



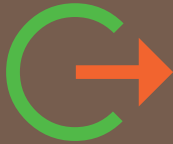
## Diversity Communication – PR-Erfolg im interkulturellen Umfeld

Diversity Communication ist einer der wichtigsten Kommunikationstrends des globalen Zeitalters. Die interne Kommunikation ist bei den zunehmend multikulturell zusammengesetzten Mitarbeiter-teams genauso stark gefordert wie die externe Kommunikation in globalen Arbeits- und Absatzmärkten.

In unserem Seminar erfahren Sie, wie Sie Fettnäpfchen vermeiden, Klippen umschiffen und kommunikative Minenfelder möglichst schadlos durchqueren. Sie erörtern die Besonderheiten interkultureller Kommunikation und setzen sie in der täglichen Praxis um.

«Interkulturelle Kommunikationskompetenz ist eine wichtige Fertigkeit im Arbeitsalltag. Nicht nur für Kommunikationsfachleute in weltweit tätigen Unternehmen, sondern auch für Mitarbeitende von Schweizer KMUs mit Angestellten und Kunden aus verschiedenen Kulturen.»

Marianne Roth, Dozentin



---

## Themen

- Grundlagen der interkulturellen Kommunikation
  - Was interkulturelle Kommunikation von klassischer Kommunikation unterscheidet
  - Kulturmodelle und -standards und ihr Einfluss auf das Kommunikationsverhalten
  - Von Schamgrenzen und Fettnäpfchen: interkultureller Umgang mit Metaphern und Symbolen
  - Interkulturelle Kommunikationskompetenz und interkultureller Dialog
  - Aufgaben und Organisation der internationalen Kommunikation
  - Merkmale der multikulturellen Gesellschaft und Anforderungen an Diversity Communication
-

«Dank unserer Praxisnähe wissen wir, dass Diversity Communication auch eine Herausforderung darstellt für regionale Unternehmen und – ganz speziell – die Verwaltung. Auf diese Nachfrage reagiert unser Seminar.»

**Markus Berger**, Studienleiter und Direktor SPRI



Für Diversity Communication gilt, bei allen Aktionen den interkulturellen Kontext zu berücksichtigen. Kommunikationsfachleute müssen konsequent ihre Zielgruppen ausleuchten und die Kommunikation entsprechend aufbauen. Ein Beispiel: Unsere Gesellschaft funktioniert individualistisch, das «Ich» zählt. Die asiatische Gesellschaft hingegen ist kollektivistisch, das «Wir» zählt. Da reicht es nicht, Kommunikation zu übersetzen. Sie muss passgenau aufgebaut werden und die kulturellen Codes berücksichtigen – von Anfang an.

#### **Methoden und Unterlagen**

Eine umfassende Dokumentation erläutert theoretische Modelle und Begriffe. In zahlreichen praktischen Übungen erarbeiten die Teilnehmer ge-

meinsam das nötige Grundlagenwissen. An einem konkreten Business Case wird das Erlernte angewendet und vertieft. Ein Besuch bei ABB Schweiz vermittelt einen Einblick in die Diversity Praxis eines multinationalen Konzerns und rundet das dreitägige Seminar ab.

#### **Termin**

16. bis 18. November 2009  
jeweils 9 bis 12.30 und 13.30 bis 17 Uhr

#### **Investition**

Das Seminar kostet 1590 Franken inklusive Annullationskostenversicherung und Dokumentation.



## Über die Dozentin

Marianne Roth ist die Inhaberin von Marianne Roth Communications, Zürich. Sie ist PR-Beraterin BR/SPRG und absolvierte einen Weiterbildungsmaster in Intercultural Communication (MIC) in Lugano.

Als langjährige Leiterin der Abteilung Kommunikation und Fundraising eines Schweizer Hilfswerkes und Mitglied der Geschäftsleitung kennt Marianne Roth

interkulturelle Kommunikation aus erster Hand. In ihrer Funktion als Mediensprecherin organisierte sie verschiedene Medien- und Delegationsreisen nach Afrika, Mittelamerika, Osteuropa und in den Mittleren Osten. Sie lebte unter anderem in Südafrika, China und in der Türkei.

## Fragen? Fragen. Wir beraten Sie gern.

Claudine Heinz, [heinz@spri.ch](mailto:heinz@spri.ch), 044 299 40 46.

Mehr Informationen finden Sie auf unserer Website [www.spri.ch/diversity](http://www.spri.ch/diversity).

Das Schweizerische Public Relations Institut SPRI ([www.spri.ch](http://www.spri.ch)) wurde 1969 von der Schweizerischen Public Relations Gesellschaft SPRG gegründet und 1980 in eine unabhängige Stiftung mit Hauptsitz in Zürich umgewandelt. Es fokussiert die praxisorientierte berufsbegleitende Aus- und Weiterbildung von Kommunikationsfachleuten aus Wirtschaft, Verbänden, Nonprofit-Organisationen, öffentlicher Verwaltung und Beratung. Die Kurse und Lehrgänge am SPRI werden jährlich von über 600 Absolventinnen und Absolventen besucht.