



3x3 communication

Das kleine 3x3 der
Kommunikation

- Ein Leitfaden für Statements, Interviews und Talkshows -

INHALTSVERZEICHNIS

Liebe Leser,
die zweite Auflage des „Kleinen 3x3 der Kommunikation“
übernimmt den bewährten Inhalt der ersten, fügt aber noch
einen Abschnitt hinzu. Er zeigt im Bild, wie Sie Ihre kom-
munikative Haltung vorteilhaft gestalten können. Machen
Sie sich bitte klar, wie wichtig die Optik ist! Das Auge hört,
wenn Sie so wollen, immer mit, ja, das Äußere hat in der
Regel mehr Gewicht als der Inhalt! Sicherlich spielt auch der
Inhalt eine Rolle, und vielleicht sagen Sie sich auch, dass es
Ihnen doch nur um das Vermitteln von Fakten geht. Aber
stimmt das wirklich? Mit den Fakten verbinden Sie doch ei-
nen Wunsch, wie Ihr Publikum sie aufnehmen soll. Sorgen
Sie deshalb dafür, dass dieser Wunsch beim Publikum an-
kommt. Dabei hilft Ihnen vor allem das Äußere.

Viel Erfolg beim Kommunizieren wünscht Ihnen auf allen
Ebenen

Das Team von 3x3 communication

Themengebiete	Seite
Reputation	4
Strategische Kommunikation	5
Facetten der Kommunikation	6
Körperliche Präsenz	8
Stimme	10
Das Wort	12
Statement	14
Umgang mit Journalisten	16
Das Auge liest mit	18
3x3 Techniken für Interviews	24
Sprechen vor der Kamera	26
Alles eine Frage der Einstellung	28
Wohin soll ich schauen?	29
3x3 Rapport	30
Redetipps	32
Atemübungen	34
3x3 Körperscharniere lockern	36
Eine runde Sache	38

REPUTATION

Oberstes Ziel jeder Unternehmenskommunikation ist das Wahren der Reputation, also des Ansehens Ihres Unternehmens in der Öffentlichkeit.

Von der Reputation hängt das „Bürgerrecht des Unternehmens“ ab, also ob es weiterhin frei über seine Zukunft entscheiden kann.

Dieses Bürgerrecht kann die Gesellschaft jederzeit einschränken oder entziehen.

Dies geschieht meistens implizit, ist aber dennoch hochwirksam.

Unternehmenskommunikation ist also immer ein **politischer Vorgang**, bei dem die **Fakten** zwar eine Rolle spielen, jedoch eine **Nebenrolle**.

Die **Hauptrolle** spielt die **Wahrnehmung**!

STRATEGISCHE KOMMUNIKATION

Oberstes Ziel eines Unternehmens ist nicht Gewinn, nicht Gewinnung von Marktanteilen, sondern das Überleben. Die Unternehmenskommunikation muss das **Überleben** des Unternehmens sichern helfen.

Sie muss die Strategie des Unternehmens verdeutlichen. Sie muss die Öffentlichkeit davon überzeugen, dass die Tätigkeit des Unternehmens **gesellschaftlich nützlich** und **auf Dauer angelegt** ist.

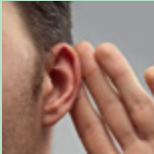
FACETTEN DER KOMMUNIKATION

Kommunikation hat immer ein Ziel:
das Publikum erreichen.

Worauf achtet Ihr Publikum?



Zu **55%** auf Ihre körperliche Präsenz.



Zu **38%** auf Ihre Stimme.



Und nur
Zu **7%** auf den Inhalt Ihrer Worte.

Kommunikation ist die Brücke für Ihre Botschaft.
Deshalb: Kommunizieren Sie ganzheitlich!



55%
Optik

38%
Stimme

7%
Inhalt

KÖRPERLICHE PRÄSENZ

Ihr Publikum schenkt **55%** seiner Wahrnehmung Ihrem optischen Auftritt.

Ihr Körper spricht Bände. Sind Sie ausgeschlafen, fit, aufmerksam, offen für das Gespräch? Oder sind Sie aufgeregt und angespannt? Ihr Muskeltonus, Ihre Haltung, Ihr Blick, Ihre Gesten verraten es.

