

# ECo-C<sup>®</sup>

European communication certificate<sup>®</sup>

[www.eco-c.eu](http://www.eco-c.eu)

## ECo-C Start

Interkultureller Lernzielkatalog 1.2



ECo-C Start // Kommunikation | Selbstmarketing

## Internationaler Bildungsstandard ECo-C European communication certificate

### ECo-C Start: Top zum Job

#### *Der Einstieg in die Welt der Kommunikation*

Sie sind mindestens 15 Jahre oder älter und möchten sich persönlich nach den gewünschten Anforderungen der Arbeitswelt im Bereich der Persönlichkeits-/ Kommunikationskompetenz weiterentwickeln und Ihre erlangten Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen mit einem internationalen Bildungszertifikat nachweisen.

Kenntnisse		Kenntnisse von Fakten, Grundsätzen, Verfahren und allgemeinen Begriffen in Kommunikation und Selbstmarketing.
Fertigkeiten		Mit der ECo-C Start Zertifizierung besitzen Sie kognitive und praktische Fertigkeiten in Kommunikation und Selbstmarketing zur Erledigung von Aufgaben und zur Lösung von Problemen, wobei grundlegende Methoden und Informationen nach dem ECo-C Bildungsstandard ausgewählt und angewendet werden.
Kompetenzen		Sie besitzen grundlegende Kompetenzen in Kommunikation und Selbstmarketing, übernehmen die Verantwortung für die Erledigung von Arbeits- oder Lernaufgaben und sind bereit, bei der Lösung von Problemen das eigene Verhalten an die jeweiligen Umstände anzupassen.
Ausbildung		40 Lerneinheiten inklusive Nutzung des ECo-C E-Learning-/ PRE-Testsystems Die Wissensvermittlung erfolgt - kompetenz-/ lösungsorientiert, - erlebbar und praxisnah auf Grundlage des interkulturellen ECo-C Start Lernzielkataloges.
Abschluss		ECo-C Start Zertifizierungstest (Modul Kommunikation, Modul Selbstmarketing) Onlinetest pro Modul - 45 Minuten - 30 Wissensfragen mindestens 60% Wissensnachweis
Nachweis		Internationales ECo-C Start Zertifikat
Zusatznutzen		Bei 80% Wissensnachweis wird die ECo-C Start Zertifizierung bei der internationalen ECo-C Cert Zertifizierung (Modul Kommunikation, Selbstmarketing) angerechnet.

#### **Haftung**

IPKeurope hat dieses Dokument mit Sorgfalt erstellt, kann aber weder Richtigkeit und Vollständigkeit der enthaltenen Informationen zusichern noch Haftung für durch diese Information verursachte Schäden übernehmen.

In Zweifelsfällen gilt die Version von IPKeurope, veröffentlicht auf [eco-c.eu](http://eco-c.eu) und deren Ländervertretungswebseiten.

#### **Urheberrecht**

liegt bei IPKeurope/KAIPO, Jahr 2012-2020. Dieser Lernzielkatalog darf nur in Zusammenhang mit dem ECo-C Zertifizierungsprogramm von IPKeurope/ECo-C verwendet werden.

Geschlechtsbezogene Aussagen in diesem Lernzielkatalog sind auf Grund der Gleichstellung für beiderlei Geschlechter aufzufassen bzw. auszulegen.

#### **IPKeurope**

Gewerbestraße 5 (Platz der Bildung)  
A-3382 Loosdorf

Tel.: +43(0)676 50 18 254  
E-mail: [praesidium@ipkeurope.org](mailto:praesidium@ipkeurope.org)  
Web: [www.ipkeurope.org](http://www.ipkeurope.org)  
[www.eco-c.eu](http://www.eco-c.eu)

**ECo-C**® European communication certificate®  
[www.eco-c.eu](http://www.eco-c.eu)

## Inhaltsverzeichnis

- Seite 4 Interview mit Leopold Kaiblinger  
(Präsident der ECo-C Foundation IPKeurope)  
Internationaler Bildungsstandard ECo-C: Zertifizierungsstufen

