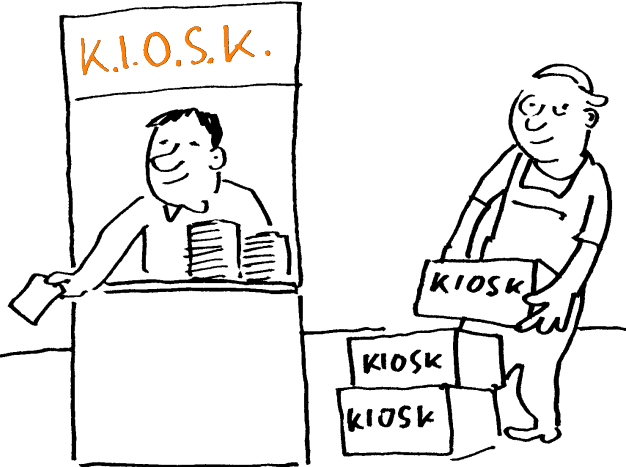


# K.I.O.S.K. Methode®



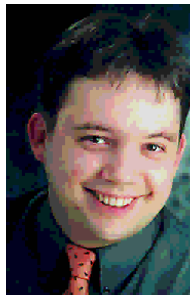
# Thomas Schommer

## PR-Beratung

### **Kommunikations- agentur und Pressebüro**

Kommunikation wird zum entscheidenden Wirtschaftsfaktor. In allen Branchen. Da gilt es, auf der Höhe der Zeit zu sein.

Thomas Schommer berät mit seiner PR-Agentur Unternehmen und Verbände in Fragen der internen und externen PR - und unterstützt sie in ihrem Kommunikationsmanagement. Zum Beispiel durch das Erstellen von Texten für Kundenzeitingen, Broschüren und Internetauftritten und die kommunikative Schulung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.



Parallel nimmt die Thomas Schommer PR-Beratung auch die Aufgaben eines klassischen Pressebüros wahr – von der Pressemeldung bis zur Organisation von Pressekonferenzen.

Die Tätigkeit von Thomas Schommer basiert auf der von ihm formulierten K.I.O.S.K.-Methode®.

Diese stellen wir Ihnen in diesem kleinen Band vor. Falls Sie weitere Informationen wünschen, kontaktieren Sie uns. Wir beraten Sie gerne.

Weitere Informationen finden Sie im Internet unter:  
[www.Mytext.de](http://www.Mytext.de)



# K.I.O.S.K. Methode®

## Kommunikation mit Konzept

Kommunikation kann man trainieren. Sollte man sogar.

Die K.I.O.S.K.-Methode® bietet über die Trainings und Seminare der Thomas Schommer PR-Beratung hinaus auch ein Trainingschema für den Arbeitsplatz.

K.I.O.S.K.steht für

**K**urz  
**I**nformativ  
**O**ffen  
**S**trukturiert  
**K**ompetent

und garantiert eine Kommunikation, die sich am Adressaten orientiert - in allen Kommunikationsformen.



Die K.I.O.S.K.-Methode® gilt für

- die klassische Korrespondenz, die beim Kunden ankommen soll.
- das Beratungsgespräch, bei dem Sie den Kunden beraten und überzeugen wollen.
- das kundenorientierte Telefonat, bei dem der Kunde nicht an der langen Leitung verzweifelt.

Auch für neue Formen der Kommunikation – vor allem E-Mails – gelten die Regeln der K.I.O.S.K.-Methode®.

Überzeugen Sie sich auf den nächsten Seiten oder einem unserer Seminare selbst davon.

## „In der Kürze liegt die Würze“

Sagt der Volksmund. Und da hat er recht. Sogar in doppeltem Sinne. Denn eine Sprache, die sich am Adressaten orientiert wählt kurze, verständliche Sätze und ist in der Summe so kurz wie möglich. Sie formulieren somit im positiven Sinne kundenorientiert.

Dadurch versteht man Sie. Ihre Informationen sind damit „verdaubar“ für den Adressaten. Sie überfordern ihn nicht.

Hier einige „Richtgrößen“:

- Der erste Satz in einem Brief darf nur in Ausnahmefällen länger als eine Zeile sein. Der gesamte Brief sollte in der Regel auf eine Seite passen.



