

Schreiben Sie doch mal was über mich!

Namen sind Nachrichten lautet ein Sprichwort. Für jedes Thema gibt es ein paar bundesweit bekannte Namen und die werden zitiert. Manchmal klingt der Name so gut, dass er auch zitiert wird zu Themen, die gar nicht seine Kern-Kompetenz sind. Keine Frage, diesen Zustand will jeder Trainer gern erreichen. Darüber, wie das gelingen kann, hat sich Susanne Petz, die vom Journalismus über eigene Trainings zur Pressearbeit u.a. für Speaker kam, ein paar Gedanken gemacht.



Sie sitzen morgens beim Frühstück, schlagen die Süddeutsche auf und lesen auf Seite eins des Feuilletons einen Bericht über ein Konzert der Holzhausener Feuerwehr-Kapelle in der Tenne eines Bauernhofes am Starnberger See. Die Kapelle hat bayerische Volksmusik gespielt, Titel wie „In München steht ein Hofbräuhaus“.

Sie wären wahrscheinlich sehr erstaunt. Zu recht. Solche Artikel finden sich auf der ersten Feuilleton-Seite der SZ gemeinhin nicht. Doch die Erwartungshaltung so manch eines Trainers, der seinen Bekanntheitsgrad mit Pressearbeit steigern möchte, ist mit einem so unerwarteten Leseerlebnis – etwas böse formuliert - durchaus vergleichbar. Und es liegt klar auf der Hand: So kann das nicht funktionieren. Deshalb beginnt Pressearbeit, wie ich sie verstehe, mit der Suche nach dem Diamanten – dem Einzigartigen, dem Besonderen, das jeder von uns in sich trägt.

Doch zunächst noch einmal zurück zum Feuilleton: Wenn das Feuilleton der Süddeutschen Zeitung über ein Konzert schreibt, dann handelt es sich entweder um ein bundesweit bekanntes Orchester oder um eine ungewöhnliche Neuinterpretation eines bekannten Stückes. Auch die 20ste Aufführung von Bachs Violin-Konzerten durch die Berliner Philharmoniker wäre keinen Bericht mehr wert. Vielleicht aber eine

ungewöhnliche Interpretation alter bayerischer Volksmusik durch die Berliner Philharmoniker.

Wenn über ein noch unbekanntes Orchester berichtet wird, dann hat dieses z.B. eine herausragende Neuinterpretation eines bekannten Werkes aufgeführt und dies wahrscheinlich an einem Ort, der für das Entdecken noch unbekannter Größen schon einen guten Ruf hat. Oder das unbekannte Orchester hat eine ungewöhnliche Eigen-Komposition aufgeführt und damit einen ganz eigenen Stil kreiert. Auch diese Aufführung müsste in einer Location stattgefunden haben, die für hohe Qualität musikalischer Darbietungen einen bekannten Namen hat. Oder das unbekannte Orchester hat es geschafft, sich für eine Aufführung mit einem namhaften Dirigenten oder Solisten zu schmücken.....

Entdecken Sie das Einzigartige, das in Ihnen steckt

Wenn also ein Trainer oder Speaker zu mir kommt und sich mit Pressearbeit besser am Markt positionieren möchte, ist es noch gar nicht weiter tragisch, wenn seinen oder ihren Namen noch niemand kennt. Er ist dann eben das „unbekannte Orchester“. Aber er oder sie muß den Ehrgeiz haben, etwas Herausragendes zu leisten. Tragisch wird es, wenn ich auf meine Frage: Wofür stehen Sie denn? die Antwort bekomme: Ich trainiere oder spreche über Führungskräfte-Entwicklung. Bei Google erzielt man mit dem Stichwort Führungskräfte-Entwicklung über 300.000 Treffer. Zahllose Speaker und Weiterbilder haben sich dieses Themas angenommen. Das wäre also vergleichbar mit dem Song „In München steht ein Hofbräuhaus“....

Um als „unbekanntes Orchester“ für die Medien interessant zu sein benötigen Sie die „herausragende Neuinterpretation“ oder eine „ungewöhnliche Eigen-Komposition“ und einen „ganz eigenen Stil“. Auf den Bereich der Weiterbildung übertragen heißt das: Wenn Führungskräfte-Entwicklung Ihr Thema ist, dann benötigen sie eine extreme Zuspitzung Ihres Ansatzes. Das kann eine Methode sein, mit der Sie Ihren Klienten neue Erfahrungen ermöglichen, mit denen sie ihr Potential entdecken können; das kann eine Konzentration auf eine ganz bestimmte Berufsgruppe sein, die ihren Erkenntnissen nach vor allem in einem ganz bestimmten Bereich der Softskills Defizite hat; das kann das Herausarbeiten eines Wertes sein, den Führungskräfte in Ihren Augen zu wenig repräsentieren.