## ECo-C Start Zertifizierung

### Modul Kommunikation

- Seite 5 Grundlagen der Kommunikation  
Arten der Kommunikation  
Nonverbale Kommunikation / Körpersprache  
Kommunikations-Modelle
- Seite 6 Inneres Team  
Missverständnisse / Konflikte vermeiden
- Seite 7 Feedback-Regeln  
Aus Feedback lernen  
Frage-Techniken

### Modul Selbstmarketing

- Seite 9 (Selbst-) Marketing Grundlagen  
Marketing-Begriffe  
Marketing-Grundlagen  
Selbstmarketing-Tipps
- Seite 10 Kreativitäts-Techniken zur Ideen- & Lösungsfindung
- Seite 11 Rhetorik-Grundlagen  
Tipps für Vorträge und Präsentationen

## Man kann nicht nicht kommunizieren!

**Redaktion:** *Wie definieren Sie Kommunikation?*  
**Leopold Kaiblinger:** Kommunikation ist fixer Bestandteil in unserer Gesellschaft und Arbeitswelt. Sie ist der Referenzrahmen für unser Leben.



Leopold Kaiblinger  
 Präsident der ECo-C  
 Foundation IPKeurope

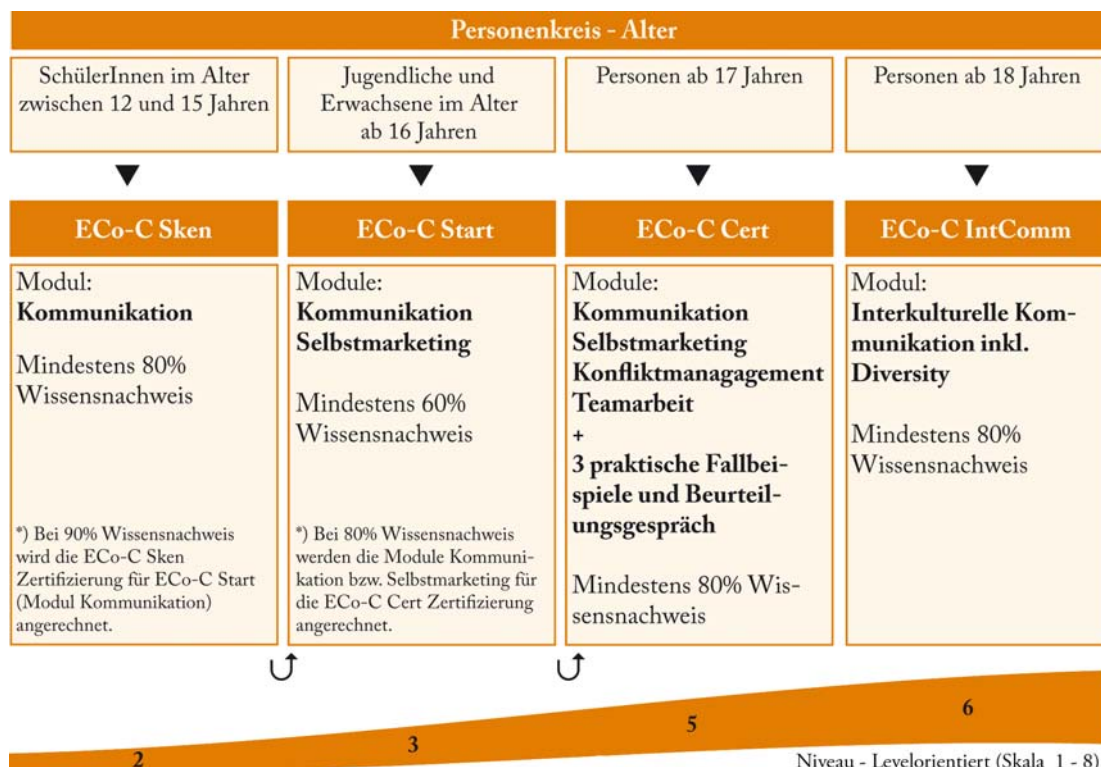
**R:** *Könnten Sie dazu ein Beispiel geben?*