Auf einige Aspekte der Körpersprache können Sie selbst achten:

- ▲ Lächeln Sie?
- ▲ Wenden Sie sich Ihrem Gegenüber zu?
- ▲ Suchen Sie Blickkontakt?

Für einen guten Grundtonus können Sie im Vorfeld sorgen:

- ▲ Schlafen Sie ausreichend vor einem wichtigen Termin.
- ▲ Trinken Sie am Vortag 2-3 Liter Wasser.
- ▲ Sport beeinflusst Ihre Haltung positiv.
- ▲ Lockern Sie Ihre „Körperscharniere“, vgl. S. 36/37

Ihre Erscheinung prägen Sie selbst:

- ▲ Die Kleidung: nicht zu eng, nicht zu bunt.
- ▲ Die Schuhe: gepflegt und gerne hochwertig.
- ▲ Die Haare: eine Woche vorher zum Friseur.
- ▲ Die Hände und die Nägel: Achten Sie darauf! Alle anderen tun es auch...



STIMME

Ihr Publikum nimmt Sie zu **38%** über Ihre Stimme wahr.

Betrachten Sie Ihre Stimme als Musikinstrument. Sie können sie laut oder leise einsetzen, dunkel oder hell klingen lassen, schnell oder langsam sprechen. Und Sie können schweigen. An der richtigen Stelle eingesetzt, sorgt nämlich eine Pause für Spannung und Aufmerksamkeit.

Die Stimme ist ein „Blasinstrument“. Sie braucht Atemluft.

- ▲ Tragen Sie bequeme Kleidung.
- ▲ Atmen Sie bis in den Bauch.
Weitere Atemübungen auf S. 34/35
- ▲ Trinken Sie keine Milch vor dem Auftritt, das verklebt die Stimmbänder.

Trainieren Sie Ihre Stimme an den Tagen vor Ihrem Auftritt:

- ▲ Singen Sie (z.B. unter der Dusche).
- ▲ Lesen Sie laut und setzen Sie Betonungszeichen.
- ▲ Lockern Sie Ihren Kiefer, vgl. S. 36/37.

Sprechen Sie zu schnell?

Dann benutzen Sie die **KONSONANTENBREMSE**: betonen Sie jeden Konsonanten einzeln.

Neigen Sie zum Nuscheln?

Verwandeln Sie Ihre Lippen in ein **VOKALTOR**: Bringen Sie jeden Vokal zum Klingeln. Das lässt sich wunderbar üben mit der Vokalkette A-E-I-O-U.



DAS WORT

Dem eigentlichen Inhalt Ihrer Botschaft schenkt Ihr Publikum nur **7%** seiner Aufmerksamkeit. Gerade deshalb sollten Sie jedes Wort gut wählen!

Überlegen Sie sich genau, was Sie sagen wollen. Was soll sich Ihr Gegenüber merken?

Das Herzstück jeder Kommunikation ist die Kernbotschaft. Sie fasst Ihre Geschichte in einem Satz zusammen.

So müssen Kernbotschaften sein:

- ▲ klar
- ▲ kurz
- ▲ positiv
- ▲ schlüssig
- ▲ glaubwürdig

Kernbotschaften strukturieren Statements und Reden. Sie helfen bei Interviews und in jedem Gespräch.

Kernbotschaften betreffen den Kern, also das Allerwichtigste. Es lohnt sich, sie sorgfältig zu erarbeiten, schriftlich auszuformulieren und sie sich dann laut vorzusprechen und sie auswendig zu lernen.



STATEMENT

KISS. Keep it short and simple

Die Faustregel lautet:

Ein Statement sollte kürzer als eine Minute sein!



Ein klassisches Statement besteht aus fünf „Einheiten“:

- ▲ Eine Kernbotschaft
- ▲ Drei Argumente, Fakten oder Zahlen
- ▲ Ein „ceterum censeo“, also eine Abwandlung der Kernbotschaft als Abschluss

Sie dürfen mehr als drei Argumente verwenden, um Ihre Kernbotschaft zu untermauern. Mehr als fünf Argumente sprengen jedoch in der Regel den zeitlichen Rahmen.

