



Neues Netzwerk
Mitglied werden in der
karriere-VIP-Lounge

Offshoring
Wie Jobverlagerung
Arbeitsplätze schafft

Studiengebühren
So kriegen Sie die
500 Euro zusammen

karriere

Das junge Job- und Wirtschaftsmagazin

www.karriere.de

Karriere

02
2005

Deutschland 3,- €
Österreich 3,- € / Schweiz 5,00 CHF
Belgien 3,40 € / Niederlande 3,40 €
Luxemburg 3,40 € / Dänemark 3,00 €
Italien 3,00 € / Spanien 3,00 € / Portugal (Cont.) 3,00 €



Aufbrecher 2005

Die mutigsten Ziele des Jahres: Flutschäden beseitigen, Job finden, Politik aufmischen, Buch schreiben, nach London gehen, Familie gründen, von Musik leben, Welt umfahren, Behinderung meistern, Filme machen, erste Million verdienen, Brandopfern helfen, Unternehmen gründen, Studium packen, Grandhotel managen, Haus bauen, Ironman gewinnen, Wiederaufbau organisieren.

Interview: Star-Architekt Daniel Libeskind über seine Zukunftspläne nach dem Mega-Projekt Ground Zero

Psycho-Test: Sind Sie bereit für Großes?



Haspeln, Hüsteln, Händezittern ist ihr täglich Brot: Medientrainer machen Manager fit fürs Mikrofon. Wie bitter nötig es selbst Wirtschaftsbosse haben, zeigt Mario Ohovens peinliche Flucht aus dem N24-Studio. Dabei ist es kein Hexenwerk, öffentlich eine gute Figur zu machen. Medienexperten verraten ihre Tricks.

„Ich

muss weg!“



Fauxpas vor laufender Kamera: Die Fragen eines N24-Moderators nach dem neuen Steuermodell des Mittelstandes brachten Vorstandspräsident Mario Ohoven derart aus dem Konzept, dass er Hals über Kopf das Studio verließ.

Er hätte es besser wissen müssen, er ist ein Profi. Als Mario Ohoven, Präsident des Bundesverbands mittelständische Wirtschaft, ein neues Steueroptionsmodell seines Verbands vorstellt, wird er nach der Pressekonferenz vom Nachrichtensender N24 interviewt. Doch er stottert, kann sich nicht an die Details erinnern, blickt fahrig umher, blättert. Springt plötzlich auf, presst ein gehetztes „Ich muss weg“ heraus und stürzt hast-du-nicht-gesehen aus der Live-Sendung. Wochenlang zieht Stefan Raab in „TV total“ die Szene durch den Kakao.

GNADENLOS ÖFFENTLICH > „Manager stehen heute sehr viel stärker unter Beobachtung als noch vor zehn Jahren“, sagt Wolf Achim Wiegand, Medientrainer in Hamburg. Seit die Konjunkturkrise das letzte Dorf erreicht hat, sind Märkte und ihre Macher aus den Schlagzeilen nicht mehr wegzudenken – Debatten um Ausbildungsplatzabgaben und die Gehälter deutscher Top-Manager finden nicht mehr nur in der FAZ, sondern auch in der Bild-Zeitung statt. Informationsquellen und -bedarf haben sich zudem vervielfältigt, die Berichterstattung wird immer personalisierter.

„Früher fanden die Manager noch ein freundlicheres Umfeld vor. Jetzt ruft Panorama an und will ein Statement zum Strategieversagen und zur Arbeitsplatzverlagerung nach China“, beschreibt Stefan Wachtel, Senior Coach des Frankfurter Dienstleisters Expert, die Entwicklung. Ahnungslosigkeit, die Angst vor Blackouts und provozierenden Fragen führten wiederum zu Unsicherheit und „sichtbarem Unmut“ bei der Beantwortung unangenehmer Fragen – von Journalisten, Bürgerinitiativen oder der Betriebsversammlung.

Öffentliche Verweigerung aber ist schlecht fürs Image und fürs Geschäft. Die Haltung, es nicht nötig zu haben, geben daher inzwischen sogar medienscheue Mittelständler oder Festungen wie Lidl auf. Schon Bereichs- und Produktionsleiter werden auf klare Sätze und einfache Botschaften getrimmt, um nicht nur beim ersten Interview, sondern auch im Dialog mit lokalen Interessenvertretern, vor der Betriebsversammlung oder bei Podiumsdiskussionen eine gute Figur abzugeben.

