



I.T.E.T. "Girolamo Caruso"
Alcamo - ITALY



Andragoski zavod
Ljudska Univerza
Velenje - SLOVENIA



Associazione ORSA
Palermo - ITALY



BEST
Vienna - AUSTRIA



eurêka21
Euréka 21 SARL
Paris- FRANCE



MCG
manager consulting group
MCG Soc. Coop.
Palermo - ITALY



Erasmus+



SMM - IO3

Trainingsmodul 5 KOMMUNIKATION UND NETZWERKEN FÜR SMM

Leitfaden

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



"The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein"

Das SchulmobilitätsmanagerInnen – SMM Projekt (Nr. 2016-1-IT02-KA201-024701) wurde mit Unterstützung der Europäischen Kommission finanziert. Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung trägt allein der Verfasser; die Kommission haftet nicht für die weitere Verwendung der darin enthaltenen Angaben.



Erasmus + Programme Strategic Partnership for School
Education AGREEMENT n. 2016-1-IT02-KA201-024701
-CUP: G78F16000020006 SCHOOL MOBILITY
MANAGER – SMM www.schoolmobilitymanager.eu
Pilot School: I.T.E.T. "Girolamo Caruso" – Alcamo - Italy



ITET "Girolamo Caruso"
Alcamo - ITALY



Andragoski zavod
Ljudska Univerza
Velenje - SLOVENIA



Associazione ORSA
Palermo - ITALY



BEST
Vienna - AUSTRIA



Eurêka 21 SARL
Paris- FRANCE



MCG
manager consulting group
Palermo - ITALY

Kommunikationsmaßnahmen und Netzwerkaktivitäten betreffen die Tätigkeit des/der SchulmobilitätsmanagerIn in allen Aspekten, da er/sie:

Mit verschiedenen Adressatengruppen spricht (z. B. öffentliche Interessengruppen, Eltern, PädagogInnen, SchülerInnen, der Öffentlichkeit im Allgemeinen)

In der Lage ist, über Pläne, Projekte, Aktionen und Maßnahmen zu kommunizieren

Vorteile / Nutzen der vorgeschlagenen Maßnahmen vermarkten / aushandeln kann

In der Lage ist, Interesse zu wecken und die Beteiligung von Zielgruppen zu erhöhen

Notwendige Stakeholder identifizieren, auswählen und diese ansprechen kann

Aus diesem Grund enthält die vorliegende Broschüre einige nützliche Grundsätze und Vorschläge in Hinblick auf effektive Kommunikations- und Netzwerkprobleme.

KOMMUNIKATION – DER VERSUCH EINER DEFINITION

Bei **Kommunikation** handelt es sich einfach um die Übertragung von Informationen von einem Ort zum anderen.

Diese einfache Definition umfasst (je nach Verwendung der verschiedenen Kanäle) verschiedene Kommunikationskategorien, insbesondere:

Schriftliche Kommunikation: Briefe, E-Mails, Bücher, Zeitschriften, das Internet oder andere Medien.

Verbale / gesprochene Kommunikation: d. h. von Angesicht zu Angesicht, via Telefon, Radio oder Fernsehen und anderen Medien.

Nicht-verbale Kommunikation: Gesten, Körpersprache, Kleidung oder Verhalten

Heutzutage sind wir vermehrt mit Visualisierungen konfrontiert: d. h. Grafiken und Diagrammen, Karten, Logos und anderen Visualisierungsformen (Emoticons), die Nachrichten übermitteln können.

Kommunikationskanäle ist die Bezeichnung für die Art und Weise, wie wir kommunizieren. Heutzutage stehen mehrere Arten von Kommunikationskanälen zur Verfügung, beispielsweise persönliche Gespräche, Telefonate, SMS, E-Mail, Internet (einschließlich Social Media), Radio und Fernsehen, geschriebene Briefe, Broschüren und Berichte, um nur einige zu nennen.