Packen Sie Ihre Botschaft in eine Geschichte!

Bilder, Emotionen, alltagstaugliche Vergleiche, Zwischenmenschliches, scheinbare Widersprüche prägen sich gut ein. Mit ihnen lassen sich Botschaften leichter transportieren.

Beispiel:

„Mein Großvater ging noch ins Lichtspielhaus, um bewegte Bilder zu sehen. Heute passt das Kino in die Hosentasche. Die Videokarte macht es möglich.“

UMGANG MIT JOURNALISTEN

Vorsicht! Wenn sich ein Journalist an Sie wendet, informieren Sie immer Ihre Pressestelle! Geben Sie Interviews nur nach Rücksprache!

Schützen Sie Ihre Unternehmensinterna!

Vorbereitung auf ein Interview:

- ▲ Bereiten Sie sich stets auf ein Interview vor: Erstellen Sie gemeinsam mit Ihrer Pressestelle ein Konzept.
- ▲ Fragen Sie Ihre Pressestelle, den Journalisten, sich selbst: Was will der Journalist wissen?
- ▲ Visualisieren Sie das Gespräch und spielen Sie es im Geiste durch: Welche Themen haben Neuigkeitswert? Welche Themen bergen Risiken für Ihr Unternehmen oder aber Chancen für einen Imagegewinn? Welche Fragen könnten Unternehmensinterna betreffen?
- ▲ Erarbeiten Sie Kernbotschaften.
- ▲ Erstellen Sie eine Agenda: Definieren Sie ein bis zwei Kernbotschaften, die Sie auf jeden Fall unterbringen wollen.

- ▲ Schaffen Sie Raum für frische Luft: Atmen Sie mehrfach stoßweise tief aus.
- ▲ Dehnen Sie Kiefer, Nacken, Schulter, Brustkorb, Ellenbogen, Hände, vgl. S. 36/37.
- ▲ Freuen Sie sich auf das Gespräch!

Im Interview:

- ▲ Nehmen Sie den Journalisten wahr und ernst!
- ▲ Antworten Sie auf die erste Frage nicht zu kurz, damit das Gespräch in Gang kommt.
- ▲ Sprechen Sie für das Unternehmen, bleiben Sie im Rahmen Ihrer Aufgabe.
- ▲ Sagen Sie unbedingt die Wahrheit – aber nicht unbedingt die ganze.
- ▲ Sie dürfen im Interview langweilen, wenn Thema und Sprachregelung es erfordern.
- ▲ Korrigieren Sie Fehler in der eigenen Aussage sofort. Gleiches gilt auch für falsche Darstellungen des Journalisten über Ihr Unternehmen.
- ▲ Wehren Sie hypothetische und spekulative Fragen ab.
- ▲ Reißen Sie keine Witze, provozieren Sie nicht.
- ▲ Bleiben Sie unbedingt „on message“!

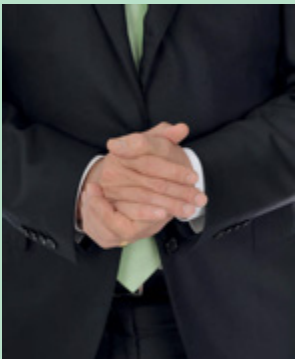
Ihr Publikum spürt, ob Sie echt sind. Seien Sie ehrlich und authentisch!

DAS AUGE LIEST MIT

Vorteilhafte und nachteilige Optik.



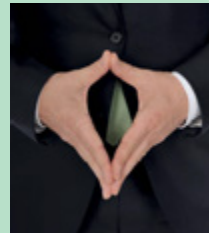
So betreten Sie die Bühne:
Verbindlich, entspannt, den
Blick zum Publikum.



Im Ruhezustand liegen die
Hände locker ineinander.



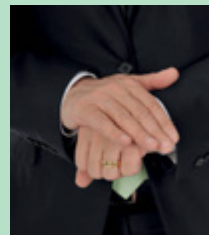
Die „Kanzlerraute“ wirkt dagegen
steif.



Die gespreizten Hände hemmen eine
natürliche Gestik.



Der „kraftvolle Dynamiker“ kann un-
gewollt bedrohlich wirken.



