



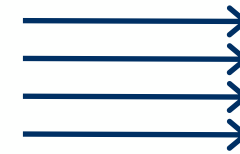
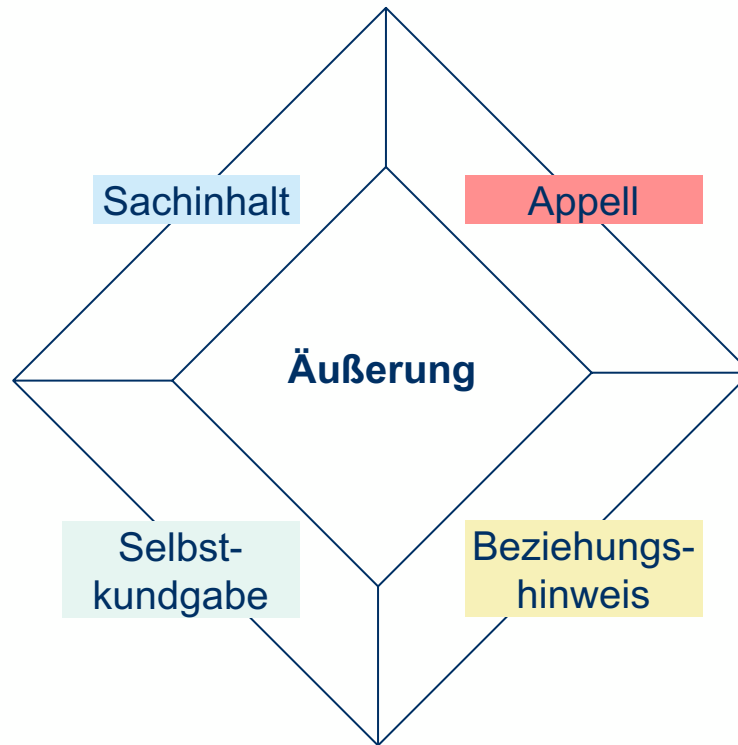
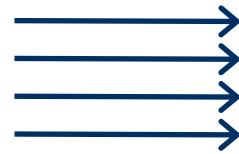
OPEN GOVERNMENT
ACADEMY

