

Planungs- und Kommunikationstechniken

1. **Man spricht von 4 Botschaften einer Nachricht. Welche sind das? Geben Sie je ein Beispiel!**

Sachinformation: Ich habe dich 5x angerufen

Appell: Ruf doch von dir aus an.

Beziehung: Wo treibst du dich rum? Du bist mir wichtig.

Selbstoffenbarung: Ich bin sauer, dass du nicht bei mir angerufen hast.

2. **Kommunikation kann nur gelingen, wenn die Bedürfnisse des Menschen gesichert sind.**

- a. **Wie heißt das Modell der Psychologie zu dem Aufbau der Bedürfnisse des Menschen?**

Maslow - Pyramide

- b. **Welche Bedürfnisse sind das?**

Grundbedürfnisse

Sicherheits- und Schutzbedürfnisse

Soziale und Zwischenmenschliche Bedürfnisse

Ich-Bedürfnisse

Selbstverwirklichung

3. **Was sollte man bei einem Kritikgespräch beachten? Geben Sie mindestens 3 Tipps.**

Keine Pauschalisierung

Sachlich

Konkret

Nicht aggressiv werden

4. **Welche Möglichkeiten der Einwandbegegnung kennen Sie?**

- Die bedingte Zustimmung

- Die Nachteil-Vorteil-Methode

- Die Umformulierungsmethode

- Die Verzögerungstaktik

5. **Welche 4 Flügel stellt das Johari - Fenster dar?**

- a. **Beschreiben Sie diese.**

A Bereich des freien Handelns	B Bereich des „Blinden Flecks“
C Bereich des Verbergens Einem selbst bekannt	D Bereich des Unbewußten Einem selbst nicht bekannt

Dem Anderen bekannt

Dem Anderen nicht bekannt

b. Welche zentrale Aussage über die Zielrichtung menschlichen Handelns im sozialen Bereich macht das Johari-Fenster?

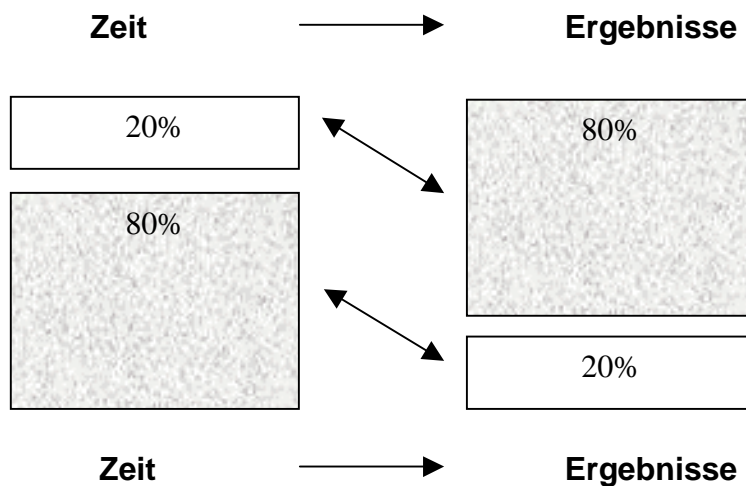
Freies Handeln (A) im sozialen Raum vergrößern durch Feedback und Information.

6. Wie setzt man nach dem Eisenhower-Prinzip Prioritäten? Nennen Sie die Kriterien.
Nach Wichtigkeit und Dringlichkeit:

7. Wie sind A-B-C-D Aufgaben nach dem Eisenhower-Prinzip definiert und wie wird je nach Aufgabentyp mit der Zeitplanung umgegangen? (2x2 Matrix)

A- Aufgaben: sofort tun	B- Aufgaben: Terminieren
C- Aufgaben: Delegieren	Papierkorb

8. Was bedeutet das Pareto - Prinzip? Erläutern Sie es verbal und grafisch.



9. Geben Sie ein Beispiel.

20% der Kunden bringen 80% des Umsatzes
20% der Besprechungszeit bewirken 80% der Beschlüsse