

Vortrag / Workshop (gesamt 45 Minuten)

Die Aquapädagogin in Kommunikation mit Babies, Kleinkindern und Eltern

Einleitung/ Vortrag)

1. Was ist Kommunikation?

Das Kommunikationsmodell von Shannon & Weaver,
mit Beispielen aus dem Alltag einer Aquapädagogin/er

2 Was ist Werbung?

...„gute Werbung v erkaufte Produkte“,
mit Beispielen aus dem aquapädagogischen Bereich

Hauptteil/ Workshop

Workshop1.: Körpersprache das non plus ultra...oder
wie wichtig ist die Stimme?

Workshop2, Der Umgang mit dem Kurs Raum.
Bedingungen vor Ort oder
schafft Distanz neue Möglichkeiten?

Workshop3,,: Erfinden und Entwerfen sie ihre eigene Aquaausrüstung
für ihre Kunden
oder alternativ...gestalte deinen eigenen Flyer für deine Kurse

Schluss: Präsentation der Gruppenergebnisse

Mein Name ist Claudia Konietzko, ehemalige Erzieherin, Kindertagsstättenleiterin, Kursleiterin und leidenschaftliche Aquapädagogin.

Ich bin froh, dass sie so zahlreich erschienen sind, denn kommunizieren tun wir alle irgendwie, auch wenn wir nicht sprechen.

Babies und Kleinkinder drücken viel über ihre Bewegungen, Gestik, Mimik und Sprachvermögen aus. Im Wasser erinnern sie uns manchmal an mutige Seelöwen oder drollige Pinguine.

Manche Eltern dagegen, wirken im Wasser eher wie ängstliche Entenmütter/Väter. Sie umkreisen ihre kleinen, halten sie fest und schnattern ganz aufgeregt, sobald sie ihr Territorium verlassen.

Das Kommunikationsmodell von Shannon & Weaver besagt, dass die Kommunikation aus 6 Elementen besteht.

1. die Informationsquelle
2. die Verschlüsselung
3. die Nachricht
4. der Kanal
5. die Entschlüsselung und
6. den Empfänger

Wau!!!! So manch einer von uns traut sich in diesem Moment schon gar nicht mehr frei zu sprechen.

Wie sollte ihrer Meinung nach eine Aquapädagogin im Wasser kommunizieren?

Wenn sie dabei an die Stimme, Haltung, Körpersprache, oder an die Optik denken?

Sollte sie vielleicht eher Signale, Zeichen oder Kommandos geben?

Was glauben sie?????

Beispiele aus der Tierwelt:

Nehmen wir einmal die Reiher. Sie ködern in manchen Gebieten der Welt ihre Beute mit einer raffinierten Technik: Sie legen einfach abgebrochene Zweige oder Insekten auf die Oberfläche eines Gewässers und warten bis die Fische anbeißen.

Könnte irgendwie eine Ähnlichkeit haben zur Poolnudel, die einfach so im Wasser schwimmt. Oder wie interessant gestalten sie diese Aufforderung sich im Wasser zu bewegen?

Ein anderes Beispiel:

Huftiere in der afrikanischen Savanne „lesen „ aus dem Verhalten eines jagenden Löwenrudels, ob heute „ZebraTag“, „GnuTag“ oder „Büffeltag“ ist und bleiben entweder gelassen bei ihrem Büschel Gras oder suchen schnell eine andere Weidefläche.

Also...Eltern im Wasser „lesen“ aus dem Verhalten unsererseits, ob heute „SingTag“, „TauchTag“ oder „SpielTag“ ist und bleiben entweder gelassen und fröhlich mit den Kindern da, oder kommen das nächste Mal einfach nicht! Oder vielleicht doch????

Welche Informationen, welche Nachrichten, welche Verschlüsselungen geben sie ihnen mit auf den Weg

Wie „verkaufen“ sie sich im Schwimmbad als engagierte Aquapädagogin????

Was ist Werbung???

Werbung ist alles.....und genau das ist das Problem.

Warum????

Es klingt so simpel, dass man es nicht versteht. Es ist wie die Erkenntnis, dass man nicht kommunizieren kann. So kann man nicht werben.

Woraus folgt..

Werbung ist immer Kommunikation. Kommunikation ist immer Werbung.

Ich gebe Ihnen 4 Beispiele und vielleicht haben sie das eine oder andere schon ausprobiert oder anders erlebt.

1.Beispiel

Auf dem Weg zum Schwimmbad begegnen sie einer Familie mit Kleinkindern.

Sie sprechen sie direkt an, ob sie zum nächsten Babykurs/ Babyschwimmen 2 kommen mögen.

Das ist Direct Marketing

2. Beispiel

Sie fragen ihre Nachbarin, ob sie im Kindergarten Werbung für ihren

Kleinstkinderschwimmkurs machen würde. Sie geben ihr dafür 10 Euro.

Das ist klassische Werbung.

3. Beispiel

Sie fragen 2 Freundinnen, ob sie sich zwei mal in der Woche in die Kinderarzt

Gemeinschaftspraxis setzten, um laut und deutlich über ihre gut besuchten

Babyschwimm/Kleinstkinderkurse zu erzählen

Das ist Public Relation

4.Beispiel

Sie sind bei einem Schulfest, trinken Kaffee, essen ein Stück Kuchen....

Da kommen plötzlich 3 Familien mit ihren Kindern auf sie zu und sie werden wie folgt angesprochen: Hallo, wir haben gehört, dass sie tolle Babyschwimmkurse anbieten

Wir würden uns gerne bei Ihnen anmelden.

Und das sehr geehrte Damen und Herren ist die Kraft der Marke.

Die beste Werbung sind ihre Kunden