

Herr Rausch Fotografie

# Grundlagen des Marketing Teil 1.2

Der Prozess der Kommunikation

Sven Rausch  
18.6.2020

# Grundlagen des Marketing Teil 1.2

Der Prozess der Kommunikation

## Was ist Kommunikation

Da Kommunikation und Information in unserer modernen Welt keine Fremdwörter sind, wird es auch bekannt sein, dass eine Kommunikation dafür dienlich ist Informationen auszutauschen.

Das Wort *Kommunikation* hat seinen Ursprung im lateinischen und leitet sich aus „comunicare“ ab, es bedeutet gemeinsam beraten, etwas gemeinsam machen, einander mitteilen oder miteinander besprechen.

Hauptsächlich erfolgt eine Kommunikation mindestens zwischen zwei Kommunikationspartnern. Wenn wir den Begriff der Kommunikation verallgemeinern, sind wir in der Lage mit uns selbst zu kommunizieren, mit Tieren, Maschinen, Computern und vielen weiteren beliebigen Dingen. Hierbei ist es gleichgültig, ob diese Dinge existieren oder nicht.

Abstrakt betrachtet ist die Kommunikation ein Austausch von Mitteilungen zwischen einem Sender und einem Empfänger. Das was zwischen dem Sender und dem Empfänger steht, um eine Mitteilung zu transportieren, nennt sich Kommunikationskanal. Wir unterscheiden in verschiedene Kommunikationsarten zum Beispiel in digitale, welche um ein Vielfaches schneller ist als die verbale Kommunikationsart des Menschen. Jedoch kann es einen sehr überraschen, wenn man realisiert, dass die symbolische Kommunikationsart ähnlich abstrakte und schnelle Nachrichtenübermittlungen ermöglicht, dazu gehören unsere Schrift, Symbole, Kunstwerke oder auch Fotografien.



Die menschliche Kommunikation entwickelt sich seit der Existenz des Menschen ständig weiter und ist noch längst nicht zu Ende entwickelt. Sie bildet jedoch den Grundstock der menschlichen Zivilisation. Bis heute ist es so, dass wir auf die Kommunikation angewiesen sind, um unsere „Realität“ mit Worten, Begriffen und Kategorien beschreiben und erfassen zu können und im zwischenmenschlichen Austausch von Erfahrungen weitergeben, vermitteln oder reflektieren zu können. Es ist unsere menschliche Kommunikation, unser Einsatz der Sprache und die Definition der Begrifflichkeiten dieser Welt, wer wir selbst sind, wie wir unsere Gesellschaft organisieren und wie wir unsere Umwelt wahrnehmen. Kommunikation ist somit das aktive Reflektieren von Erfahrungen, Meinungen und Ideen zwischen zwei Individuen. Die Zuhilfenahme unserer digitalen und symbolischen Kommunikationsarten ermöglicht diese Kommunikation sogar über viele Generationen und Kulturen hinweg.

## Das Ziel einer guten Kommunikation

Sollte sein, dass der Empfänger die Botschaft, die Nachricht oder die Information mindestens versteht und dessen Empfang bestätigt. Eine wertvolle und wertschöpfende Kommunikation hat zum Ziel, die beteiligten Kommunikationspartner mit Informationen zu versorgen, welche die Beteiligten als „verwertbar“ ansehen und erkennen.

## Aufbau einer guten Kommunikation

Eine gute Kommunikation (oder das Marketing) beginnt grundsätzlich mit einer guten Vorbereitung. Diese Vorbereitung besteht hauptsächlich darin, die Erwartungen, Wünsche und Bedürfnisse seiner Zuhörer (Empfänger) erfassen und bedienen zu können. Der effektivste Weg, um zu erfahren, was die Empfänger deiner Botschaften, dein Kunde, dein Gegenüber, deine Freunde oder deine Familie von dir erwarten bzw. welche Wünsche die verschiedenen Gruppen an dich stellen oder wie ihre Bedürfnisse lauten, ist das aktive Zuhören.

Wie wird man ein aktiver Zuhörer?