- Die Grußformel am Telefon muss nicht wirklich 30 Sekunden lang sein. Und dauert ein Telefonat länger als 5 Minuten sollten Sie sich überlegen, ob Sie sich nicht besser mit Ihrem Gesprächspartner treffen.
- Die Begrüßung in einem Gespräch sollte höflich, aber eben auch kurz sein. Setzen Sie jeder Besprechung auch ein zeitliches Ende. Am besten gemeinsam zu Beginn des Gesprächs.

## **Nennen Sie Ross und Reiter!**

Sie möchten Ihre Kunden oder Mitarbeiter informieren. Dazu reden Sie mit ihnen oder schreiben ihnen.

Soweit, so klar. Doch nicht jede Kommunikation ist automatisch informativ. Die Botschaft kommt nicht immer an. Man kann dann die Fragezeichen über dem Kopf des Adressaten förmlich sehen.

Oft liegt dieses Nichtverstehen an der gewählten Sprache. So können Sie unter anderem vorbeugen:

- Kommunizieren Sie aktiv. Das heißt nichts anderes, als dass Sie Ross und Reiter nennen und Konstruktionen mit wird, werden, wurde auflösen. Im Aktiv transportieren Sie deutlich mehr Botschaften und Informationen.



- Setzen Sie auf Verben und verbannen Sie möglichst viele Hauptwörter. Denn Verben sind Tuwörter und viel dynamischer in ihrer Aussage als die starren Hauptwörter.

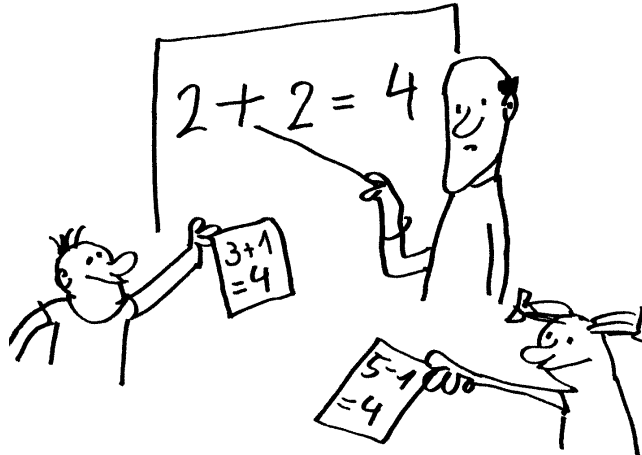
- Lassen Sie bitte die Finger vom Oberdonaudampfschiffahrtsgesellschafts....

Zusammengesetzte Wörter sind schwer zu lesen und noch schwerer zu verstehen. Nehmen Sie diese „Monster“ auseinander oder lassen Sie einfach unnütze Teile weg. Was ist zum Beispiel eine Rückantwort? Nichts anderes als eine Antwort. Und der Vorstandsvorsitzende ist ab sofort der Vorsitzende des Vorstandes.

## Hören Sie Ihren Kunden zu!

Es passiert jeden Tag von Neuem: Verkäufer versuchen, ihre Kunden zu überreden anstatt sie zu überzeugen. Das kann für das eine Mal erfolgreich sein – aber von Dauer ist diese Kundenbeziehung nicht.

Ein gutes Gesprächsklima entwickelt sich, wenn die Partner offen für die Position und die Gedanken des anderen sind. Gerade in Konfliktgesprächen ein absolutes Muss, damit es nicht zu einer weiteren Verhärtung der Fronten kommt.



Für die Kommunikation heißt dies zweierlei:

- Sie müssen offen sein für die Wünsche Ihres Adressaten. Das bedeutet natürlich auch Zuhören. Nur wenn Sie diese Wünsche erfahren, können Sie zielgerichtet mit Ihrem Adressaten kommunizieren.
- Es gibt meist keine absolute Wahrheit.  $2+2=4$  kann auch  $5-1=4$  lauten. Nur wer offen für die Meinungen und Gedanken seines Kommunikations-Partners ist und dessen Ansichten zuerst einmal respektiert, kann erfolgreich kommunizieren.

Übrigens: Respektieren heißt nicht, die Ansichten übernehmen – das ist Anbiederei.

# K.I.O.S.K. strukturiert

**„... und sagt es klar  
und angenehm, was  
1., 2., und 3. käm“!**

**(Wilhelm Busch)**

Viele Texte leben von ihrer Struktur. Bekanntes Beispiel sind die 10 Gebote. Strukturierte Texte und Beiträge bleiben uns viel besser in Erinnerung – wir bekommen sie schließlich portionsweise serviert.