„Ich wusste gar nicht, dass ich Journalisten bitten kann, in einer Stunde wieder anzurufen“, erinnert sich Thomas Keidel, Vorsitzender Geschäftsführer der Carl Mahr Holding, an seine ersten Gehversuche in der



TIPPS & TRICKS
Kino im Kopf

- 1. Terrain sondieren**
Wer ist Ihr Publikum, was kann man bei ihm voraussetzen, welche Fragen will man Ihnen stellen? Bei externen Auftritten haben Sie das Recht, den Kontext zu kennen. Nutzen Sie es.

Öffentlichkeit. Mit rund 650 Mitarbeitern in Göttingen ist der Messtechnik-Hersteller Carl Mahr einer der großen Arbeitgeber im Harz. Seit Beginn der Krise musste Keidel immer wieder vor die Kameras: wirtschaftliche Lage, Ausbildungssituation, Standort Deutschland – das volle Programm. Doch erst als ein Auftritt bei Sabine Christiansen ins Haus stand, beschloss Keidel, seinen Auftritt zu professionalisieren.

JEDE GESTE ZÄHLT > In Gruppencoachings oder exklusiven Einzeltrainings für mehrere Tausend Euro am Tag versuchen Medientrainer, ihren Kunden klar zu machen, dass sie in einer Informationsgesellschaft leben. Dass jede Geste und Aussage positiv oder negativ ausgelegt werden kann. „Dann gehen wir die einzelnen Auftritte durch“, er-

- 2. Kopf ordnen**
Die Kernbotschaften sollten schon in der Vorbereitung formuliert werden. Laut üben hilft der Erinnerung im Ernstfall auf die Sprünge. Fremdwörter und Fachbegriffe sind tabu.
- 3. Kurz fassen**
Bei Fernseh- und Radiointerviews werden Statements auf 15 bis 20 Sekunden zusammengeschnitten. In

klärt Wolf Achim Wiegand. Vor Aktionärsvertretern sind Fakten gefragt, einem Radiosender genügen drei Sätze – kurz und knapp und möglichst bildhaft.

Das äußere Regelwerk ist rasch verinnerlicht: Nichts kariertes, nichts Gestreiftes, stattdessen gedeckte Kleidung und weder bei der Hauptversammlung noch bei Sabine Christiansen in den Sessel fläzen. Auch die Aktion von Deutsche-Bank-Chef Josef Ackermann, der zum Auftakt des Mannesmann-Prozesses vor die Kameras tritt und zwei Finger zum Victory-Zeichen hebt, gehört zu den unmittelbar einsichtigen Dont's der Medientrainer. Denn die Strafe folgte auf dem Fuße: Die Deutsche Bank kassierte im ersten Halbjahr 2004 fünf Prozent mehr kritische Berichte als im selben Zeitraum 2003, ermittelte das Analyse-Institut Me-

- dieser Zeit müssen Sie das Wichtigste überbringen können.
- 4. In Bildern denken**
Überlegen Sie sich anschauliche Bilder und Beispiele, die Ihre Kernbotschaften stützen. Am besten aus dem Lebensumfeld Ihres Publikums.
- 5. Sicherheit ausstrahlen**
Bei Live-Interviews, stehend vor der Kamera, ist nur ein Stift in der Hand

zur Stütze erlaubt. In Podiumsdiskussionen wirken ein paar Karteikarten oder Blätter durchaus professionell, Berge von Unterlagen dagegen chaotisch.

ÜBEN, BIS ES SITZT > Schwieriger sind die inhaltlichen Feinheiten: „Ich arbeite mit meinen Klienten darauf hin, dass sie nicht nur Fragen beantworten, sondern Botschaften platzieren“, sagt Karsten Bredemeier, der schon Vorstände von Allianz, Deutscher Bank, aber auch viele Journalisten stottern sah. Authentizität, Glaubwürdigkeit und Verständnis, so Bredemeier, sind die Garantien für einen gelungenen Medienauftritt.

Der Trainer jagt seine Klienten dafür durch fiktive Talkrunden und Hauptversammlungen, trainiert Einstiegsbotschaften und Schlüsselaussagen, die richtige Anrede und Blickkontakt beim Sprechen. Wenn nö-

6. **Gestik einsetzen**
Halten Sie sich bei der Anzahl und Dauer Ihrer Redebeiträge zurück, vor allem bei mehreren Gesprächspartnern. Kommentieren Sie andere

lieber einmal durch Lächeln, Zurücklehnen/Verbeugen, Kopfschütteln oder Nicken.

7. Kritische Fragen
...müssen Sie nicht beantworten. Statt eine (dumme) Gegenfrage zu stellen, sollten Sie sie lieber als „jetzt nicht relevant“ abschütteln, auf die Metaebene wechseln und die Diskussion in eine andere Richtung lenken.