Kommunikationsquadrat nach Friedemann Schulz von Thun

Kommunikationsquadrat nach Friedemann Schulz von Thun

Wenn ich als Mensch etwas von mir gebe, bin ich auf vierfache Weise wirksam

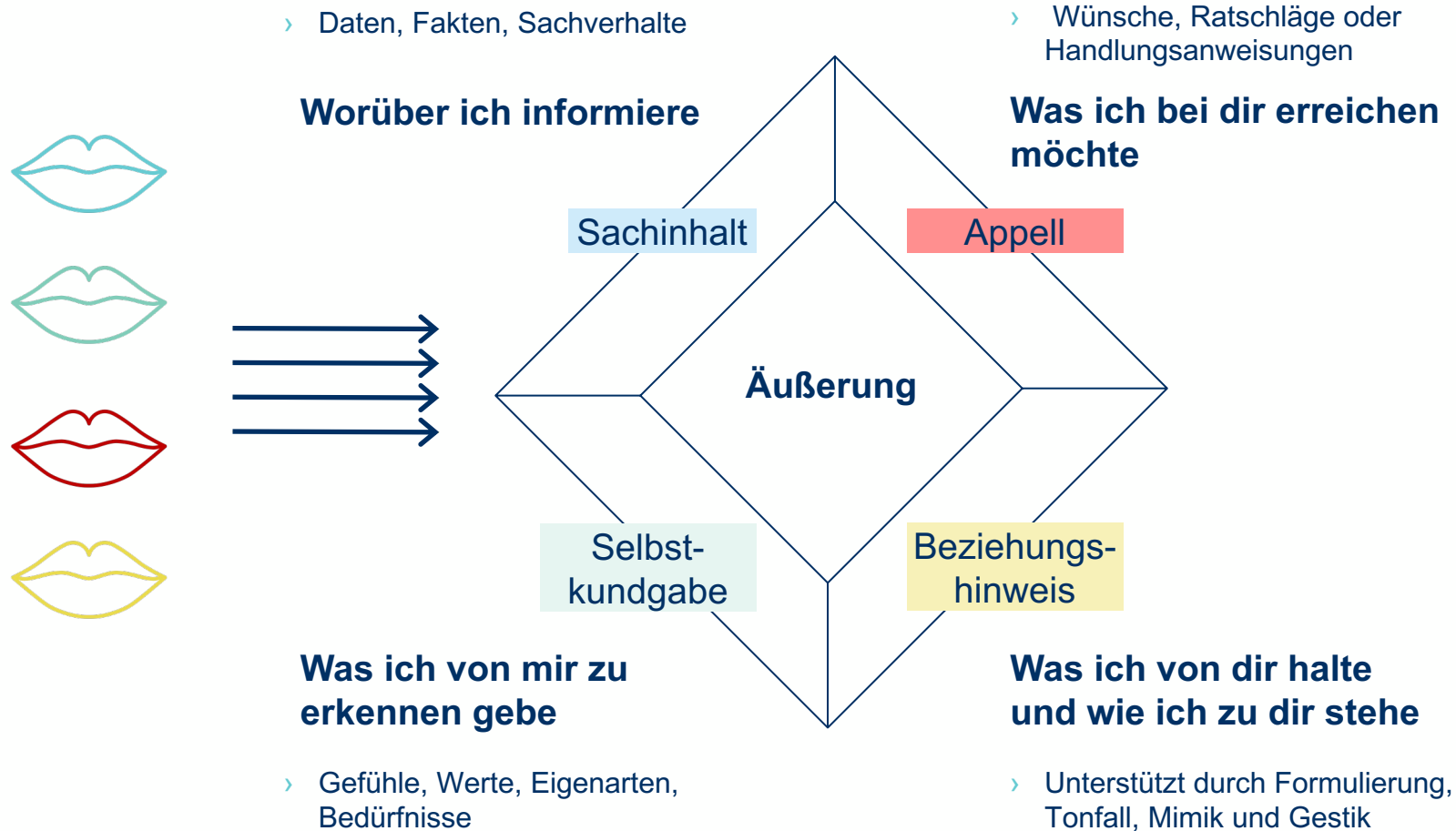
Sender:in



Empfänger:in



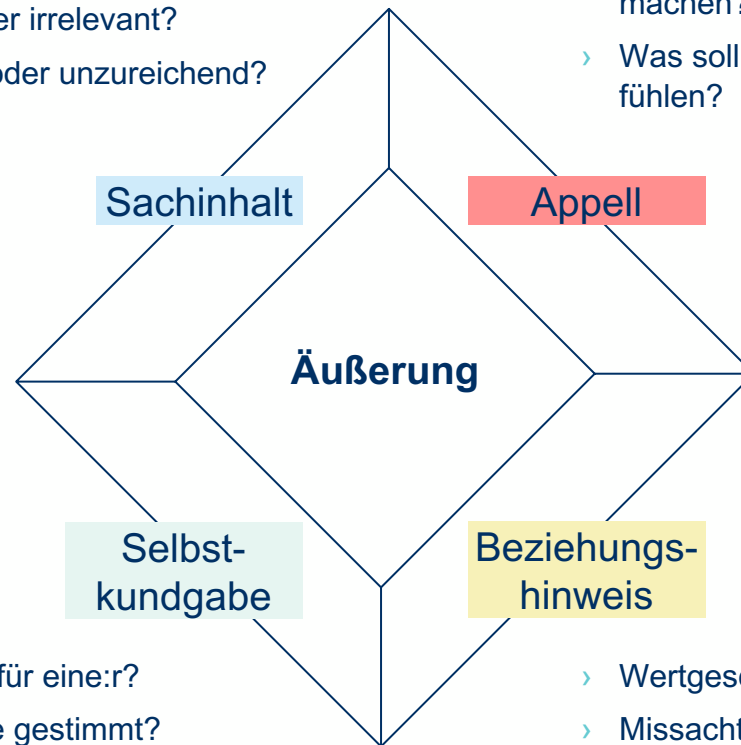
Kommunikationsquadrat – Sender:in mit vier „Schnäbeln“



Kommunikationsquadrat – Empfänger:in mit vier „Ohren“

- › Wahr oder unwahr ?
- › Relevant oder irrelevant?
- › Hinlänglich oder unzureichend?

- › Was soll ich jetzt (nicht) machen?
- › Was soll ich jetzt denken oder fühlen?



- › Was ist das für eine:r?
- › Wie ist er/sie gestimmt?
- › Was ist mit ihm/ihr? ...

- › Wertgeschätzt oder abgelehnt
- › Missachtet oder geachtet
- › Respektiert oder gedemütigt

Kommunikationsquadrat – ein Beispiel



Eine Frau und ein Mann sitzen im Auto. Der Mann sitzt am Steuer.

Als die Ampel auf Grün schaltet, sagt die Frau: „**Es ist grün.**“

Die Frau könnte meinen:

Sachinhalt	Die Ampel steht auf Grün.
-------------------	---------------------------

Selbstkundgabe	Ich habe es eilig.
-----------------------	--------------------

Beziehungshinweis	Ich bin aufmerksam.
--------------------------	---------------------

Appell	Fahr los!
---------------	-----------

Der Mann könnte verstehen:

Sachinhalt	Die Ampel steht auf Grün.
-------------------	---------------------------

Selbstkundgabe	Es geht mir zu langsam.
-----------------------	-------------------------

Beziehungshinweis	Du kannst nicht gut Auto fahren.
--------------------------	----------------------------------

Appell	Lass mich das nächste Mal fahren!
---------------	-----------------------------------

Kognitive Verzerrungen (cognitive biases)

Annahmen sind keine Wahrheiten! Einige Beispiele.



- › **Fehlerhafte Neigungen** beim Wahrnehmen, Erinnern, Denken und Urteilen – meist **unbewusst**.
- › Basieren oft auf **Heuristiken**: den Alltag durch Verringerung von Komplexität vereinfachen.

Mini-Me Effect

- › Menschen bevorzugen, die einem ähnlich sind (Geschlecht, Alter, Interesse, Wertvorstellungen, etc.)

Confirmation Bias

- › Unbewusst zuvor getroffenen Annahmen immer wieder zu bestätigen

Recency Effect

- › Die jüngsten Informationen gegenüber anderen eingehenden Informationen zu bevorteilen

Halo / Horn Effect

- › Von bekannten Eigenschaften/Merkmalen einer Person auf unbekanntes zu schließen

Ingroup Bias

- › Menschen bevorzugen, die Mitglieder der eigenen Gruppe sind