Die geballte Faust verkörpert Tatkraft,
aber auch Gewalt.



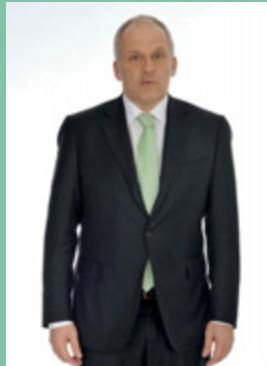
Die „Krampfhaltung“ lässt Souveränität und Verbindlichkeit vermissen.



Eine Hand in der Hosentasche wirkt ambivalent: mal locker, mal unsicher.



Beide Hände in den Hosentaschen: meistens zu lässig.



Beide Arme schlaff herabhängend: „Ich bin hilflos“.



Eine sparsame, entspannte Gestik unterstreicht Ihre Ausführungen. Die Hände bleiben zwischen Brustbein und Nabel.



Bei Präsentationen immer die Zeigehand zum Material, so bleiben Sie zum Publikum offen.



Ohne die Augen wirkt ein Lachen meist glanzlos.



Eine falsch stehende Anzeige dagegen zwingt Sie, sich abzuwenden.



Nur, wer „durch die Augen lacht“, lacht überzeugend - und ansteckend!

3x3 TECHNIKEN FÜR INTERVIEWS

Die drei Klassiker



- ▲ **Bridging** - eine Brücke zur Kernbotschaft bauen.
Beispiele: „Worauf es ankommt, ist...“, „Zutreffend/richtig, ist...“, Was ich sagen kann, ist...“



- ▲ **Flagging** - eine Kernbotschaft ankündigen.
Beispiele: „Wichtig ist, dass...“, „Entscheidend ist, dass...“, Besonders betonen möchte ich, dass...“



- ▲ **Hooking** - einen Köder für den Journalisten auslegen.
Beispiele: „In den Medien noch unbekannt ist...“, „Unbekannt/ein Geheimnis ist bislang noch.“, „Erst in einigen Wochen werden wir offiziell...“, „Noch niemand hat bislang herausgefunden, warum ...“, „Sie wären der Erste, der...“

Die drei NEINs



- ▲ **Stopp** – „Im Gegenteil“ / „Nein“ / „Sicher nicht.“
- ▲ **Block** – „Bitte haben Sie Verständnis...“
- ▲ **Ignorieren**

Die drei Extras



- ▲ **Halse** - einen Umschwung herbeiführen.
Beispiele: „Gerade weil...“, „Von der Seite der ... aus betrachtet, ergibt sich...“
- ▲ **Headlining** - die Schlagzeile liefern.
Beispiele: „Die eigentliche Nachricht lautet: Kernbotschaft...“, „XY schützt/schafft Arbeitsplätze!...“
- ▲ **Gegenfrage** - den Spieß umdrehen.
Beispiele: „Wie würden Sie denn entscheiden, ...“, „Was wäre denn Ihr Ansatz?“, „Darf ich die Frage an Sie stellen?“, „Wie haben denn Sie als Medienvertreter diese Entwicklung wahrgenommen?“

SPRECHEN VOR DER KAMERA

- ▲ Lächeln, lächeln, lächeln!
- ▲ Positionieren Sie sich vor der Kamera: in Augenhöhe der Linse, Füße stabil und gerade nebeneinander, Hände entspannt und unverschränkt vor dem Unterbauch. Die Hosentaschen bleiben leer.
- ▲ Warten Sie auf das Kommando des Kameramannes: „...und bitte!“
- ▲ Visualisieren Sie Ihr Publikum, das Sie durch die Kamera erreichen wollen.
- ▲ Machen Sie sich klar, dass Sie eine gute Nachricht überbringen.
- ▲ Denken Sie an den Nutzen für Ihre Organisation.
- ▲ Flirten Sie mit der Kamera.
- ▲ Lächeln Sie weiter, wenn Sie fertig sind, solange bis der Kameramann mit einem „Danke!“ abwinkt.

