

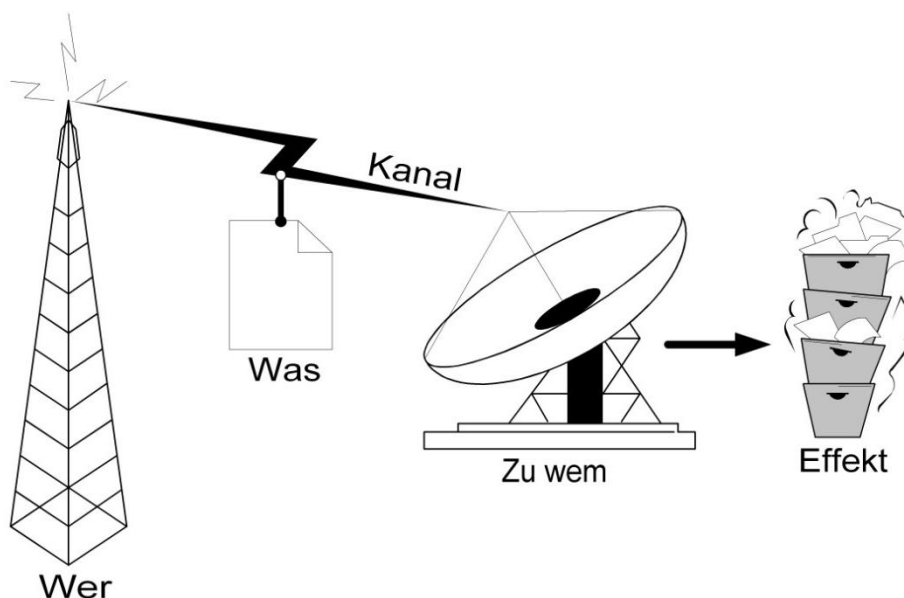
KOMMUNIKATIONSPLANUNG NACH LASWELL

Die Kommunikationsplanung hat zum Ziel, den Kommunikationsbedarf sämtlicher Personen, die an einem Projekt beteiligt sind, zu erfassen, zu qualifizieren und in einer geeigneten Form zum richtigen Zeitpunkt zu befriedigen. Während sich das Informationsmanagement mit der statischen und organisatorischen Seite befasst, hat das Kommunikationsmanagement einen dynamischen und taktischen, auch politischen Aspekt. Sie beschäftigt sich mit Wirkungen, welche die Akteure der Kommunikation wechselseitig aufeinander ausüben.

Dies macht Kommunikation zu einem komplexen und vielschichtigen Prozess. Wenn jemand einem anderen eine Nachricht übermittelt, spielt sich dieser Prozess auf unterschiedlichen Ebenen ab. Zunächst kann man die sachliche Ebene unterscheiden. Welcher sachliche Inhalt wird übermittelt? Daneben sind aber andere Ebenen betroffen, die eventuell dafür sorgen, dass der sachliche Inhalt verzerrt wahrgenommen wird. Man kann weitere Ebenen differenzieren:

- Die Ausdrucksebene: In welchem Ton wird beispielsweise die Information übermittelt?
- Die Appellebene: Ist mit der Information gleichzeitig ein Appell verbunden?
- Die Beziehungsebene: In welcher Beziehung stehen die an der Kommunikation beteiligten Akteure?

Um diesen komplexen Vorgang zu operationalisieren, bietet sich das Kommunikationsmodell von Laswell an: „Wer sagt was, zu wem über welchen Kanal mit welchem Effekt?“



Kommunikationsmodell in Anlehnung an Laswell

Dieses Modell bietet den Vorteil, dass ein komplexer Vorgang in überschaubare Teilbereiche gegliedert und damit jeder Teilbereich einfacher handhabbar wird.

Bei den Bestandteilen des Modells können jeweils weitere Methoden zum Einsatz kommen.

- Zur Analyse von Sender- und Empfänger bietet sich die Stakeholderanalyse an.
- Zur Beschreibung der Inhalte kommen unterschiedliche Methoden zur Ermittlung des Informationsbedarfs bis hin zu Methoden der Inhalts- und Textanalyse zur Anwendung.
- Das Kommunikationsziel, der Effekt, lässt sich dergestalt operationalisieren, indem der Grad beschrieben wird, mit der jemand in eine Sache oder Projekt involviert werden soll. Das kann vom bloßen Informieren reichen bis dahin, dass man beim Empfänger die Übernahme von Verantwortung mit dem Kommunikationsvorgang erzielen möchte.
- Der Kanal kann die unterschiedlichen Kommunikationswege beschreiben, Gespräche, Meetings, Telefon, Mails bis hin zu den modernen Methoden, die im Rahmen der Social Software des Web2.0 zur Verfügung stehen.

Quelle: abgeändert nach Günter Drews / Norbert Hillebrand: Lexikon der Projektmanagement-Methoden. München: Rudolf Haufe Verlag GmbH & Co.KG 2007. S. 164 ff.