ITET "Girolamo Caruso"
Alcamo - ITALY



Andragoski zavod
Ljudska Univerza
Velenje - SLOVENIA



Associazione ORSA
Palermo - ITALY



BEST
Vienna - AUSTRIA

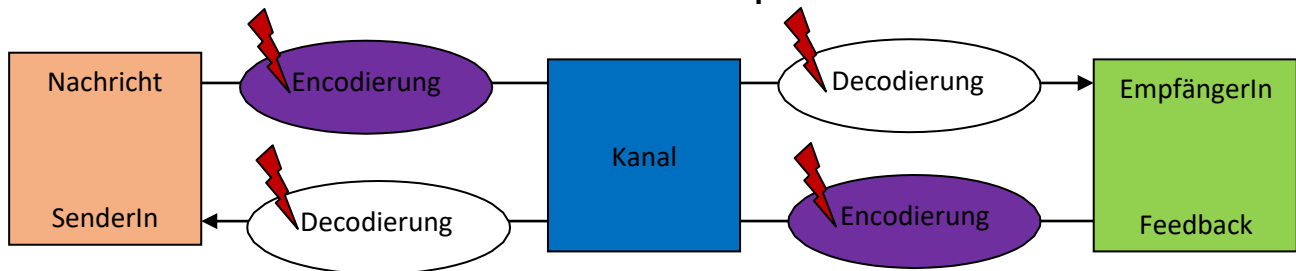


Eurêka 21 SARL
Paris- FRANCE



MCG Soc. Coop.
Palermo - ITALY

Der Kommunikationsprozess



Dem Kommunikationsprozess entsprechend muss der/die SenderIn die Nachricht (*die übertragenen Informationen*) in eine für den Kommunikationskanal geeignete Form kodieren. Der/die EmpfängerIn dekodiert dann diese Nachricht, um deren Inhalt und Bedeutung zu verstehen.

Missverständnisse können in jeder Phase des Kommunikationsprozesses auftreten.

Effektive Kommunikation beinhaltet die Minimierung potenzieller Missverständnisse und die Überwindung jeglicher Kommunikationsbarrieren – in jeder Phase des Kommunikationsprozesses.

EFFEKTIVE KOMMUNIKATION – DIE 4 HAUPTPRINZIPIEN

Normalerweise neigen Menschen dazu, den **Kommunikationsprozess** für selbstverständlich zu halten: Wir sind der Ansicht, dass die Kommunikation zwischen zwei oder mehreren Personen keine große Sache ist. Diese funktioniert einfach. Die Realität ist jedoch sehr unterschiedlich und der Kommunikationsprozess an sich ist tatsächlich beeindruckend komplex.

Es existieren viele Faktoren, die die Wahrscheinlichkeit für den Erfolg einer bestimmten Kommunikationserfahrung bestimmen. Es gibt **interne Faktoren**, die jede am Kommunikationsprozess beteiligte Person individuell beeinflussen, **interaktionale Faktoren**, die das Senden und Empfangen von Informationen zwischen zwei oder mehr Personen beeinflussen, und **externe Faktoren**, die das Ausmaß beeinflussen, in dem die physische Umgebung eine effektive Kommunikation herbeiführen kann.

Effektive Kommunikation kann tatsächlich als Verbindung zwischen Menschen definiert werden, die den *Austausch von Gedanken, Gefühlen und Ideen ermöglicht und zu gegenseitigem Verständnis bzw. gegenseitiger Verständigung führt*. Dieser Austausch ist belegt, wenn ein/e SprecherIn eine Nachricht aussendet, auf die ein/e HörerIn reagiert. Dies scheint einfach von Statuen zu gehen, ist in der Realität aber nicht der Fall.



ITET "Girolamo Caruso"
Alcamo - ITALY



Andragoski zavod
Ljudska Univerza
Velenje - SLOVENIA



Associazione ORSA
Palermo - ITALY



BEST
Vienna - AUSTRIA



Eureka 21 SARL
Paris- FRANCE



MCG Soc. Coop.
Palermo - ITALY

Bezüglich des Kommunikationsprozesses existieren auch bestimmte Prinzipien sowie Fähigkeiten, die Menschen erlernen und üben können. Wenn Personen sich dieser Prinzipien bewusst sind und diese Informationen anwenden, verringern sie die Wahrscheinlichkeit von Missverständnissen und Konflikten erheblich und erhöhen somit die Chancen in Hinblick auf eine erfolgreiche und kompetente Kommunikation.

Wir können **vier Prinzipien der Kommunikation** identifizieren:

Die gesendete Nachricht ist nicht notwendigerweise die empfangene Nachricht.