Tipps für ein gepflegtes Äußeres:

- ▲ Auch Männer benötigen vor der Kamera Puder, damit die Haut nicht glänzt. Fragen Sie den Kameramann, ob die Einstellung so passt oder ob Sie Haare und Haut noch einmal überprüfen sollten. Er hilft Ihnen gerne!
- ▲ Frauen dosieren Makeup, Schmuck und Accessoires. Stets korrekt ist Hosenanzug oder Kostüm mit nicht zu kurzem Rock in gedeckten Farben.
- ▲ Für Männer empfiehlt sich als Schmuck nur eine Uhr und ein Ehe- oder Siegelring.
- ▲ Der Anzug ist das wichtigste Modestatement der Männer: Für schlanke Figuren empfiehlt sich ein Zweiknopf-, für stärkere ein Dreiknopfsakko, dazu ein passendes, stets langarmiges Hemd und eine gerade gebundene Krawatte mit dezentem Muster. Das Sakko schließt man beim Aufstehen und öffnet es, wenn man sich hinsetzt. Der unterste Knopf bleibt immer offen.

Für alle gilt:

- ▲ Männer und Frauen sollten bei Aufnahmen im Sitzen darauf achten, Kniestrümpfe statt Socken unter der Hose zu tragen, damit kein (haariges) Bein freigelegt wird.
- ▲ Eine Woche vor dem geplanten Kameraauftritt bitte zum Friseur.

ALLES EINE FRAGE DER EINSTELLUNG



Die Kamera kann Sie gut oder schlecht aussehen lassen. Lassen Sie sich deshalb auf dem Display der Kamera zeigen, wie Sie ins Bild gesetzt werden.

Achten Sie auf

- ▲ Gegenlicht. Lassen Sie sich nicht vor einem Fenster aufnehmen. Falls die Blende schlecht gewählt ist, liegt Ihr Gesicht im Dunkeln.
- ▲ Reflexionen im Hintergrund. Holz- oder steinvertäfelte Wände reflektieren häufig Licht und irritieren dann den Zuschauer.
- ▲ Eine „sichere Wand“. Gut ist ein ruhiger, gerne einfarbiger Hintergrund, z.B. eine graue Wand.

WOHIN SOLL ICH SCHAUEN?

Interview: zum Gesprächspartner

Zeichnet die Kamera ein Interview auf, dann schauen Sie bitte **IMMER** Ihren Gesprächspartner an und blicken nicht in die Kamera.

Statement: in die Kamera

Wird nur ein Statement aufgezeichnet, oder werden Sie von einem Außenstudio zugeschaltet, blicken Sie bitte direkt in die Kamera.

Grundregel: Bei einer Blickrichtung bleiben!

Schauen Sie nicht abwechseln in die Kamera und zu Ihrem Gesprächspartner. Das lässt Sie suchend und orientierungslos wirken.

Lassen Sie Ihre Kommunikationsabteilung darauf achten,

- ▲ wie Sie vor der Kamera stehen,
- ▲ ob Ihre Kleidung sitzt,
- ▲ ob Ihre Stirn glänzt und gepudert werden muss.
- ▲ dass Sie an freundliches Gesicht machen,
- ▲ dass Sie stehen bleiben, bis die Kamera ausgeschaltet ist.

3x3 RAPPORT

Kommunikation setzt Rapport voraus, also ein Verhältnis zu Ihren Zuhörern. Das bauen Sie auf, indem Sie sich für sie interessieren.

Fragen Sie sich:

- ▲ Wer ist mein Publikum?
- ▲ Warum ist es hier?
- ▲ Was bewegt es? Wovor hat es Angst?
- ▲ Was kann ich für es tun?
- ▲ Welche Sprache spricht es?
- ▲ Wie kann ich es am besten erreichen?
- ▲ Welche Aufgabe habe ich?
- ▲ Wozu will ich es bewegen?
- ▲ Was könnte das verhindern?

Jede Antwort hilft Ihnen, Rapport aufzubauen und damit die Brücke zwischen sich und dem Publikum zu verstärken.



REDE TIPPS

Frühzeitige Vorbereitung

Fürs Reden Schreiben: Die Zuhörer haben nur eine Chance, Ihren Text zu verstehen!

