

Netzwerk Kommunikationsberatung

kobenet.ch

Einführung zum Gründungstreffen, November 2015

Prof. Dr. Peter Stücheli-Herlach, IAM/ZHAW (www.stuecheli.com)

Sandro Küng, Küng Consulting (www.kueng-consulting.com)

Netzwerk-Mitglieder und Fallvorstellungen



- Jeder legt **seine Identität, beruflichen Funktionen und Interessen offen**, dies mündlich und – wenn für die Netzwerkbildung sinnvoll und auf Nachfrage – auch schriftlich.
- Fallvorstellungen betreffen das professionelle Handlungsfeld der Kommunikationsberatung; sie **müssen auf realen Gegebenheiten und Projekten basieren** und so erfolgen, dass diese realen Gegebenheiten erfassbar und verständlich sind für die KollegInnenschaft.
- Die Identität der an den Fällen beteiligten Personen und Organisationen **kann jedoch anonym bleiben** bzw. sogar absichtlich verfälscht werden, um die Interessen der Fallvorsteller und ihrer Klienten und deren Recht auf Privatsphäre und Geschäftsinteressen zu wahren.

Diskussion und Nutzung von Informationen



- Diskussionen der Fallvorstellungen **erfolgen in wechselseitigem persönlichen und professionellen Respekt** unabhängig von Ausbildung, Geschlecht, Weltanschauung oder Nationalität der Netzwerkmitglieder. Sie *orientieren sich an Ressourcen, Lösungen und Entwicklungsperspektiven*.
- Informationen aus den Netzwerktreffen dürfen **für private Zwecke festgehalten und im persönlichen und professionellen Alltag in anonymisierter Form** verwendet werden; die öffentliche Nutzung bspw. für Publikationen und Referate und die wissenschaftliche Nutzung zu Forschungs- oder Unterrichtszwecken ist aber untersagt bzw. setzt eine **direkte Absprache mit den Fallvorstellenden** voraus.

Kommunikationsberatung Definition (Stücheli-H., 2015)



Kommunikationsberatung ist eine wichtige **Form der Kommunikationsleitung** neben der Führung und dem exekutiven Management. Ihr Kennzeichen ist die **systematische Reflexion organisationaler Kommunikationsprobleme und die Entwicklung umsetzbarer und nachhaltiger Lösungen** mit Individuen, Teams und ganzen Organisationen und für sie in einzelnen Sequenzen, dies unter **kompetentem Einsatz zielführender Verfahren der Kommunikation** (Beratungskommunikation).

Kommunikationsberatung kann als professionelle Leistung **organisationsextern, organisationsintern oder in andere Leitungsformen eingebettet** erbracht werden, dies in verschiedenen Rollen und mit verschiedenen thematischen Schwerpunkten (bspw. als Experten- oder Prozessberatung bzw. als PR-, Unternehmens-, Schreib- oder Auftrittsberatung).

Kollegiale Fallbesprechung – Intervision



- **Richtet sich an:** Kommunikationsberatende in unterschiedlichen Positionen und Feldern, die das Bedürfnis nach Beratung haben.
- **Vorteile gegenüber anderen Lernformen:**
 - Wissen für aktuelle Fragestellung aneignen vs. Lernen auf Vorrat
 - Lösungsvorschläge lassen sich kurz darauf real ausprobieren und bei der nächsten Intervision auswerten, wovon wieder alle profitieren.
 - Transfer von Gelerntem in den Berufsalltag
 - Optimales Kosten-Nutzen-Verhältnis

Nutzen der Intervision

- **Erhöht Professionalität:** Reflexions- und Wahrnehmungserweiterung betr.
 - eigener Denkmuster
 - emotionaler Betroffenheit
 - persönlichem Handeln
 - Gestaltung der Beziehungen
- **Psychohygiene**
 - Einfühlung/Anteilnahme der Gruppe (ich bin nicht der/die Einzige)
 - Perspektivenwechsel
 - ausprobieren, probehandeln

Nutzen der Intervision

- **Informationsaustausch**

- Klären von Fragen
- Auseinandersetzung mit Theorie und Methoden
- Erkennen von Möglichkeiten und Grenzen einer Theorie/Modells
- kritische Auseinandersetzung mit persönlicher Rahmentheorie
- Austausch über «best practice» bezüglich spezifischer Fragestellungen
- Klärung der eigenen Rolle
- Aufbau und Pflege eines Netzwerks, das auch zwischen den Meetings genutzt werden können

Was gilt es zu beachten?

- **Wir-Gefühl:** Hoher Zusammenhalt (Kohäsion), z. B. durch
 - Gruppengrösse (max. 25 Personen)
 - Homogenität (gleiche Branche)
 - Einigkeit über Gruppenziele
 - psychologische Sicherheit (Google-Studie)
- **Rollenverteilung**
 - egalitär = gegenseitiges Geben und Nehmen (keine Zaungäste)
 - regelmässiges Feedback

Feedback-Regeln

- **Beschreibend.** Wahrgenommenes und Reaktion darauf beschreiben. Bewertungen und Interpretationen vermeiden.
- **Konkret.** Auf Beobachtbare, feststellbare Ereignisse stützen. Verallgemeinerungen vermeiden.
- **Angemessen.** Wertschätzend und auf Verhaltensweisen beziehend, die der Empfänger zu ändern fähig ist.
- **Erbeten.** Feedback ist am wirksamsten, wenn es sich auf aktuelle Beobachtungen stützt und der Empfänger zur Entgegennahme bereit ist.