und Irrtum* ist eine Arbeitsweise, die für uns im Team sehr zielführend ist. Dahinter steckt die Annahme, dass wir mit unseren Worten und erdachten Konstruktionen und Modellen nie die Realität vollumfänglich abbilden können. Also gehen wir sehr schnell in die Umsetzung unserer Ideen, testen aus und bitten andere um ihre Einschätzungen und Anregungen zur Verbesserung. So entwickeln wir Schritt für Schritt den Weg, auf dem unsere Ideen in die Welt kommen können. Sehr häufig sieht das Resultat am Ende ganz anders aus, als wir es uns ursprünglich vorgestellt haben. Das ist manchmal ein wenig schmerzhaft. Dafür sind die Ergebnisse jedoch realitätstauglich, nutzbar und meistens auch recht robust. Und wenn wir einmal ganz unzufrieden mit dem Ergebnis sind, dann muntert uns der Satz einer ehemaligen Kollegin immer wieder auf: *„Wirklich wichtig ist doch, was hinter dem Ziel liegt!“* – und schon haben wir wieder neuen Gesprächsstoff.

*Wirklich wichtig ist doch,
was hinter dem Ziel liegt!*



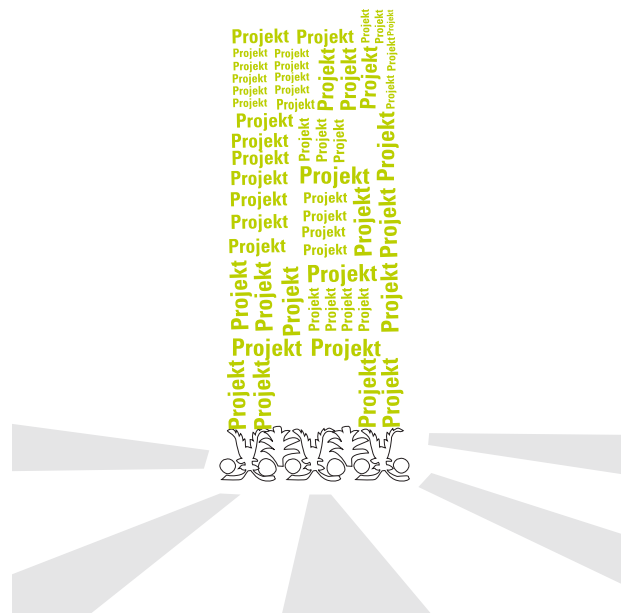
„Alle Wege führen nach Rom.“

Im Forum Romanum in Rom stehen noch heute die Überreste des Milliarium Aureum, des Goldenen Meilensteins. Bei Wikipedia* heißt es dazu: *„Ursprünglich standen auf der Säule die Namen der Hauptstädte der Provinzen des römischen Reichs und ihre jeweiligen Entfernungen von Rom. Diese Säule sollte die Menschen an die Größe des Reiches erinnern und die zentrale Natur des Forums. Es galt als ideelles Zentrum des Reiches, von dem die wichtigsten Römerstraßen abgingen. Lediglich Reste des Sockels sind erhalten geblieben. Die Entfernungen zusammengerechnet ergaben 76.000 km. Der Kaiser hatte auch den Straßenbau als Aufgabe, er war der curator viarum. Aufgrund dieser Säule entstand das Sprichwort ‚Alle Wege führen nach Rom‘.“*

Übertragen auf *Aktion Klima! mobil* könnte es heißen: *„Es findet sich immer ein Weg zum Ziel!“* Wir sind überzeugt, dass sich mit einer guten, wertschätzenden, offenen und inspirierenden Kommunikation der für Sie und Ihr Projekt angemessene Weg finden lässt.

*Quellennachweis: http://de.wikipedia.org/wiki/Milliarium_Aureum
(Stand: 8. November 2012)

Alle Links wurden im November 2012 geprüft. Für die Aktualität der Webinhalte kann daher keine Gewähr übernommen werden.



Glossar

Dialog Sprachliche Kommunikation zwischen zwei oder mehreren Teilnehmenden, die ihre Meinungen austauschen und so miteinander in den Dialog treten. Grundlegend ist dabei, dass sich die Gesprächspartnerinnen und -partner gegenseitig respektieren und zuhören.

