

Communication Newsletter

März 2009

In diese Ausgabe

Keine Zeit zum Schreiben
Souverän auftreten

Quick Links

[Beratung](#)
[Trainings](#)

:: +43/664/234 23 67

Liebe Frau Muschitz-Fink

Herzlich Willkommen beim neuen Communication-Newsletter. Sie finden darin **monatlich Tipps**, wie Sie **klar kommunizieren** können. Sei es im Gespräch oder beim schriftlichen Austausch mit Kunden, KollegInnen oder MitarbeiterInnen.

Viel Spaß beim Lesen wünscht

Ihre

Michaela Muschitz

Keine Zeit zum Schreiben

Diesen Satz höre ich von Seminarteilnehmern immer wieder. Gleich gefolgt von "Ich weiß nicht, wie ich das Schreiben angehen soll." Vor allem bei längeren Texten wie Berichten oder Broschüren kursiert die Idee, man müsse sich zumindest einen Tag frei schaufeln um in Ruhe schreiben zu können. Ein Gefühl der Überforderung macht sich breit - woher soll ich die Zeit dafür nehmen und wie soll sich das ausgehen?

You don't have to eat the elephant in one piece

Versuchen Sie nicht den Elefanten, sprich das Schreibprojekt, auf einmal zu schlucken. Zerlegen Sie es lieber in kleine Teile.

Beginnen Sie mit der Ideensammlung zum Projekt als Cluster oder Mindmap. Darin sammeln Sie alle Inhalte, die in den Text kommen sollen. Manchmal ist es hilfreich einen "Zero draft", also eine Null-Nummer zu schreiben. Diesen Text, den nie jemand anderer sehen wird, schreiben Sie um sich über gewisse Aspekte des Textes klar zu werden - sie denken sozusagen am Papier über das Thema nach. Manchmal merken Sie beim Zero draft, was Sie für das Thema noch recherchieren müssen, bevor Sie den tatsächlichen Text schreiben können.



30 Minuten täglich

Wenn Sie alle Inhalte in Ihrer Ideensammlung zusammengeschrieben haben, schreiben Sie eine erste Rohfassung des Textes. Meine Seminarteilnehmer wissen, dass diese erste schnelle Fassung des Textes mit niedrigem Anspruch geschrieben wird. Idealerweise lassen Sie den Rohtext dann einige Zeit, zumindest ein paar Stunden, liegen bevor Sie ihn überarbeiten.

Wenn Sie ihr Schreibprojekt in kleine Teilschritte zerlegen, wird es übersichtlicher und der Zeitaufwand besser abschätzbar. Mein Tipp: Versuchen Sie nicht sich einen oder gar mehrere ganze Tage für Ihr Schreibprojekt frei zu halten. Planen Sie lieber mehrere Zeitfenster von je 30 Minuten ein - über die Woche verteilt.

Schreibprojekt planen

Meist wissen wir den Abgabetermin für einen längeren Text einige Tage vorher. Warten Sie nicht bis zur letzten Minute, sondern planen Sie für Ihr Schreibprojekt mehrere Zeitfenster. Für einen ca. 5 Seiten langen Bericht kann ein Wochenplan so aussehen: Am Montag sammeln Sie die Ideen zum Text und schreiben den Zerodraft. Am Dienstag recherchieren Sie die offenen Punkte, am Mittwoch schreiben Sie den Rohtext. Donnerstag und Freitag überarbeiten Sie den Text. Insgesamt können

Sie den Bericht in 2,5 Stunden fertig haben, statt dafür einen ganzen Tag zu verwenden.
Und 30 Minuten ungestörte Zeit zum Schreiben lassen sich leichter einplanen als ein ganzer freier Tag.
Also zerlegen Sie einen längeren Text in mehrere kleine Arbeitsschritte.
Das hilft gegen das Gefühl der Überforderung.

Ich wünsche Ihnen viel Spaß beim Schreiben!

Ihre

Michaela Muschitz

Souverän auftreten

Die Verpackung Ihrer Marke Ich

Wenn Sie an die letzte Konferenz oder das letzte Netzwerktreffen denken, wer von den Anwesenden, ist Ihnen im Gedächtnis geblieben? Wer ist Ihnen sofort aufgefallen?