- ▲ Kurze Sätze
- ▲ Starke Verben
- ▲ So wenig Fachjargon wie möglich.
- ▲ Klare Struktur: Stringenz erleichtert das Verständnis
- ▲ Wichtiges wiederholen: die zentrale Botschaft am Anfang und erneut am Ende platzieren.

Möglichst große Passagen frei halten.

- ▲ Merkwörter im Redetext unterstreichen.
- ▲ Wegweiser einprägen.
- ▲ Rede mehrfach laut vor einem Testpublikum halten.
- ▲ Reaktionen berücksichtigen: Unklarheiten bereinigen, Langatmiges kürzen, Interessantes hervorheben.

Tipp

Halten Sie sich an das, was Martin Luther Rednern riet:
„Tritt fest auf, mach's Maul auf, hör bald auf!“

Am Tag davor

- ▲ Ausreichend trinken, um den Organismus zu stärken.
- ▲ Ausreichend bewegen.
- ▲ Rapportfragen durchgehen, vgl. S. 30
- ▲ „Wegweiser“ erneut einprägen.
- ▲ Garderobe überprüfen, vgl. S. 8/9
- ▲ Ausreichend schlafen

Am Tag der Rede

- ▲ Einige Stunden zuvor nur noch wenig trinken
- ▲ Auf keinen Fall Milch trinken (verklebt die Stimmbänder)
- ▲ Rede als Weg visualisieren: Was ist mein Ziel? Wo stehen meine „Wegweiser“? Vor wem spreche ich?

5 Minuten zuvor

- ▲ Stoßweise ausatmen, um in der Lunge Raum für Frischluft zu schaffen.
- ▲ Kiefer dehnen.
- ▲ Weitere Entspannungsübungen, vgl. S. 34/35
- ▲ Die Situation bejahen: Freuen Sie sich auf Ihr Publikum!

ATEMÜBUNGEN

In der Lunge Raum schaffen für Frischluft: Hände vor der Brust falten und sechsmal *stoßweise ausatmen*.

- ▲ **6 x** Arme vor der Brust ausstrecken und zu den Seiten öffnen (ausatmen) und wieder schließen (einatmen).
- ▲ **6 x** Arme am Körper hängen lassen, über die Seiten gen Himmel ziehen (einatmen) und wieder absenken (ausatmen).
- ▲ **6 x** Arme am Körper hängen lassen. Rechten Arm am rechten Ohr entlang nach oben über den Kopf strecken (einatmen), anschließend wieder absenken und „ins Lot“ kommen (ausatmen).
- ▲ **6 x** Arme am Körper herunterhängen lassen. Linken Arm am rechten Ohr entlang nach oben über den Kopf strecken (einatmen) und wieder absenken (ausatmen).
- ▲ **6 x** Oberkörper samt den Armen nach vorne fallen lassen (ausatmen) und wieder aufrichten (einatmen).

Hände, Arme, Oberkörper ausschütteln.
Beine ausschütteln.

Tipp

Die Bauchatmung lässt sich besonders gut im Liegen trainieren: Hände auf den Bauch und tief ein- und ausatmen. Spüren Sie, wie sich Ihre Bauchdecke hebt und senkt? Wie intensiv schaffen Sie die Übung?

Allgemein gilt: Je besser Ihre Bauchmuskeln trainiert sind, desto besser wird Ihre Bauchatmung, desto seltener kommen Sie in Atemnot.



3x3 KÖRPER- SCHARNIERE LOCKERN

- ▲ Kiefer, Nacken, Schultern
- ▲ Brustkorb, Ellenbogen, Hände
- ▲ Hüfte, Knie, Füße

Je entspannter Ihr Auftreten, desto besser kommunizieren Sie. Ihre körperliche Präsenz wirkt sympathischer, Ihre Stimme voller. Lockern Sie dazu Ihre „Körperscharniere“.

- ▲ Kiefer: Gähnen, Kauen, Lippen aufeinanderpressen, Ober- und Unterkiefer hin- und herschieben.
- ▲ Nacken: vorsichtig zu den Seiten pendeln.
- ▲ Schultern: abwechselnd heben und senken, kreisen, Richtung Schulterblätter ziehen.
- ▲ Brustkorb: extremes Einatmen, gerne unterstützt durch Öffnen der Arme.
- ▲ Ellenbogen: Ellenbogen am Körper entlang nach vorne bringen und anschließend Richtung Rücken ziehen.
- ▲ Hände: im Handgelenk kreisen und die Finger tanzen lassen, in der Luft dirigieren.