**LK:** Mich hat vor kurzem ein Facharbeiter gefragt: „Welchen Nutzen habe ich, wenn ich die Grundlagen des ECo-C Bildungsstandards kenne?“ Meine Antwort war: Sie bringen wahrscheinlich eine hervorragende Leistung im Job! Durch den Einsatz von verschiedenen Kommunikations-Techniken und Modellen aus dem internationalen ECo-C Bildungsstandard können Sie Ihre Leistungen noch besser gegenüber dem Kunden bzw. Vorgesetzten darstellen. Sie erreichen dadurch eine hohe Kundenzufriedenheit, stärken damit Ihren Arbeitgeber im Wettbewerb. Sie erhöhen Ihre beruflichen Karrierechancen, was sich wiederum positiv auf die Entlohnung auswirkt. Das zufriedene Lächeln meines Gegenübers zeigte mir, dass er es verstanden hatte.

**R:** *Welche Ziele werden mit der ECo-C Initiative verfolgt?*

**LK:** Wir verfolgen sehr wichtige Ziele. Wenn ich eine Reihung vornehmen würde sind die TOP 7 Ziele:

- Erhöhung der Chancengleichheit und bestmögliche Bildung im Bereich der sozialen Kompetenz
- Verbesserung der beruflichen Einstiegs- und Aufstiegschancen am Arbeitsmarkt
- Anerkennung und Wertschätzung durch ein international anerkanntes Zertifikat
- Mobilitäts- / Flexibilitätsverbesserung am Arbeitsmarkt
- Förderung der LLL-Strategie (Life Long Learning)
- Qualitätssicherung im Training bei ECo-C Kursen (Kompetenz- / lösungsorientierter Wissenstransfer)
- Höherqualifizierung von Jugendlichen und Erwachsenen auf europäisches Niveau im Bereich der sozialen Kompetenz.



Modulare kompetenzorientierte und zielgruppengerechte Zertifizierungsstufen. Grundlage: Internationaler Bildungsstandard ECo-C

Niveau - Levelorientiert (Skala 1 - 8)

