

## Teil II - Strategischer Imageaufbau: „Experte \*) für ...“

\*) ich wähle hier aus Einfachheitsgründen die Form „Experte“ und meine damit auch alle fantastischen Expertinnen, die es zu den verschiedensten Themenbereichen gibt.

Im ersten Teil dieser Kolumne haben wir festgestellt: PR ist als ständig stattfindender Prozess „im Hintergrund“ (aber nicht an zweiter Stelle!) zu sehen. Sie muss zeitgleich zu allen anderen Maßnahmen ihren fixen Platz finden. PR-Maßnahmen, die schnell mal eingeleitet werden, weil die Auftragslage gerade nicht so rosig ist, werden ihre volle Wirkung erst zeitversetzt zeigen und damit die aktuelle Lage nicht sofort verbessern. PR ist ein Prozess, der aufbaut, sich entwickelt. PR bedeutet auch - in gewissem Maße - eine gute Portion Geduld.

Neben der Steigerung der Bekanntheit ist eine der Hauptaufgaben der PR die Schaffung von positivem Image und exzellenter Reputation. Diese Reputation dient dazu, dass Sie à la longue regelmäßig gebucht werden, Ihr Wissen als Experte von Unternehmen und privaten Coaching-Kunden mehr und mehr gefragt ist.

Image und Reputation entstehen nicht über Nacht. Ein Image setzt sich aus vielen regelmäßigen Einzelbotschaften zusammen, die über die Monate und Jahre von den Zielgruppen erst unbewusst, später bewusst, aufgenommen werden. Ein Imageaufbau ist also ein langfristiger, ständig andauernder Prozess. So lange es dauert, ein bestimmtes Image nachhaltig aufzubauen, so schnell ist es durch eine Krise zerstört. Denken Sie an das BP-Desaster von vor einiger Zeit .. Wir haben es also nicht nur mit Imageaufbau, sondern auch mit sorgfältiger und ständiger Imagepflege und -erhaltung zu tun.

Ihr Ziel ist es doch, ein Image als „Experte für ..“ aufzubauen? Wie gehen Sie am besten vor? Voraussetzung für einen echten Expertenstatus ist, dass Sie nicht zu viele Themen in Ihrem Repertoire haben. Sie können nicht Experte für alles sein. Wählen Sie also Ihre Schlüsselqualifikation als Hauptgeschäfts- und Kommunikationsthema und beginnen Sie, dazu sehr viel zu sagen. Konsequente, markante Kommunikation immer in diese Ihre gewählte thematische Richtung sorgt für die langsame, aber sichere Festlegung und Unterstreichung Ihres Expertenstatus. Klug und umsichtig kommuniziert, sind Sie relativ bald in den Köpfen der Zielgruppen als DER Experte verankert.

Dazu ist natürlich immens viel Fachwissen und Sachkenntnis auf Ihrem gewählten Gebiet erforderlich. Expertenstatus kann nur erlangen, wer wirklich Experte und sattelfest ist.

Das ultimative Ziel muss sein: Sobald diese Thematik erwähnt wird, denken alle automatisch an Sie, und Ihr Name ist der erste, der den Menschen in den Sinn kommt. Das gilt besonders auch für die Presse. Medienvertre-

ter suchen oft ad hoc Zitatgeber oder Informanten zu einem bestimmten Thema. Ist Ihr Expertenstatus richtig etabliert, wird man Sie auch von der Medienseite her nicht übersehen.

Die Kanäle und Instrumente, mit und auf denen Sie Ihren Expertenstatus verbreiten können, werde ich in den folgenden Kolumnen genauer darstellen.

Im folgenden Teil erfahren Sie, warum die klassische PR-Arbeit in Form von Fachartikeln trotz aller wichtigen Social Media Kanäle der Grundstein jeder seriösen PR-Arbeit ist ...