- ▲ Hüften: hin- und herschieben, kreisen, ein ∞ nachzeichnen.
- ▲ Knie: eine imaginäre Nuss zwischen die Knie klemmen und knacken.
- ▲ Füße: im Sprunggelenk kreisen, auf den Ballen gehen, auf die Fersen stellen.

Die Übungen funktionieren sowohl im Sitzen als auch im Stehen. Wählen Sie die Bewegungen, die Ihnen am meisten Entspannung verschaffen.



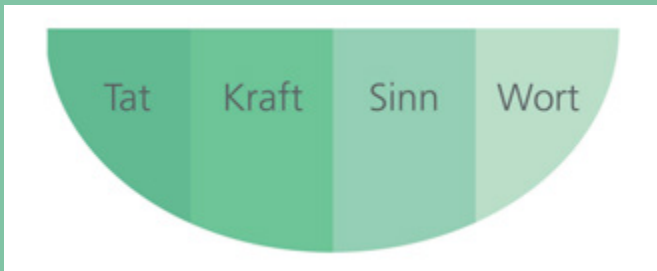
EINE RUNDE SACHE

Kommunikation ist im besten Fall ein Kreislauf.

Aktion:



Reaktion:



Goethe, Faust I

= Interaktion

Je besser Sie die Facetten der Kommunikation kennen und beherrschen (Körper, Sprache, Wort), desto besser nehmen Sie auch die eigentliche Botschaft Ihres Gegenübers wahr und können darauf reagieren. Je runder der Kommunikationskreislauf, desto empathischer und intensiver wird der Austausch, desto mehr wächst das gegenseitige Verständnis.

Das gilt für den Dialog, das Interview, die Gesprächsrunde, den Fragen- und Antwortenpart im Anschluss an einen Vortrag ebenso wie für die Talkshow – und allgemein für jede Lebenssituation.

Gute Kommunikation bedeutet Erfolg – im Beruf und im Privaten.

Viel Freude beim Kommunizieren wünscht Ihnen

Das Team von 3x3 communication

NOTIZEN

EXZELLENZ IN DER KOMMUNIKATION

3x3 communication coacht Führungskräfte internationaler Unternehmen für Kommunikation auf höchstem Niveau. Spezialisierte Trainings bereiten auf Auftritte im Krisenfall vor. Individuelle Coachings optimieren Inhalt, Form und persönlichen Auftritt bei Präsentationen - ob auf Deutsch, Englisch oder in einer anderen Geschäftssprache.

So haben Kunden geurteilt:

„... mit Abstand das beste Training, das ich in diesem Jahrhundert besucht habe.“

Dr. Stefan Brungs, Mitglied des Vorstandes
Bugatti Automobiles S.A.S.

„Uns gefällt, wie Adrian Dunskus Kompetenzen aus drei Bereichen einbringt, nämlich dem Journalismus, der Unternehmenskommunikation und dem Coaching.“

Andreas Meurer, Leiter Unternehmenskommunikation
Volkswagen Nutzfahrzeuge

„3x3 communication coacht regelmäßig Mitglieder unserer Geschäftsführung für den Auftritt vor der Kamera. Wir schätzen dabei einerseits die Systematik, andererseits die Fähigkeit, an Sprachtexten zu feilen.“

Götz Wenker, Vorsitzender der Geschäftsführung
Swiss Life Select Deutschland GmbH

„Wir arbeiten seit Jahren mit Adrian Dunskus zusammen und schätzen an ihm, wie er journalistische Expertise mit eigener Erfahrung als Unternehmenssprecher verbindet. Bei unseren internationalen Kunden bringt er darüber hinaus seine Mehrsprachigkeit sehr vorteilhaft ein und verhilft so Coachingteilnehmern auf Deutsch, Englisch und Französisch zu erfolgreichen Auftritten vor der Kamera.“