Kategorie	Wissensgebiet	Wissen / Kompetenzen / Fertigkeiten
<b>Grundlagen der Kommunikation</b>	Kommunikations-Axiome (nach Paul Watzlawick)	Sie kennen das grundlegende Axiom von Paul Watzlawick, wonach man nicht NICHT kommunizieren kann.
	Sender-Empfänger-Prinzip	Sie kennen die Rolle und Bedeutung von Sender und Empfänger im Kommunikations-Prozess.
	Kommunikations-Prozess	Sie kennen die Abläufe im Kommunikations-Prozess (Absicht > ü bersetzen > übermitteln > empfangen > übersetzen > verstehen) und wissen, dass sowohl Sender als auch Empfänger für die einzelnen Schritte verantwortlich sind.
<b>Arten der Kommunikation</b>	Kommunikations-Arten unterscheiden	Sie kennen die wichtigsten Arten von Kommunikation (zwischenmenschliche, nonverbale, verbale, visuelle, computervermittelte, Gruppen-, Massen- und Telekommunikation) und deren Unterscheidungsmerkmale.
<b>Nonverbale Kommunikation / Körpersprache</b>	Ein Blick sagt mehr als 1000 Worte (vgl. Mehrabian-Studie)	Sie wissen, Körpersprache wirkt unmittelbarer als verbale Sprache und bestimmt weitgehend, was beim Gegenü ber hängenbleibt. Anteile laut Mehrabian-Studie: 7 % verbaler Inhalt 93 % Körpersprache (38 % Intonation = Stimme und Tonfall + 55 % nonverbale Signale).
	Kongruenz – Inkongruenz	Sie kennen Bedeutung und Stellenwert von Kongruenz (Übereinstimmung von Aussage/Inhalt und Körpersprache) für das Gelingen von Kommunikation.
	Einfluss-Faktoren	Sie kennen wesentliche Einfluss-Faktoren auf die Körpersprache (Interkultureller, beruflicher, privater Kontext; Geschlecht, Gemütsart ...).
	Wesentliche Elemente	Sie kennen die Elemente der Körpersprache (Körperhaltung, Mimik, Gestik, Blickkontakt, Tonfall, Distanz im Raum, Kleidung) und deren Stellenwert im Kommunikations-Prozess. Sie wissen, dass diese unmittelbarer und stärker wirkt als verbale Sprache.
	Körperhaltung	Sie wissen, dass „der erste Eindruck“ zählt. Dabei beurteilen wir Menschen unbewusst und in Sekundenschnelle, wobei Interpretationen der Körpersprache nicht allgemein gü ltig, sondern nur Vermutungen sind.
	Mimik und Gestik	Sie kennen deren Elemente wie z. B. Augenkontakt, Blickrichtung oder Kopfbewegung.
	Blickkontakt	Sie wissen, dass wohl dosierter Blickkontakt Interesse vermittelt, Vertrauen aufbaut, die Glaubwürdigkeit unterstreicht und die Aufmerksamkeit steigert – zu viel allerdings vereinnahmend wirken kann.
	Kleidung	Sie kennen die Bedeutung von Kleidung als Ausdruck von Persönlichkeit, Gruppen-Zugehörigkeit etc.
<b>Kommunikations-Modelle</b>	Eisberg-Modell	Sie können anhand des Modells die Unterschiede zwischen rationalen und emotionalen Kommunikations-Anteilen bzw. Sach- und Beziehungs-Ebene beschreiben.
	„4-Ebenen-Modell/Quadrat der Nachricht“ (nach Friedemann Schulz von Thun) Die 4 Seiten einer Nachricht:	Sie können das Modell beschreiben, kennen die Bedeutung der 4 Ebenen einer Nachricht (Sachinhalt, Beziehung, Appell, Selbstkundgabe) und können dieses Wissen vor allem im Umgang mit Konflikten nutzen.

Kategorie	Wissensgebiet	Wissen / Kompetenzen / Fertigkeiten
	Sachinhalt	Vermittelt, worüber ich informiere.
	Beziehung	Vermittelt, was ich vom Gegenüber halte.
	Selbstkundgabe- bzw. Selbstoffenbarung	Vermittelt, was ich von mir selbst kundgebe.
	Appell	Vermittelt, wozu ich das Gegenüber veranlassen möchte.
	Nonverbale Signale haben 3 Ebenen	Sie kennen die 3 Ebenen nonverbaler Botschaften im Modell nach Schulz von Thun: - Selbstkundgabe/-offenbarung - Beziehung - Appell
	Mit „4 Ohren“ hören (nach F. Schulz von Thun)	Sie können Kommunikations-Störungen mit Hilfe des Modells analysieren und ge steuern.
	Sach-Ohr	Als sach-ohrige/r EmpfängerIn frage ich mich: Wie ist der Sachverhalt zu verstehen?
	Beziehungs-Ohr	Als beziehungs-ohrige/r EmpfängerIn frage ich mich: Wie redet die/der mit mir? Wen glaubt sie/er vor sich zu haben?
	Selbstkundgabe/Selbstoffenbarungs-Ohr	Als selbstkundgabe-ohrige/r EmpfängerIn frage ich mich: Was ist das für eine/r? Was ist mit ihr/ ihm?
	Appell-Ohr	Als appell-ohrige/r EmpfängerIn frage ich mich: Was soll ich aufgrund der Mitteilung denken, fühlen, tun?
<b>„Inneres Team“</b>	(Selbst-) Klärungs-Modell (nach F. Schulz von Thun)	Sie verstehen die Bedeutung Innerer Team-Mitglieder als Anteile der Persönlichkeit.
	„Innere Stimmen“ als Persönlichkeits-Anteile	Sie können Selbstgespräche, Zweifel, Selbstvorwürfe, Selbstkritik etc. als „Innere Stimmen/Innere Personen“ wahrnehmen und vor allem zur Entscheidungsfindung nutzen.
	Häufige Rollenbilder im „Inneren Team“	Sie kennen typische Rollen im „Inneren Team“ (z. B. MacherIn, ErfinderIn, PerfektionistIn, UmsetzerIn, SpezialistIn, KoordinatorIn, TeamplayerIn, WegbereiterIn, BeobachterIn) und deren Charakteristika.
<b>Missverständnisse/ Konflikte vermeiden</b>	Kommunikations-Tipps für schwierige Gespräche	Sie wissen, wie Missverständnisse und Konflikte entstehen und wie Sie diese entschärfen können.
	Körpersprache beachten	Sie wissen, dass Sie über Körpersprache auch dann kommunizieren, wenn Sie gar nichts sagen.
	Nicht in „Rätseln“ reden	Sie wissen, wie Sie durch bildhafte Sprache, Beispiele, kongruente Aussagen, die richtige Betonung etc. klarer und eindeutiger kommunizieren können.
	„Eindeutig kommunizieren“	Sie wissen, dass Sie über deutliche, klare Sprache explizite Aussagen treffen und versteckte Botschaften vermeiden.
	Wichtiges betonen	Sie wissen, dass Sie mit verbalen und nonverbalen Mitteln (Mimik, Gestik, Tonfall, ...) wichtiges unterstreichen und betonen können.