Es ist unmöglich, nicht nicht zu kommunizieren.

Jede Nachricht enthält sowohl Inhalt als auch Emotion.

Nichtverbale Signale sind glaubwürdiger als verbale Signale.



Diese vier Aspekte des Kommunikationsprozesses sind universell gültig (unabhängig davon, ob es sich um die politische Ökonomie nach den Wahlen oder um den einfachen Austausch der Ereignisse eines Tages mit anderen Personen handelt). Wenn Sie sich bewusst auf diese vier Elemente des Kommunikationsprozesses konzentrieren, unabhängig davon, ob Sie die Sende- oder EmpfängerInnenrolle inne haben, können Sie die Qualität Ihrer Kommunikation verbessern, indem Sie geschickter, effektiver und erfolgreicher vorgehen.

Die gesendete Nachricht ist nicht notwendigerweise die empfangene Nachricht



ITET "Girolamo Caruso"
Alcamo - ITALY



Andragoski zavod
Ljudska Univerza
Velenje - SLOVENIA



Associazione ORSA
Palermo - ITALY



BEST
Vienna - AUSTRIA



le meilleur
de l'Europe
dans vos
projets
eurêka21
Eurêka 21 SARL
Paris- FRANCE



MCG
manager consulting group
MCG Soc. Coop.
Palermo - ITALY

Wir gehen oft davon aus, nur weil wir etwas gesagt haben (oder gedacht oder beabsichtigt haben), wenn eine andere Person nicht versteht, was wir meinen, dann ist es ihre Schuld. Denn die Person, die die Nachricht aussendet, weiß genau, was sie meint. Was die Person am empfangenden Ende der Nachricht hört und versteht, kann jedoch recht unterschiedlich sein. Im Gegensatz zu jedermanns "Schuld" ist dies einfach eine der Möglichkeiten, wie der Kommunikationsprozess aus dem Ruder laufen kann.

Die gesendete Nachricht kann daher nicht die empfangene Nachricht sein, da sie ein Filtersystem von Gedanken und Gefühlen durchlaufen muss (sowohl von dem/der AbsenderIn als auch von dem/der EmpfängerIn).

Es besteht ein erheblicher Raum für Fehlinterpretationen und Missverständnisse zwischen dem, was der/die SenderIn sagen oder ausdrücken möchte, dem was er oder sie tatsächlich sagt und dem, was der/die EmpfängerIn versteht. Je weniger bewusst die Aufmerksamkeit des/der SenderIn und / oder des/der ZuhörerIn ist (je nach Ablenkung von internen oder externen Einflüssen), wenn die Nachricht übermittelt wird und je emotionaler das Thema ist, desto wahrscheinlicher ist die Trennung zwischen dem, was der/die SenderIn sagen möchte, was er oder sie tatsächlich sagt und dem, was der/die ZuhörerIn tatsächlich versteht.

Die einzige Möglichkeit, um sicherzustellen, dass es sich bei der Nachricht, die Sie aussenden um die gleiche handelt, wie jene, die die andere Person empfängt, ist der **Feedbackprozess**. Dies ist kritisch, wenn Ihre Kommunikation von besonderer Bedeutung ist oder Sie durch die Reaktion der anderen Person spüren – ob verbal oder nonverbal – dass sie unklar ist/aufgenommen wurde.

Um die Richtigkeit Ihrer Kommunikation überprüfen zu können, müssen Sie buchstäblich hinterfragen, was die andere Person verstanden bzw. interpretiert hat. Wenn das, was er oder sie verstanden oder interpretiert hat, nicht mit dem übereinstimmt, was Sie beabsichtigen, können Sie Ihre Botschaft klarstellen oder verdeutlichen, indem Sie mitteilen, was Sie wirklich sagen wollten. Danach können Sie erneut um Feedback fragen, was er oder sie diesmal verstanden hat. Dieser Vorgang mag kompliziert erscheinen, führt jedoch zu einer klareren und präziseren Kommunikation.

Manchmal dauert dieser Prozess zwei oder drei Runden, um sicherzustellen, dass der/die SenderIn und der/die ZuhörerIn einander verstehen. Je sachlicher dieser Prozess abläuft, desto erfolgreicher wird er sein.