Schaffen Sie eine Verbindung zwischen Ihrer Biographie und Ihrer Arbeit

Wichtig ist, dass der Unterschied zwischen Ihrem persönlichen Herangehen an das Thema Führungskräfte-Entwicklung und den anderen bekannten Ansätzen nicht nur ein Detail ist. Die grundlegende Bedeutung Ihres Ansatzes muss klar und deutlich erkennbar sein. Ihrem eigenen Ansatz sollte eine wesentliche Erkenntnis, vielleicht sogar ein Lebensprinzip – Ihr Lebensprinzip! - zugrunde liegen. Erfassen und vermitteln lässt sich dies am schönsten anhand einer Geschichte aus der eigenen Biographie, die diese Erkenntnis hervor gebracht hat. Erst durch diese Verbindung zwischen Ihrer persönlichen Geschichte und Ihrem beruflichen Fokus wird Ihre Herangehensweise an das Thema einzigartig, authentisch, glaubwürdig und wirklich überzeugend.

Trainern, mit denen ich über Pressearbeit spreche, ist oft gar nicht bewusst, was ihr ganz eigener Ansatz ist und was dieser mit der eigenen Biographie zu tun hat. Manchmal werden z.B. frühere berufliche Erfahrungen nicht mehr gewertschätzt. Dabei sind sie vielleicht gerade die Grundlage, auf der sich der Arbeitsstil oder die Haltung des Trainers oder Speakers entwickelt hat. Was mir außerdem immer wieder auffällt ist, dass viele Kollegen sich möglichst breit aufstellen wollen und ihr Thema deshalb möglichst allgemein formulieren. Sie gehen davon aus, dass ihre potentielle Kunden-Zahl sich damit erhöht. Um Leuchtkraft zu entfalten, brauchen Sie jedoch nur einen Diamanten und den müssen Sie schleifen und polieren und auf ein schwarzes Kissen legen.

Wenn ich Trainer und Speaker, die sich öffentlichkeitswirksam positionieren möchten, berate, erarbeiten wir die Antworten auf folgende Fragen:

- für welches Kern-Thema stehe Sie? (nur ein Thema!)
- was hat Ihr Kern-Thema mit Ihrer Biographie und Ihnen als Mensch zu tun?
- wie unterscheidet sich Ihr Kern-Thema von der Konkurrenz?
- warum ist Ihr Kern-Thema für die Wirtschaft und für die Medien gerade jetzt interessant und aktuell?

Mein Thema als Trainerin ist z.B. Kommunikation. Kommunikationstrainerinnen gibt es wie Sand am Meer. Gleichzeitig ist Kommunikation in der Weiterbildung ein

Dauerbrenner, denn sie ist neben der fachlichen Kompetenz die entscheidende Variable für persönlichen Erfolg und Unternehmenserfolg. Ich trainiere keine allgemeinen Techniken, sondern erarbeite mit jedem meiner Kunden individuell sein persönliches Profil, seine Haltung und seine Ziele (wir schleifen und polieren Ihren Diamanten!) Mein biographischer Background ist der einer Journalistin, die seit Jahrzehnten in allen Medien-Bereichen arbeitet. Mein Glaubenssatz ist es, dass überzeugend nur auftreten kann, wer seine Persönlichkeit lebt, statt sich hinter uniformen Gedanken und austauschbaren Sach-Informationen zu verstecken. Meine persönliche Geschichte dazu erzählt von meinem Start als Film- und Fernsehproduzentin und wie ich dachte, mit einem teuren Designer-Anzug würde aus mir die perfekte Produzentin....

Zur Person:

Susanne Petz ist Journalistin, Coach und Beraterin für alle Themen der Kommunikation. Trainer, Speaker und Weiterbilder unterstützt sie in punkto Selbstpräsentation und Positionierung. Mit ihren Kunden entwickelt sie Buch-, Video- und PR-Konzepte. Sie lebt und arbeitet am Starnberger See.

Kontakt Beratung@susannepetz.de
www.Susannepetz.de

Susanne Petz
Medien **Kommunikation** Beratung