Kategorie	Wissensgebiet	Wissen / Kompetenzen / Fertigkeiten
	Das Wichtigste wiederholen	Sie wissen, dass gezielte Wiederholung von Kernbotschaften das Gesagte nachhaltiger beim Gegenüber verankert.
	Aktives Zuhören	Sie wissen, was „Aktives Zuhören“ ausmacht und kennen dessen Bedeutung für gelungene Kommunikation – vor allem in Missverständnissen und Konflikten. Sie wissen, was „Aktives Zuhören“ bedeutet (Aufmerksamkeit schenken, Verständnis signalisieren, Interesse am Gegenüber bekunden, ...) und wofür es hilfreich ist.
	Kongruent kommunizieren	Sie wissen, Kongruenz (Übereinstimmung von verbaler und nonverbaler Botschaft) hilft Missverständnisse zu vermeiden.
<b>Feedback-Regeln</b>	Konstruktives Feedback	Sie wissen, „konstruktives Feedback“ ist vor allem: <ul style="list-style-type: none"> <li>- beschreibend statt bewertend</li> <li>- konkret statt pauschal</li> <li>- verhaltensbezogen statt eigenschaftsbezogen</li> <li>- wertschätzend statt herablassend</li> <li>- unmittelbar statt verspätet</li> <li>- realistisch statt utopisch</li> <li>erwünscht statt aufgedrängt</li> </ul>
	Wichtige Feedback-Regeln	Sie kennen die Grundregeln fürs Feedback-Geben und –Annehmen. Geben: <ul style="list-style-type: none"> <li>- möglichst unmittelbar und nur wenn der/ die andere es hören will</li> <li>- so ausführlich und konkret wie möglich</li> <li>- nicht analysieren auf Konkretes beziehen</li> <li>- Wahrnehmungen als Wahrnehmungen mitteilen</li> <li>- positives einschließen</li> </ul> Annehmen: <ul style="list-style-type: none"> <li>- nur wenn man sich dazu in der Lage fühlt</li> <li>- zuhören und ausreden lassen</li> <li>- Ton und Inhalt trennen</li> <li>- Kritik positiv sehen</li> <li>- sich nicht rechtfertigen</li> <li>- ggf. zum Vergleich Feedback von mehreren Personen einholen</li> </ul>
<b>Aus Feedback lernen</b>	Feedback zum „Selbstbild/ Fremdbild-Abgleich“	Sie nutzen Feedback zur Selbstbild-Fremdbild-Abstimmung, können Feedback geben und annehmen und kennen dessen Ziele (Bewusstmachen von Verhaltensweisen zur besseren Selbsteinschätzung).
	Mit Kritik umgehen	Sie können Kritik vertragen, annehmen und positiv zur Weiterentwicklung nutzen. (Selbstanalyse-Fragen: Ist Kritik immer eine Abwertung meiner Leistung? Rege ich mich bei Kritik immer auf? Werde ich nervös und kleinlaut? Fühle ich mich verunsichert und nicht akzeptiert?).
<b>Frage-Techniken</b>	Grundlagen	Sie kennen die Rolle von Fragen im Kommunikations-Prozess, wissen, worauf es beim Fragen ankommt und wie man mit Fragen, Gespräche steuern kann.
	Offene/Geschlossene Fragen	Sie können zwischen offenen (meist „W-Fragen“: Wer/Wann/Wie ...) und geschlossenen Fragen (mögliche Antworten: ja, nein oder vielleicht) unterscheiden und jeweils Beispiele bringen.