ITET "Girolamo Caruso"
Alcamo - ITALY



Andragoski zavod
Ljudska Univerza
Velenje - SLOVENIA



Associazione ORSA
Palermo - ITALY



BEST
Vienna - AUSTRIA



le meilleur
de l'Europe
dans vos
projets
eurêka21
Eurêka 21 SARL
Paris- FRANCE



MCG
manager consulting group
MCG Soc. Coop.
Palermo - ITALY

Es ist unmöglich, nicht nicht zu kommunizieren

Alle Aktionen, sowohl beabsichtigt als auch unbeabsichtigt, übermitteln bestimmte Nachrichten. Wenn Sie zum Beispiel Jemanden absichtlich ignorieren, dann zählt das zur „Nichtkommunikation“. Doch im Gegenteil (da Sie wissen, dass Sie auf der Empfängerseite sind), sendet diese Aktion ein starkes Signal aus. Darüber hinaus handelt es sich bei verbaler Kommunikation (der Verwendung von Wörtern) lediglich um einen Part eines umfassenderen Kommunikationsprozesses, der Körpersprache, Gesichtsausdruck, Tonfall und Lautstärke umfasst.

Jede Nachricht enthält sowohl Inhalt als auch Emotion

Jede Nachricht besteht aus Inhalt und Emotion. Der Inhalt behandelt – basierend auf den verwendeten Wörtern – das, worum es in der Nachricht geht. Die mit dem Inhalt verknüpften Emotionen werden durch nonverbale Signale ausgedrückt – Körpersprache / -gesten, Gesichtsausdruck, Stimmlage / Flexion und Stimmvolumen.

Immer dann, wenn Diskrepanzen zwischen Inhalt und Emotion in Hinblick auf eine Nachricht vorherrschen, entsteht Verwirrung für den/die EmpfängerIn, insbesondere wenn Inhalt und Gefühl sich zu widersprechen scheinen.

Die elektronische Kommunikation – per E-Mail, Text und anderen Formen von Instant Messaging – kann so schwierig und herausfordernd sein sowie leicht falsch interpretiert werden, weil die verwendeten Wörter von allen nonverbalen Hinweisen, die wichtige Informationen und Klarstellungen liefern, separiert sind.

Nichtverbale Signale sind glaubwürdiger als verbale Signale

Wenn eine Diskrepanz zwischen dem Inhalt (verbal) und der Emotion (nonverbal) bei einer Nachricht auftritt, wird die Person, die die Nachricht empfängt, dem Gefühl fast immer mehr Gewicht verleihen. Mit anderen Worten, wenn die Wortwahl, die ein/e SenderIn verwendet, nicht mit seinem oder ihrem Tonfall, seinem/ihrer Gesichtsausdruck, seiner/ihrer Körpersprache und anderen nonverbalen Hinweisen übereinstimmt, wird der/die EmpfängerIn dem nonverbalen Verhalten mehr Aufmerksamkeit schenken und es als glaubwürdig einstufen.



ITET "Girolamo Caruso"
Alcamo - ITALY



Andragoski zavod
Ljudska Univerza
Velenje - SLOVENIA



Associazione ORSA
Palermo - ITALY



BEST
Vienna - AUSTRIA



eurêka21
Eurêka 21 SARL
Paris- FRANCE



MCG
manager consulting group
MCG Soc. Coop.
Palermo - ITALY

Überlegen Sie, wie Sie reagieren, wenn Ihnen jemand etwas sagt, das wie ein Kompliment klingt: „Sie sehen toll aus“, aber mit einem Tonfall, den Sie als sarkastisch empfinden. Glauben Sie eher dem verbalen (verwendete Wörter / Inhalt) oder dem nonverbalen (Stimmfarbe / Gefühl)?

Basierend auf diesen vorherigen Überlegungen und Prinzipien werden im folgenden Abschnitt einige nützliche Vorschläge zur Verbesserung der Kommunikationsfähigkeiten gemacht, die auch für den/die SchulmobilitätsmanagerIn gelten.

