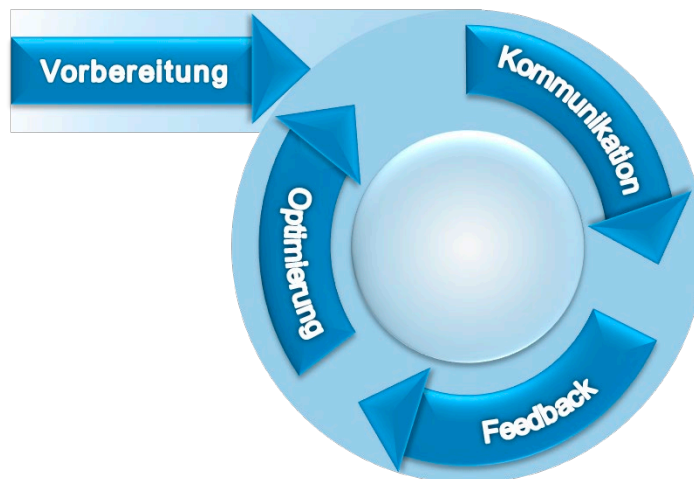


Kommunikationszyklus

Der Zyklus der Kommunikation ist der Verlauf der Weitergabe von Inhalten vom Sender zum Empfänger. Manche gehen davon aus, dass es sich dabei um einen spontanen, unidirektionalen Ablauf handelt. Tatsächlich ist es ein wechselseitiger Austausch. Fruchtbare Verständigung beginnt bereits lange vor und endet nicht mit der Durchführung, sondern erst, nachdem das Ziel zu informieren verwirklicht ist. Der Zyklus wird so oft wiederholt, bis das gewünschte Ergebnis vorliegt.

Die vier Phasen des Zyklus sind Vorbereitung, Kommunikation, Feedback und Optimierung.



- Vorbereitung**
 In der Vorbereitung werden die Inhalte mit möglichst wenig Generalisierungen, Verzerrungen oder Tilgungen gestaltet. Widersprüche und ungewollte Interpretationen werden auf diese Weise auf ein Minimum beschränkt. Die Beschäftigung des Senders mit seiner Botschaft in Form von im Voraus entwickelten Texten oder grafischen Skizzen stärken sein eigenes Verständnis. Gleichzeitig wird die Botschaft an die Perspektiven der einzelnen Zielgruppen angepasst. Dies schafft Platz für spontane Ausdrücke, ohne das die eigentliche Botschaft in Gefahr gerät.
- Kommunikation**
 Die eigentliche Weitergabe wird in Form von Gesprächen, Diskussionen und Veröffentlichungen auf Papier oder virtuell im Internet durchgeführt. Abhängig vom Medium und Publikum können die Aussagen und Aufbereitungen unterschiedlich ausfallen. Auf alle Fälle verbessert das KISS-Prinzip (Keep it short & simple - Mach es kurz und einfach) und die 7plusminus2-Regel (d.h. sich auf zwischen fünf bis 9 Aspekte zu beschränken) die gewünschte Wirkung der Botschaft.
- Feedback**
 Fast jede Botschaft erzeugt promptes Feedback. Die Empfänger bekunden ihre Meinungen mittels Mimik und Gestik, Beifall oder Seufzer und zusätzlich mit eigenen Botschaften. Feedback ist die Chance frühzeitig die Wirkung und Schwachstellen der eigenen Kommunikation zu erkennen. Negativ wird Feedback erst, wenn es fehlt oder ignoriert wird. Aus diesem Grund sollte stets zum Feedback aufgefordert werden.
- Optimierung**
 Auf Basis der Rückmeldungen werden Mängel sichtbar. Dabei kann es sich um schlechte Formulierungen handeln, die fehlende Beachtung der Zielgruppe oder um falsche Annahmen. Diese Fehler sollten bereits bei der Vorbereitung behoben werden. In diesem Schritt werden Schwächen immer wieder korrigiert, bis die Ziele erreicht sind.