Kategorie	Wissensgebiet	Wissen / Kompetenzen / Fertigkeiten
	Frage-Techniken anwenden und unterscheiden	Sie kennen die wichtigsten Frage-Techniken (Informations-, Entscheidungs-, Alternativ-, Suggestiv- Frage, Rhetorische Frage, ...) und können jeweils Beispiele für deren sinnvollen Einsatz bringen.



## Modul Selbstmarketing

Kategorie	Wissensgebiet	Wissen / Kompetenzen / Fertigkeiten
<b>(Selbst-)Marketing-Grundlagen</b>	Begriffs-Klärungen	Sie kennen die wesentlichen Marketing-Begriffe und können diese für Ihr Selbst-Marketing-Vorhaben nutzen.
<b>Marketing - Grundbegriffe</b>	Markt	Sie wissen, Markt ist der Ort, wo Angebot und Nachfrage zusammentreffen.
	Marketing	Sie wissen: Marketing ist ein strategischer Prozess - dient der Differenzierung vom Mitbewerb - zielt darauf ab, Kunden-Bedürfnisse zu befriedigen
	Marke	Sie wissen, Marke ist ein (Waren-)Zeichen, das Angebote (Produkte, Dienstleistungen, Ideen und ggf. auch Personen) voneinander unterscheidbar macht.
<b>Marketing - Grundlagen</b>	Marketing-Mix/Zentrale Aspekte: Die „4 Ps	Sie kennen die Elemente des Marketing-Mix (die „4Ps“: Price/Product/Promotion/Place) und deren optimale Zusammenstellung.
	Price (Preis)	Sie kennen die wesentlichen Maßnahmen der Preis-Politik (Preisbestimmung, Rabatt, Mengenzuschläge, Zahlungs- und Kreditbedingungen, ...).
	Product (Produkt)	Sie kennen die wesentlichen Produkt-Aspekte (Qualität, Stil, Markenname, Verpackung, Größe, Service, Garantie, ...)
	Promotion (Kommunikation)	Sie kennen die wesentlichen Kommunikations-Aspekte (Werbung, Verkaufsförderung, Public Relations/PR, Mundpropaganda,...).
	Place (Distribution)	Sie kennen die wesentlichen Distributions-Aspekte (Vertriebs-Kanäle, Standort, Lagerhaltung, Transport-Möglichkeiten,...).
<b>Selbst-Marketing-Tipps</b>	Tipps & Anregungen	Sie beherzigen Selbstmarketing-Anregungen wie:
	Die richtige Einstellung zählt	Sie können sich positiv auf Ihr Selbstmarketing-Vorhaben einstellen und sich gut verkaufen, indem Sie auf Ihre Talente aufmerksam machen, Motivation, Elan und Begeisterung zeigen, kommunikativ und aktiv auf andere zugehen, authentisch sind und nur versprechen, was Sie halten können.
	Ziele setzen	Sie wissen, wie wichtig es ist, sich realistische und messbare Ziele zu setzen, wenn Sie etwas erreichen wollen – sie bestimmen die Richtung, motivieren und spornen an. Ohne Ziele entstehen Frust und Druck.
	Strategisch angehen	Sie können die Marke ICH gezielt „verkaufen“ (Ziele definieren, den Mitbewerb analysieren, persönliches Stärkeprofil erstellen, Leistungen sichtbar machen, erfolgreich kommunizieren, über Individualität Differenzierung schaffen, ...).
	Chancen wahrnehmen	Sie können Informationen nutzen, nehmen an Meetings teil, pflegen relevante Kontakte, zeigen Interesse und beteiligen sich aktiv am Geschehen.
Initiative zeigen	Sie wissen, Veränderung erfordert Initiative. (Selbstanalyse-Fragen: Bin ich dort, wo ich sein will? Möchte ich mich verändern? Mache ich gerne was ich mache? Wie fühle ich mich nach einem Arbeitstag? Wie spreche ich über meine Arbeit, meine KollegInnen und Vorgesetzten?).	