Julia Schäfer, Vice President
Emanate Relevance Marketing & PR, München

„Adrian Dunskus versteht es sehr gut, griffige Formulierungen zu finden, die dennoch zu den strategischen Kernbotschaften des Unternehmens und zu seiner Kommunikationskultur passen.“

Silvio Schindler, Leiter Audi Consulting
Audi AG

DIE AUTOREN



Adrian Dunskus, Inhaber von 3x3 communication, ist 1959 in Urbana im US-Bundesstaat Illinois geboren und wuchs in Frankreich, Großbritannien, Deutschland und Japan auf. Nach einer Ausbildung zum Bankkaufmann studierte er Volkswirtschaftslehre an der Universität München und arbeitete nach der Diplomprüfung zehn Jahre lang in der Hörfunkredaktion Wirtschaft des Bayerischen Rundfunks und von 1997 bis 2002 als Kommunikationsberater bei Viag Interkom.

Seit 2002 ist er selbständiger PR-Berater. Seine Kunden kommen vor allem aus den Branchen Automobil, Telekommunikation und Finanzen.



Susanne Pfaller, Inhaberin von 3x3 communication, ist 1965 im bayerischen Eichstätt geboren. Nach einem Zeitungs- und einem Rundfunkvolontariat studierte sie in Regensburg Rechtswissenschaften und schloss mit dem Zweiten Staatsexamen ab. Seit 1996 arbeitet Susanne Pfaller für den Bayerischen Rundfunk, zuerst als Reisereporterin, Moderatorin und Redakteurin. Seit 2007 verantwortet sie das Korrespondentenbüro des Bayerischen Rundfunks für die Region Ingolstadt.

2012 erwarb sie nach einer Zusatzausbildung den Titel PR-Fachwirtin DPRA.

DAS PASSENDE COACHING

Wie erreicht meine Botschaft die Menschen? Die Mitarbeiter, die Investoren, die Journalisten, die Kunden? Diese Frage beschäftigt Sie, weil Sie Ihr Unternehmen täglich präsentieren. Diese Frage beschäftigt auch uns, denn 3x3 communication will Ihnen dabei helfen.

Das Team von 3x3 communication kennt die PR- und Medienwelt und hat zudem jahrelange Erfahrung in der Beratung. Wir bieten Coachings für Video, Audio und Text auf Deutsch, Englisch und Französisch. In diesen drei Sprachen erarbeiten wir mit Ihnen für Sie Interviews, Statements und Präsentationen. Coachings von 3x3 communication stellen sicher, dass Sie Ihr Publikum persönlich erreichen. Neben dem Basistraining bieten wir spezialisierte Formate, die auf Ihre individuellen Bedürfnissen eingehen.

- ▲ Strategieorientierte Krisenkommunikation
- ▲ Fürs Sprechen schreiben
- ▲ Fit für die Talkshow
- ▲ Change Management – Wandel kommunizieren
- ▲ Als Team überzeugen

TEAMBUILDINGS

Ihre Mitarbeiter müssen sich als Mannschaft neu aufstellen? Wir sorgen dafür, dass man das sieht und hört. Unsere Teambuildings bringen Ihre Mitarbeiter dazu, sich gegenseitig als Teil einer Mannschaft wahrzunehmen und dafür die richtigen Worte zu finden.

Ihre Mitarbeiter lernen

- ▲ in Wortwahl, Stimme, Körperhaltung, Mimik und Gestik zu überzeugen;
- ▲ strategiekonforme Botschaften zu entwickeln, die vor der Kamera gut „funktionieren“;
- ▲ im Team und als Team zu kommunizieren.

Für Spitzenkräfte: Einzeltrainings

Führungskräften in herausgehobener Stellung und Unternehmensvertretern, die besondere kommunikative Aufgaben zu bewältigen haben, bieten wir vollständig individualisierte Sitzungen an, die zwei unserer Senior-Coaches gestalten.



3x3 communication

Adrian Dunskus
Schleiferweg 8
85276 Pfaffenhofen an der Ilm
Deutschland

Tel +49 (0) 84 41/400 91 30
info@3x3communication.com
www.3x3communication.com

2. Auflage

© 3x3 communication - Adrian Dunskus