Untersuchungen haben gezeigt, dass sich die Wirkung eines Menschen auf 3 Ebenen aufteilt. Wir nehmen einem Menschen, den wir das erste Mal sehen, auf der körpersprachlichen Ebene, die Stimme und den Inhalt wahr. Erstaunlich ist, dass wir bei Präsentationen oder Meetings viel Zeit in die Vorbereitung unserer Inhalte investieren. Dabei macht der Inhalt nur 10% der Gesamtwirkung aus. Wenn Sie vor dem Publikum mit nervös knetenden Händen und schlecht sitzendem Anzug stehen, macht das 60% des Eindrucks aus. Eine hohe piepsige Stimme schlägt mit 30% zu Buche.

Wie wirken Sie?

Wann immer Sie mit anderen Menschen kommunizieren, wirken zu 60% Ihre Körpersprache und Kleidung, zu 30% Ihre Stimme und nur zu 10% der Inhalt dessen was Sie sagen.

Deshalb sollten Sie noch mehr Augenmerk auf Körpersprache und Kleidung legen. Ihre Kleidung ist die Verpackung ihrer Marke Ich. Glauben Sie einem hochwertigen Produkt, dass in einer billigen Plastikflasche angeboten wird, dass es erstklassige Qualität ist? Nein. Weshalb verpacken Sie sich dann in einem schlecht sitzenden oder farblich nicht zu Ihnen passenden Anzug/Kostüm?

Kompetent und souverän auftreten

Wenn Sie sich in ihrer Kleidung wohlfühlen und diese Ihre Vorzüge herausstreicht, wirken Sie kompetent und bleiben positiv im Gedächtnis. Kleidung, in der sie gut aussehen, hilft Ihnen sich besser zu fühlen, wodurch Sie selbstbewusster auftreten. Mit ein paar Tricks, wie sie körpersprachlich ihren souveränen Auftritt unterstreichen und dabei authentisch bleiben, präsentieren Sie sich optimal- bei Vorgesetzten, Mitarbeitern, Kunden und Geschäftspartnern. Eine gute Körperhaltung hat eine direkte Auswirkung auf Ihre Stimme - Menschen haben ein feines Sensorium dafür ob jemand nervös oder angespannt ist - wir hören es an den Zwischentönen.

Für den ersten Eindruck gibt es keine zweite Chance!

Wir entscheiden innerhalb weniger Sekunden, ob wir Personen, die wir noch nicht kennen, vertrauen, ob Sie kompetent und sympathisch sind. Schief sitzende Krawatten mit Comicfiguren lassen die Glaubwürdigkeit und Kompetenz eines Mann im Auge eines Unbekannten rasch sinken. Frauen, die zu viel Haut zeigen, werden im Business nicht ernst genommen. Mit Ihrer Körperhaltung und Ihrer Kleidung kreieren Sie das Image Ihrer Marke Ich. Die Verpackung lässt vermuten, was wir von dem Produkt erwarten können.

Welches Image wollen Sie sich geben? Hochpreisig und kompetent oder billig und mangelnde Qualität? Nutzen Sie die Wirkung von Kleidung um ihre Kompetenz zu unterstreichen statt sie damit zunichte zu machen.

Klar-Text schreiben im Business: Mit guten Texten mehr Umsatz machen



Ein überzeugend geschriebenes Angebot entscheidet meist ob Sie einen Auftrag bekommen oder nicht.

Im Workshop lernen MitarbeiterInnen aus Verkauf und Marketing E-Mails, Angebote und Kundenbriefe prägnant und ansprechend zu schreiben. Sie bekommen Tipps, wie Ihre Texte verständlicher werden und Sie dem Leser schneller klar machen, worum es geht.

Erfahren Sie mehr über den Workshop auf [meiner Homepage](#)
Melden Sie sich gleich an und sichern Sie sich Ihren Platz!

[Newsletter weiterleiten](#)

✉ **SafeUnsubscribe®**

E-Mail-Empfänger: m.muschitz-fink@kabsi.at, E-Mail-Absender: hafen@lighthouse-coaching.at

[Profil/E-Mail-Adresse aktualisieren](#) | Sofort aus Verteiler löschen mit [SafeUnsubscribe™](#) | [Datenschutzrichtlinien](#).

Email Marketing by



Lighthouse Coaching & Communication | Hauptstrasse 13 | Baumgarten | 3441 | Austria