Kategorie	Wissensgebiet	Wissen / Kompetenzen / Fertigkeiten
	Persönlichkeit zeigen	Sie wissen, dass „Persönlichkeit“ unverwechselbar macht und können diese im positiven Sinne unterstreichen.
	Sich selbst richtig einschätzen (Selbstbild <> Fremdbild)	Sie schätzen sich und Ihre Fähigkeiten richtig ein und reflektieren darüber, wie Sie sich selbst bzw. wie andere Sie sehen. (Selbstanalyse-Fragen: Kenne ich meine Eigenschaften, schätze ich diese? Wie komme ich bei anderen an? Wie würden mich andere beschreiben? Wie wäre ich gern, was kann oder möchte ich verändern?).
	(Selbst)kritikfähig sein	Sie gestehen sich eigene Fehler ein bzw. arbeiten daran. (Selbstanalyse-Fragen: Wie verhalte ich mich, wenn mir Fehler passieren? Vertrage ich Kritik?).
	Authentisch sein	Sie sind sich selber treu, überzeugen durch Offenheit, meinen, was Sie sagen und kennen Ihre Stärken. Sie stehen aber auch zu Ihren Fehlern und arbeiten daran.
	Kompetenz signalisieren	Sie wissen, wodurch Sie Kompetenz ausstrahlen (Fachwissen, Engagement Interesse, Selbstsicherheit, ...).
	Selbstverantwortlich agieren	Sie wissen, dass selbstverantwortlich handeln, Ihre Karriere unterstützt. Sie vertreten Ihre Meinung selbstbewusst, stehen zu Ihren Entscheidungen, Ihrem Tun, gestehen sich Fehler ein und arbeiten daran.
	Stärken stärken - Schwächen schwächen	Sie kennen Ihre Stärken, entwickeln Ihr Potenzial, arbeiten an Ihren Schwächen und respektieren Ihre Grenzen.
	Soziale Kompetenz zeigen	Sie kennen den Stellenwert von sozialer Kompetenz und ihre Elemente (Teamfähigkeit, Wertschätzung, Rücksichtnahme, Offenheit, positives Denken, vermeiden von Wichtigtuerei, Respekt- und Rücksichtslosigkeit,...) und handeln nach dem Grundsatz „Behandle andere so, wie du selbst behandelt werden möchtest!“ – fair, grosszügig und tolerant.
	Lösungen aufzeigen, statt Probleme wälzen	Sie verhalten sich lösungsorientiert (Problem analysieren, statt nach Schuldigen zu suchen, nach vorne schauen, Lösungen erarbeiten und umsetzen).
	Den Horizont erweitern	Sie wissen, dass „lebenslanges Lernen“ Ihre persönliche und berufliche Entwicklung fördert und bilden sich weiter – z.B. durch Fachliteratur, Kurse, Internet, Schulungen oder Persönlichkeitstraining.
	Angenehme Umgangsformen pflegen	Sie beherrschen höfliche Umgangsformen, sind aufmerksam gegenüber Mitmenschen, grüssen, pflegen nach Möglichkeit persönliche Kontakte, sind freundlich und lassen Stress nicht an anderen aus.
	Das passende Outfit wählen	Sie wissen, für den ersten Eindruck gibt es keine zweite Chance. Sie wählen Ihr Outfit dem Anlass entsprechend und unterstreichen Ihren persönlichen Stil.
<b>Kreativitäts-Techniken zur Ideen- &amp; Lösungsfindung</b>	Brainstorming	Sie beherrschen „Brainstorming“ als Basis-Technik zur Ideen-Findung.
	Brainstorming-Regeln	Sie kennen die wichtigsten Brainstorming-Regeln und können sie anwenden. Phase 1: Ideen-Sammlung (jede Idee ist willkommen, Quantität geht vor Qualität, Kritik ist verboten, es gibt kein geistiges Eigentum). Phase 2: Auswertung.