WIE KOMMUNIKATION VERBESSERT WERDEN KANN

Die Wichtigkeit der **Praxis:** Die Entwicklung fortgeschrittener Kommunikationsfähigkeiten beginnt mit einfachen Interaktionen. Kommunikationsfähigkeiten können täglich in unterschiedlichsten Umgebungen geübt werden, die vom sozialen bis zum beruflichem Umfeld reichen. Der Erwerb neuer Fähigkeiten benötigt Zeit, um diese zu präzisieren, aber jedes Mal, wenn Sie Ihre Kommunikationsfähigkeiten einsetzen, eröffnen sich dadurch Chancen und zukünftigen Partnerschaften.

Einbindung des Publikums: Egal, ob Sie sprechen oder zuhören, der Augenkontakt mit der Person, mit der Sie sich unterhalten, kann für eine erfolgreiche Interaktion sorgen. Blickkontakt vermittelt Interesse und ermutigt Ihre/n PartnerIn, Interesse für Sie zu zeigen und eine Rückantwort zu geben.

Gesten und angemessene Lautstärke: Dazu gehören Gesten, die mit Ihren Händen und Ihrem Gesicht ausgedrückt werden. Lassen Sie Ihren ganzen Körper für Sie sprechen. Verwenden Sie kleinere Gesten für Einzelpersonen und kleinere Gruppen sowie ausschweifendere Gesten für größere Gruppierungen / Zielgruppen. Verwenden Sie eine Lautstärke, die für das Umfeld oder Milieu geeignet ist. Sprechen Sie leiser, wenn Sie alleine sind oder sich in der Nähe von Personen befinden. Sprechen Sie mit lauter Stimme, wenn Sie mit größeren Gruppen konfrontiert sind oder über größere Räumlichkeiten/Flächen hinweg sprechen.

Die Wichtigkeit Ihrer **Körpersprache:** Körpersprache kann so viel mehr als eine Handvoll Wörter vermitteln. Das Missverhältnis zwischen der übermittelten Nachricht und der Körperhaltung ist eine der Hauptursachen für Missverständnisse.



ITET "Girolamo Caruso"
Alcamo - ITALY



Andragoski zavod
Ljudska Univerza
Velenje - SLOVENIA



Associazione ORSA
Palermo - ITALY



BEST
Vienna - AUSTRIA



Eurêka 21 SARL
Paris- FRANCE



MCG Soc. Coop.
Palermo - ITALY

Mit effektiver **Zuhörfähigkeit und Einfühlungsvermögen** arbeiten: Man sollte nicht nur effektiv sprechen können, man muss den Worten der anderen Person Gehör schenken und sich darüber unterhalten können, insbesondere darüber, worüber die andere Person redet sowie ernstgemeinte Aufmerksamkeit – ohne Vorurteile demgegenüber, was die andere Person vermittelt – zeigen. Verwenden Sie dazu die Techniken in Punkto Klarstellung/Erläuterung und Reflexion, um zu bestätigen oder zu bekräftigen, was die andere Person gesagt hat, und vermeiden Sie Verwirrung und Fehlinterpretationen.

Denken Sie, während Sie zuhören, nicht darüber nach, was Sie als Nächstes sagen sollen. Versuchen Sie ihren Kopf frei zu bekommen und fokussieren Sie sich stattdessen auf die empfangene Nachricht. Versuchen Sie bei der Kommunikation mit anderen, vorurteilsfrei zu agieren oder von vorgefassten Meinungen oder Überzeugungen beeinflusst zu werden. Betrachten Sie stattdessen Situationen und Antworten aus der Perspektive der anderen Person heraus. Verfolgen Sie dabei immer Ihre eigenen Emotionen, damit Sie die Emotionen anderer verstehen können.

NETZWERKEN

Der Begriff **Networking** kann definiert werden als der Austausch von Informationen oder Dienstleistungen zwischen Einzelpersonen, Gruppen oder Institutionen sowie spezifiziert, **die Pflege produktiver Beziehungen in Punkto Beschäftigung / Unternehmen / Projektentwicklung.**

Für den/die SchulmobilitätsmanagerIn kann Folgendes daraus resultieren: *alle produktiven Beziehungen in Hinblick auf eine erfolgreiche Entwicklung seiner/ihrer Aktivitäten* (von der Kontextanalyse bis zur Verbreitung und Valorisierung der Ergebnisse).

Aus diesem Grund handelt es sich beim Netzwerken um ein Querschnittskonzept und eine Aktivität, die alle Managementbelange betrifft.