Helfen Sie Ihren Adressaten. Strukturieren Sie Ihre Aussagen. Sie können es am Besten, denn Sie wissen, was Sie mitteilen möchten.



In Briefen und Gesprächen hilft eine angekündigte Aufzählung häufig beiden Seiten:

- Der Sender muss sich auf die wesentlichen Punkte beschränken und stärkt damit seine Argumentation.
- Der Empfänger hat den Vorteil, dass er die Informationen viel besser verarbeiten kann, da sie strukturiert sind.

Achten Sie bei Aufzählungen auch auf gängige Zahlenfolgen.

Es gibt schließlich

- drei gute Gründe....
- fünf Finger an der Hand...  
(an einer Hand abzählen)
- sieben Todsünden  
und
- ein gutes Dutzend an Argumenten.

## **Kommunizierbare Fachkompetenz - fachkompetente Kommunikation**

Was nutzt die beste Kommunikation ohne die fachliche Kompetenz?

Doch auch der Umkehrschluss stimmt. Was nutzt die beste fachliche Qualifikation, wenn ich mein Wissen nicht vermitteln kann?

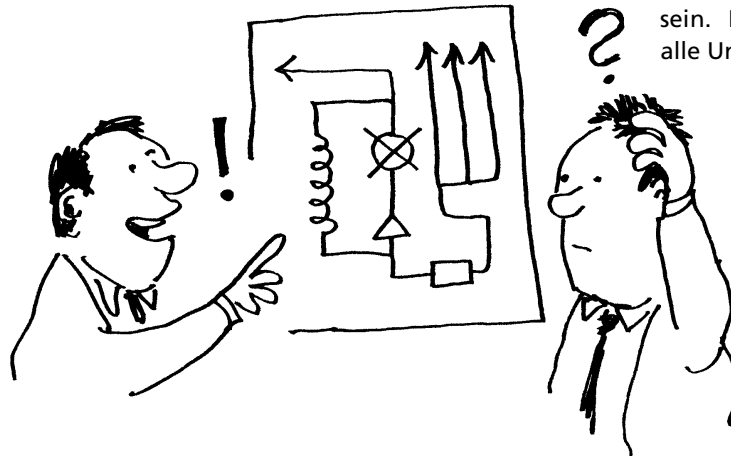
Die Erfahrung zeigt, dass Unternehmen in den letzten Jahren die fachliche Qualifikation ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter optimiert haben und weiter optimieren.

Wichtig bleibt aber auch, die kommunikative Umsetzung zu trainieren.

Neben der Vermittlung neuer Ansätze und Techniken in der Kommunikation ist es wichtig, dass sich die Mitarbeiter bewusst mit ihrer Kommunikation auseinandersetzen.

Die heutige Konkurrenzsituation erfordert eine neue Form der Kompetenz:

Fachliches Wissen muss adressatenorientiert kommunizierbar sein. Eine Herausforderung an alle Unternehmen.

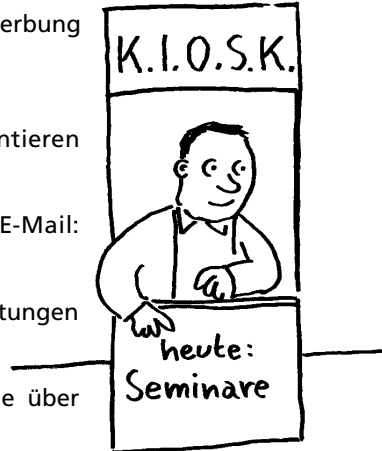


# K.I.O.S.K. Seminare

Richtig schreiben und reden kann man lernen. Zum Beispiel in einem unserer K.I.O.S.K.-Seminare.

1. Briefe – eine tägliche Werbung
2. Erfolgreich telefonieren
3. Überzeugend argumentieren und beraten
4. Kommunikation per E-Mail: schnell und einfach
5. Newsletter, Kundenzeitungen und Co.

Wir informieren Sie gerne über unsere Seminare.



Parkstraße 12  
66111 Saarbrücken  
Fon: 06 81 / 938 77-33  
Fax: 06 81 / 938 77-34  
Funk: 01 71 / 262 59 57  
E-Mail: [Info@MyText.de](mailto:Info@MyText.de)  
[www.MyText.de](http://www.MyText.de)

Zeichnungen: Raphael Wünsch