Kategorie	Wissensgebiet	Wissen / Kompetenzen / Fertigkeiten
<b>Rhetorik-Grundlagen</b>	Voraussetzungen	Sie kennen die Voraussetzungen für gekonnte Rhetorik (z. B. Stimmbildung, richtige Betonung und Modulation, angemessenes Sprechtempo, klare Ausdrucksweise, richtige Atmung, ...).
	Rhetorik-Grundlagen	Sie beherrschen die Grundregeln guter Rhetorik: <ul style="list-style-type: none"> <li>- sprich nur so sachorientiert wie nötig</li> <li>- sprich verständlich</li> <li>- sprich möglichst frei</li> <li>- bedenke, der Körper spricht auch</li> <li>- sprich möglichst du-orientiert</li> </ul>
<b>Tipps für Vorträge &amp; Präsentationen</b>	Tipps & Anregungen	Tipps für Vorträge und Präsentationen:
	SMARTe Ziele setzen	Sie kennen die Anforderungen an SMARTe Ziele: <ul style="list-style-type: none"> <li>Spezifisch</li> <li>Messbar</li> <li>Attraktiv</li> <li>Realistisch</li> <li>Terminiert</li> </ul>
	Publikum/Zielgruppe erkunden	Sie wissen, nur wer seine Zielgruppe kennt, kann gezielt formulieren bzw. präsentieren und erkunden im Vorfeld Ihr Publikum (Alter, Geschlecht, Interessen, Erfahrung mit oder Einstellung zu Ihrem Thema, Vorwissen, etwaige Vorbehalte,...).
	Präsentationen inszenieren mit der AIDA-Formel	Sie kennen die Elemente der AIDA-Formel und können Sie für Ihre Inszenierung nutzen: <ul style="list-style-type: none"> <li>A tention &gt; Aufmerksamkeit erzeugen</li> <li>I nterest &gt; Interesse wecken</li> <li>D esire &gt; Wünsche wecken</li> <li>A ction &gt; zum Handeln bewegen</li> </ul>
	Authentisch auftreten	Sie wissen, wie Sie ihre Persönlichkeit optimal in den Vortrag einbringen können.
	Körpersprache gekonnt einsetzen	Sie wissen, was bei Präsentationen unterstützt: <ul style="list-style-type: none"> <li>- kompetent und sympathisch auftreten</li> <li>- mit Blickkontakt Wirkung steigern</li> <li>- mit Gesten unterstreichen</li> </ul>
Auf Einwände richtig reagieren	Am besten: <ul style="list-style-type: none"> <li>- als „normal“ (zum Prozess gehörig) betrachten</li> <li>- positiv reagieren, begrüßen</li> <li>- ernst nehmen</li> <li>- nicht persönlich nehmen</li> <li>- gelassen bleiben</li> <li>- als Chance sehen, Unklarheiten zu beseitigen</li> </ul>	

# ECo-C<sup>®</sup>

European communication certificate<sup>®</sup>  
[www.eco-c.eu](http://www.eco-c.eu)

**05. März Internationaler  
Tag der Kommunikation**



**In einer Welt voller  
Informationen  
kannst du nicht  
nicht kommunizieren.**

## **Persönlichkeit ist gefragt!**

*ECo-C ist eine Initiative von IPK*Europe**