Fortfolgend sind einige wichtige Konzepte und Vorschläge für ein nützliches und erfolgreiches Networking im Rahmen von Managementaktivitäten zu beachten.



ITET "Girolamo Caruso"
Alcamo - ITALY



Andragoski zavod
Ljudska Univerza
Velenje - SLOVENIA



Associazione ORSA
Palermo - ITALY



BEST
Vienna - AUSTRIA



eurêka21
Euréka 21 SARL
Paris- FRANCE



MCG
manager consulting group
MCG Soc. Coop.
Palermo - ITALY

Vernetzungsvorteile:

Gegenseitige Hilfe: Von Partnern und anderen Stakeholdern, die Teil eines Netzwerks sind, können Sie von den spezifischen Kompetenzen anderer profitieren und / oder bei spezifischen Themen / Problemen, die sich im Rahmen der Aktivitäten ergeben, helfen.

Wachstumschancen: Ein relevantes und solides Netzwerk von Partnern und / oder Stakeholdern ist eine echte Wachstumschance, da es die Konfrontation zwischen ExpertInnen, KollegInnen / Stakeholdern zu geeigneten Themen ermöglicht. Es ist auch ein Instrument in Punkto Weiterbildung, das allen Mitgliedern dient.

Größere Sichtbarkeit: Durch die Bündelung von Netzwerkkommunikationsressourcen (in Bezug auf Kontakte, Kanäle, Werkzeuge und agierende Personen) wird eine breitere und umfassendere Sichtbarkeit der Aktivitäten / Ergebnisse eines Projekts / einer Aktion ermöglicht. Diese generiert auch mehr Möglichkeiten / Chancen für eine zukünftige Zusammenarbeit in Bezug auf die spezifischen und / oder unterschiedlichen Themen und gibt den durchgeführten Aktivitäten eine konkrete Nachhaltigkeitsperspektive.

Kosteneinsparungen: „Einigkeit macht stark“ ist nicht nur ein „Sprichwort“. Durch die Aktivierung und das effektive Management eines Netzwerks können tatsächlich Skaleneffekte in Punkto der durchgeführten Aktivitäten erzielt werden, insbesondere in Hinblick auf die Kommunikation und Verbreitung, wodurch weitere Einsparungsmöglichkeiten für andere Investitionen geschaffen werden.

STRATEGIEN DES VERNETZUNGSMANAGEMENTS

Netzwerken basiert auf dem **Beziehungsmanagement**, einer Strategie, bei der eine Organisation einen kontinuierlichen Dialog mit dem Publikum eingeht und diesen aufrechterhält. Dieser Managementprozess kann zwischen einem Unternehmen und seinen KundInnen oder zwischen einem Unternehmen und anderen Unternehmen oder zwischen PartnerInnen und PartnerInnen / Stakeholdern stattfinden.

Das Netzwerk- oder Beziehungsmanagement kann sich auch auf einige Prinzipien stützen, die alle mit dem Projektzyklusmanagement verbunden sind:



