

Erik Fritzsches Checkliste

Der Kern der Kommunikation

Diese Erstfragen liefern konzeptionelle Klarheit durch entscheidende Antworten, um eine Kommunikation oder Maßnahme strategisch und nutzbringend zu erarbeiten. Teure Anpassungen im Verlauf lassen sich so vermeiden.

Die Checkliste basiert auf der bewährten Lasswell-Formel, einem der grundlegenden Modelle der Kommunikationswissenschaft, das auf Harold Dwight Lasswell zurückgeht. Die Formel stellt zentrale Fragen wie „Wer sagt was, über welchen Kanal, zu wem, mit welchem Effekt?“. Diese methodische Herangehensweise habe ich erweitert, um moderne Anforderungen zu berücksichtigen und wichtige Aspekte einzubeziehen, die Lasswell nicht thematisierte, wie beispielsweise den Sinn und die strategische Zielsetzung der Kommunikation.

Mit guten Fragen kommt der Weg!

Wer?

- Wer ist der **Absender**? (Person, Organisation, Rolle)
- Welche Eigenschaften oder Werte verbindet der Absender mit der Botschaft?

Zu / mit Wem?

- Wer ist die **Zielgruppe**? (Personen, Gruppen, Stakeholder)
- Welche Bedürfnisse, Erwartungen oder Interessen hat die Zielgruppe?

Warum (Sinn)?

- Warum ist diese Kommunikation wichtig? (Gesellschaftlich, organisatorisch, individuell)
- Welche Werte und Überzeugungen stehen dahinter?

Wozu? Mit welchem Effekt (Zweck)?

- Was ist das Ziel der Kommunikation? (Informieren, Überzeugen, Aktivieren, Reagieren)
- Welcher Effekt wird angestrebt? (z. B. Verhaltensänderung, Zustimmung, Imageaufbau)

Was?

- Was ist die **Kernbotschaft**? (**Inhalt** der Kommunikation)
- Welche Argumente, Fakten oder Emotionen stützen die Botschaft?

Über welchen Kanal?

- Welche Kanäle werden genutzt? (z. B. Social Media, E-Mail, Print, Veranstaltungen)
- Sind die Kanäle auf die Zielgruppe abgestimmt?

Wann? (Zu welchem Anlass?)

- Gibt es einen konkreten Anlass oder eine zeitliche Relevanz? (z. B. Kampagnenstart, Ereignisse)
- Passt der Zeitpunkt zur Botschaft und Zielgruppe?

Wo? (Touchpoint?)

- Wo findet die Kommunikation statt? (Physisch, digital, hybrid)
- Gibt es spezifische Berührungspunkte, an denen die Zielgruppe angesprochen wird?

Wie?

- **Betonend?** (Stärkend für die Kernbotschaft)
- **Adressatengefällig?** (Empfängerorientiert und verständlich: Frame, Perspektive, Fokus, Filter)
- **Kanalgeschmeidig?** (Passend zum gewählten Medium)

Kontakt:

Website: www.erikfritzsche.com

Mail: erik.fritzsche@weichertmehner.com

Telefon: +49 351 50 14 02 065

Mobil: +49 172 36 16 085