1. Halte den Mund und konzentriere dich!  
Ich meine es ernst. Wir sind nicht in der Lage gleichzeitig zu sprechen, wenn wir zuhören sollen. Lass dein Umfeld also erstmal in Ruhe aussprechen.
2. Entspanne dich!  
Damit meine ich nicht nur dich selbst allein, sondern die ganze Atmosphäre. Ist die Umgebung zu laut oder zu stressig. Bist du selbst gerade in der Lage eine entspannte Kommunikation zu führen? Wenn du dich selbst nicht wohlfühlst, wird es dein Kommunikationspartner spüren und ihn somit auch beeinflussen. Die Atmosphäre und die Chemie zwischen dir und deinem Kommunikationspartner sind entscheidende Faktoren darüber, ob wir ein „gehaltvolles“ Gespräch beginnen oder beim Smalltalk bleiben.
3. Zeige Interesse und stelle Fragen  
Aktives Zuhören ist nicht mit stumpfen und apathischen zuhören und befolgen oder mit Schweigen zu verwechseln. Gute verständnisvolle und interessierte Zuhörer stellen immer Fragen:  
„Du findest also, dass...“  
„Meinst du, dass...“  
„Kannst du mir mehr dazu sagen?“  
„Wenn ich dich richtig verstanden habe, sagst du, dass...“  
„Ich bin mir nicht sicher, ob ich es richtig verstanden habe...“  
„Auf den Punkt gebracht: Du sagst...“  
„Mit anderen Worten, du benötigst...“  
„Das hört sich so an, als ob...“  
„Mir ist aufgefallen, dass...“  
„Ich höre heraus, dass du...“  
„Bisher habe ich folgendes verstanden...“  
„Ich fasse kurz zusammen...“
4. Bleib im Kontakt!  
Nimm dein Gegenüber ernst, bleib mindestens im Blickkontakt. Registriere Mikrogesten oder nervöses Fußwippen. Manchmal ist es nicht schlecht nachzufragen:

„Entschuldigung, weshalb sind sie nervös oder nicht ganz bei der Sache? Was kann ich tun, um die Situation zu entspannen?“

Wenn du es behutsam, freundlich und authentisch meinst, fühlt sich dein Gegenüber ernst genommen.

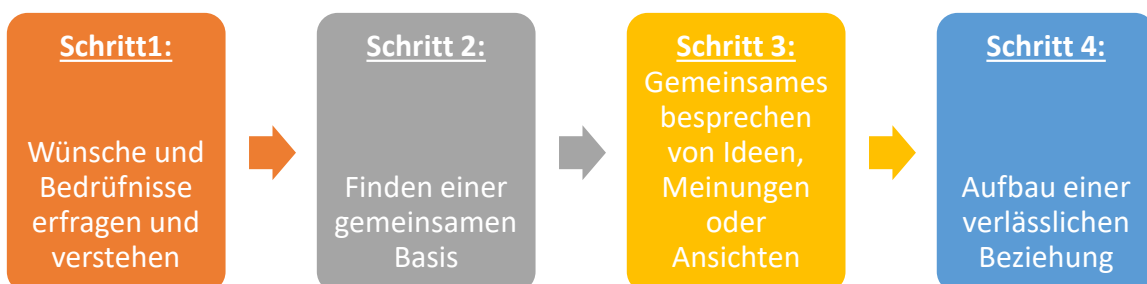
5. Rede nicht dazwischen  
Und vervollständige keine Sätze deines Gegenübers. Dies ist respektlos.
6. Nutze Pausen  
Um das Gesagte zu verstehen oder zu verdauen. Bitte zur Not um eine Pause, um über eine sinnvolle, verwertbare und ernstgemeinte Antwort nachdenken zu können.
7. Belehre nicht!  
Ein guter Zuhörer ist an langfristigen, wertschöpfenden und gehaltvollen Gesprächen und Lösungen interessiert. Nicht an schnellen, unüberlegten und übertriebenen Effekten und Aktionen, welche allein dem Ego schmeicheln.
8. Halte selbst mehr die Klappe, als du selbst redest  
Höre mehr zu, als dass du selbst redest. Menschen, welche während eines Gespräches selbst aktiv mehr zuhören, als selbst „On-Air-Time“ zu beanspruchen, werden durchweg als intelligenter, interessanter und sympathischer wahrgenommen.

## Der Kommunikationsprozess

Nachdem wir in Teil 1 geklärt haben das Marketing nichts anderes als Kommunikation ist und nun einen ersten kleinen Überblick erhalten haben, was Kommunikation selbst ist, darüber hinaus erste kleine Ansätze einer guten Kommunikation erhalten haben. Sind wir nun in der Lage zu verstehen, worum es bei einem Marketingprozess (oder dem Kommunikationsprozess) geht. Das erklärte Ziel ist der Aufbau einer Beziehung zu seinen Partnern, mit der Zielsetzung das Gegenüber mindestens zu verstehen und in gegenseitiger Wertschätzung münden sollte.

Ich muss erneut daran erinnern, dass wir an dieser Stelle immer noch nicht von der Entlohnung für die geleistete Arbeit sprechen. Wir sind immer noch sehr weit von diesem Punkt entfernt.

Jedoch sind wir nun in der Lage den Marketingprozess in 4 Schritten darzustellen oder zu beschreiben:



**Achtung:**

Keiner dieser Schritte ist erreichbar oder denkbar, wenn wir mit dem falschen Kommunikationspartner im Informationsaustausch sind. Hierzu schrieb ich einige Artikel zum Thema [„toxische“ Menschen, Kommunikation und Beziehungen.](#)

In Teil 1.3 geht es um die Erlangung von Verständnis des Fotomarktes, um Metakognition und grundlegendes Wissen über „Bedürfnisse, Wünsche und Erwartungen des Menschen“.

Bis dahin wünsche ich euch viel Spaß und immer das richtige Licht

Euer Herr Rausch

Sven Rausch Fotografie  