Dokumentation Sammlung und Bereitstellung von Informationen zur allgemeinen Weiterverwendung. Eine Dokumentation dient der Reflexion zum Beispiel eines Projektes. Sie kann zur Präsentation von Ablauf und Ergebnissen genutzt werden. Eine Dokumentation kann in verschiedensten Formaten gestaltet sein wie Texte, Bilder und Videos. Eine gute Dokumentation erleichtert die Kommunikation.

Ich-Botschaft Äußerung, die das Gegenüber einlädt, zu dem ausgesprochenen Gedanken oder der Meinung auf partnerschaftlicher Weise in den Dialog zu treten. Eine klare und wohlüberlegte Ich-Botschaft ermöglicht eine gute Kommunikation. Die Ich-Botschaft ist der Teil der Kommunikation, die vom Sprechenden kontrolliert werden kann. Wie das Gegenüber die Ich-Botschaft versteht, kann erst im Dialog geklärt werden.

Information Informationen sind die Bausteine, aus denen sich für die Kommunizierenden Bedeutung zusammensetzt. Sie werden ausgetauscht und können subjektiv unterschiedlich ausgelegt werden. So kann es passieren, dass zwar der Austausch der Informationen gelingt, der Austausch gemeinsamer Bedeutungen jedoch unklar bleibt.

Kommunikation Kommunikation ist eine zwischenmenschliche Verständigung durch Informationsaustausch mithilfe von Worten (verbal) und Körpersprache oder anderen Zeichen (nonverbal). Sie ist eine Sozialhandlung, die im Alltag meist automatisch verläuft und selten problematisiert wird. Für eine erfolgreiche Partnerschaft ist es in der Regel förderlich, sich mit den zugrunde liegenden Annahmen und der Art und Weise der Kommunikation zu beschäftigen.

Konflikt Situation, die durch unterschiedliche Standpunkte und Interessen von zwei oder mehreren Beteiligten entstehen kann, wenn sie unvereinbar miteinander sind oder als solche erscheinen. Konflikte können auf unterschiedliche Weise ausgetragen und behoben werden. Kommunikation birgt Konfliktpotenzial, wenn die Kommunizierenden das Gesagte auf unterschiedliche Weise auslegen.

Kontakt Direkte oder indirekte Verbindung zwischen zwei oder mehreren Beteiligten, die einmalig oder in Abständen hergestellt wird. Die Kontaktpflege zwischen Projektpartnerinnen und -partnern ist zum Beispiel für eine erfolgreiche Zusammenarbeit unerlässlich.

Reaktion Handlung, die sich aus einer vorangegangenen Handlung ergibt. Im Dialog können zum Beispiel die Gesprächspartnerinnen und -partner direkt auf das jeweils Gesagte reagieren. Bei fehlender Reaktion kann der Standpunkt des Gegenübers nicht bzw. nicht richtig eingeschätzt werden.

Zielgruppe Größerer Personenkreis mit gemeinsamen Merkmalen, der mit einer bestimmten oder mehreren Aussage(n) gezielt angesprochen werden soll. Damit dies gelingt, sollte(n) die Aussage(n) sowie die Zielgruppe klar definiert sein.

Impressum

Herausgeber: BildungsCent e.V.
Gesamterstellung: BildungsCent e.V.
Oranienstraße 183
10999 Berlin
www.bildungscent.de
Silke Ramelow, Vorstand

Redaktion: BildungsCent e.V.
Gestaltung: Christiane John

Druck: dieUmweltDruckerei GmbH, gedruckt auf Recyclingpapier

Bilder: S.2 Kokosnuss: © schankz - Fotolia.com;
S.4: *AktionKlimaMobil*: Thomas Bruns;
S.6/7: Steine: © rufar - Fotolia.com, ssilver / 123RF Stock Foto;
Illustrationen/Collagen: Christiane John

Stand: 2013

www.aktion-klima-mobil.de



Soweit nicht anders angegeben, ist dieses Werk unter einer Creative Commons-Lizenz vom Typ „Namensnennung-Nicht-kommerziell-Weitergabe unter gleichen Bedingungen 3.0 Deutschland“ zugänglich. Um eine Kopie dieser Lizenz einzusehen, gehen Sie auf die Website: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/de/>.

Dieses Heft entstand im Rahmen des Projekts *Aktion Klima! mobil*.
Projektzeitraum: Januar 2012 bis Dezember 2014

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Umwelt, Naturschutz
und Reaktorsicherheit



DIE BMU
KLIMASCHUTZ-
INITIATIVE

www.aktion-klima-mobil.de



BildungsCent e.V.