

Erfolg mal zwei mit dem Fortsetzungsmodul

„Ich habe mir vorher überhaupt nicht vorstellen können, wie oft ich die im Medien- und Präsentationstraining gecoachten Verhaltensweisen und Kniffe in meinem beruflichen Alltag einsetzen würde, um wirklich erfolgreich zu sein“. Ein schönes Lob für Teil 1 des vero-Trainingsangebotes, dem folgerichtig ein Teil 2 hinterhergeschickt wurde.

Die Eingangsfrage lautete natürlich: „Was hat das erste Seminar gebracht? Konnte die Presse für die ‚Vermarktung‘ der eigenen Botschaften genutzt werden? Hat sich der Auftritt verbessert? War man unterm Strich erfolgreicher?“ Ja, lautete die einhellige Antwort der Wiederholungsteilnehmer, die das Trainierte erfolgreich konkret angewendet haben. Kein Wunder also, dass die Teilnehmer aus unterschiedlichen Unternehmen der Baustoffindustrie auch die über vero initiierten Fortsetzungscoachings in Hamburg gebucht hatten.

„Das Seminarangebot sollte eigentlich nur ein Versuch sein“, berichtet vero-HGF Raimo Benger. „Ziel war, die Unternehmen mit dem undurchsichtigen Medienschwung vertraut zu machen und für Auftritte vor Kamera und Mikrophon, aber auch auf Pressekonferenzen, Podiumsdiskussionen und für Verhandlungen zu professionalisieren.“ Ein Können, das in unserem Medienzeitalter unverzichtbar geworden sei. Daher habe man dieses mit einem Kurzvortrag auch beim Unternehmerforum im Juni 2015 in Braunschweig thematisiert. Dass sich dieses Training so erfolgreich etablieren würde, habe die Verbandsverantwortlichen positiv überrascht.

Als Trainer konnte der Fernsehjournalist Gerd Rapor verpflichtet werden, der seit mehr als 25 Jahren im Trainingsgeschäft tätig ist. Der Medienfachmann beherrscht aus langjähriger Erfahrung die Klaviatur des Umgangs mit den Medien sowie der professionellen Präsentation. Zahlreiche namhafte Persönlichkeiten aus Politik und Wirtschaft wurden von ihm für öffentliche Auftritte und Verhandlungen fit gemacht.

Vero-Geschäftsführer Markus Schumacher verweist darauf, dass insbesondere der professionelle Umgang mit Krisensituationen für die Unternehmen zum Knackpunkt werden könne: „Es ist nicht nur wichtig zu wissen, wie man sich gegenüber den Medien richtig verhalten und optimal präsentieren sollte, vielmehr geht es auch darum, die Presse für sich

zu gewinnen oder zu nutzen.“ Das Training gebe den Teilnehmern das Handwerkszeug in die Hand, um ihre Botschaften optimal zu präsentieren. Das gelte aber nicht nur in Konfliktsituationen vor Kamera und Mikrophon oder auf Pressekonferenzen, sondern auch vor einem Publikum, beispielsweise in Podiumsdiskussionen oder Bürgerfragestunden mit Kritikern. „Diese Mechanismen sind aber auch in Gesprächs- und Verhandlungssituationen mit Behörden und Kunden von großem Wert“, ergänzt Schumacher.

Schwerpunkte der Fortsetzungsseminare bildeten die Körpersprache in allen Facetten, aber auch die Stimmmodulation. Diese wurde bei jedem Einzelnen getestet und bei manchem mit Sprechübungen ein wenig nachjustiert. Nicht zuletzt wurde auf Wunsch der Gruppe das Thema „Umgang mit Lampenfieber“ ausführlich behandelt. In einer weiteren Übung ging es darum, Lügner zu entlarven. Sprech-, Atem-, Artikulations- und Erzählübungen gehörten ebenfalls zum Training. Natürlich mussten im Ergebnis des Geübten auch mediengerechte Statements abgegeben werden.

„Nur wenn der Inhalt der Botschaft und die Körpersprache exakt übereinstimmen, gelingt es, die Zuhörer und Zuschauer zu überzeugen“, berichtet Gerd Rapor. Dabei spielen Glaubwürdigkeit, Verständlichkeit sowie der sympathische, verbindliche und authentische Auftritt eine große Rolle.

Nicht zuletzt gewinnen die Teilnehmer, die mit einer Videokamera trainieren, enorme Sicherheit. Sie erhöhen die Reichweite des Unternehmens, festigen dessen Image und fördern automatisch die Motivation und Zufriedenheit der Mitarbeiter. Unterm Strich ist das eine Art Werbung zum Null-Tarif; vor allen Dingen dann, wenn man sich in den journalistischen Bereichen eines Mediums wiederfindet.

Zur Festigung des Erlernten fanden selbstverständlich im Fortsetzungsmodul auch Rückgriffe auf das vorherige



AHA-EFFEKT: Medientraining mit Vorher-nachher-Ergebnis im Vergleich. Gerd Rapor (2.v.r.) mit trainingswilligen Unternehmern und den Verantwortlichen Mitorganisatoren des Verbandes im Seminarraum und vor dem Verbändehaus. Fotos: vero

Grundseminar statt. Die Struktur, der kontrollierte Dialog und die moderne Presse- und Öffentlichkeitsarbeit wurden mit Rollenbeispielen wiederholt, wie auch ein fiktives Kriseninterview, das die Teilnehmer mit diversen Fallstricken und Fettnäpfchen zu überstehen hatten.

Das Training sei sehr intensiv und anstrengend gewesen, resümierte ein Seminarernehmer. Aber es habe sich wieder gelohnt. Alle Teilnehmer waren nach dem Training in der Lage, in 30 s ihre wichtigsten Botschaften hörfunk- und fernsehgerecht, aber auch umgangssprachlich und damit verständlich zu präsentieren.

Für die Teilnehmer war klar, dass es stetig weitergehen soll. So wurden weitere Trainingswünsche festgeschrieben. Neben dem obligatorischen Wiederholen und Verfestigen der Trainingseinheiten soll es in den Fortsetzungsmodulen um das perfekte Schreiben von Presseinformationen, das Kommunikationsquadrat von Friedemann Schulz von Thun und die Farmenschen nach Hippokrates gehen.

Die Verantwortlichen bei vero und der Trainer sind sich sicher, dass die mittlerweile medienbegeisterten Teilnehmer bis zum Seminarstart noch weitere interessante Trainingswünsche zusammentragen werden. Die nächsten Termine 2016 wurden per vero-Rundschreiben bekannt gegeben, können aber separat nochmals bei vero oder direkt unter g.rapor@media-concept-kiel.de erfragt werden.

- www.vero-baustoffe.de
- www.media-concept-kiel.de