ITET "Girolamo Caruso"
Alcamo - ITALY



Andragoski zavod
Ljudska Univerza
Velenje - SLOVENIA



Associazione ORSA
Palermo - ITALY



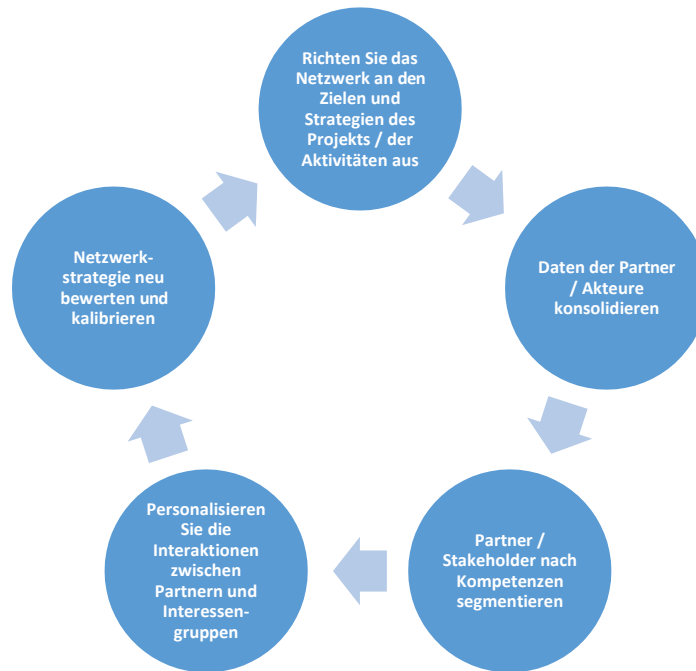
BEST
Vienna - AUSTRIA



Eurêka 21 SARL
Paris- FRANCE



MCG Soc. Coop.
Palermo - ITALY



NETZWERKKANÄLE

Um ein Netzwerk aufzubauen und / oder zu erweitern, können die folgenden zwei Hauptkanäle in Betracht gezogen werden, da sie einander ergänzen:

Lokale Gemeinschaften: Verbände, Dachorganisationen, Öffentliche Einrichtungen, Kommunen, Unternehmen, Ausstellungen / Messen / Veranstaltungen, Bildungsagenturen, usw.

Virtuelle Gemeinschaften: z.B. LinkedIn - Xing - Viadeo - FaceBook - BNI - PWA, Internet, Webseiten, dedizierte Blogs, usw.

Heutzutage wird E-Networking viel mehr genutzt, da es auf ein breiteres Kontaktpotenzial und Multiplikatoreffekte bauen kann, da hierbei das Potenzial, das traditionelle Netzwerke generieren, mit dem Internet verbunden wird.



ITET "Girolamo Caruso"
Alcamo - ITALY



Andragoski zavod
Ljudska Univerza
Velenje - SLOVENIA



Associazione ORSA
Palermo - ITALY



BEST
Vienna - AUSTRIA



le meilleur
de l'Europe
dans vos
projets
eurêka21
Eurêka 21 SARL
Paris- FRANCE



MCG
manager consulting group
MCG Soc. Coop.
Palermo - ITALY

NÜTZLICHE KOMMUNIKATIONS- UND VERNETZUNGSWERKZEUGE FÜR SMM

Die Materialien und weiteren Beschreibungen der nachstehenden Elemente werden im Abschnitt „Verwandte Werkzeuge und Materialien“ präsentiert und zusammengefasst.

Fokusgruppe: Fokusgruppen sind ein Instrument zur Forschung und Analyse, welche häufig im Projektmanagement eingesetzt werden. Es handelt sich dabei um eine Art qualitatives Interview, in dem ein/e ModeratorIn auf informelle und augenscheinlich nicht strukturierte Weise eine Reihe von Diskussionsfragen an eine kleine / mittlere Gruppe von informierten und verfügbaren sachkundigen Personen richtet, die aufgefordert werden, Meinungen und Informationen auszutauschen und miteinander zu interagieren.

Storytelling vermittelt wichtige Botschaften an die Menschen – diese können Spaß machen und interessante Lebenserfahrungen enthalten, die in Folge für die Entwicklung von Erfolgsstrategien genutzt werden können, um den Fokus der Lernenden aufrechtzuerhalten, indem sie Erzählstrukturen, bekannte Themen, usw. verwenden.

Vorführungen zeigen und erklären den Lernenden, wie sie etwas tun können. Sie bieten praktische Erfahrungen (Hören, Sehen und Erleben) und sorgen für eine direkte Interaktion zwischen ExpertInnen und anderen ZuhörerInnen.

Debatten sind hilfreich, damit die anfängliche Nervosität in Punkten öffentlicher Reden überwunden wird, indem bedeutende Probleme identifiziert und bearbeitet werden, um ein Klima konstruktiver gegenseitiger Kritik zu generieren.

Der **Newsletter** ist eine kostenlose Informationsmitteilung, die eine Partnerschaft / ein Netzwerk den Mitgliedern bezüglich ihrer Aktivitäten zusendet. Heutzutage wird dieser normalerweise per E-Mail verschickt. Wenn dieser in HTML-Format erstellt ist, kann er auch Bilder enthalten. Die Sendefrequenz ist dabei variabel (monatlich, wöchentlich).

Spezifische Multiplikatorenveranstaltungen/-ereignisse zu kreativen Zwecken, für die Implementierung und / oder Teilnahme.