

Sich selbst in Szene setzen

David Rölleke

Wenn der Chef in der Öffentlichkeit als kompetente Persönlichkeit wahrgenommen wird, profitiert davon das Image des Unternehmens. Wie man zur medialen Marke wird, erklärt PR-Fachmann David Rölleke.

Tipp 1: Je konkreter, desto besser.

Der Titel „Chef“ oder „Vorstand“ ist medial zu allgemein und für die breite Masse gähnend langweilig. Daher sollte der Chef als Fachexperte für einen bestimmten Bereich tituliert und positioniert werden. Als Experte strahlt er Qualität aus und kann sich in den gängigen Expertenplattformen platzieren. Anstatt den Manager oder die Managerin einer Sparkasse zu präsentieren, wird er oder sie medial beispielsweise zum Experten für Sparthemen.

Gut platziert: Ein Interview oder Statement im richtigen Medium zum passenden Zeitpunkt...

(© dpa)

Tipp 2: Raus aus der Komfortzone und rein in das Vergnügen!

Es ist eine Übungssache, sich bei medialen Auftritten wohlfühlen. Daher gilt: Übung macht den Meister. Der positive Nebeneffekt ist, dass genau die kleinen Anfangsfehler, Versprecher und Schwitzattacken absolut menschlich sind. Und Menschlichkeit ist letztlich das, was zählt, denn so bauen Sie ganz nebenbei Vertrauen zu Ihren Kunden und Mitarbeitern auf. Natürlich sei an dieser Stelle erwähnt, dass es auch professionelles Kameratraining gibt.

Tipp 3: Je schneller, desto besser.

Eine tagesaktuelle Beobachtung der Medien ist das A und O für eine mediale Aufmerksamkeit. Denn letztlich gewinnt der Chef in den Medien, der am schnellsten sein Expertenwissen zu brandaktuellen Themen anbieten kann. Daher sollte am besten das gesamte Team täglich die Zeitung lesen und sich realistisch überlegen, zu welchen Themen ein Statement oder Interview sinnvoll ist. Wichtig sind tagesaktuelle Themen, wie zum Beispiel Finanznachrichten, Wirtschaftskrisen, neue Gesetze oder Innovationen des Unternehmens.

Tipp 4: Vorbereitung ist die halbe Miete.

Jeder zukünftige „Medienstar“ sollte eine Liste mit 25 möglichen Gastbeiträgen sowie 25 potenziellen Ratgebern über sein Expertenwissen in petto haben und diese natürlich den Medien anbieten. Wichtig dabei ist, dass sich jeder Chef persönlich mit den lokalen Medien befassen sollte. Denn Persönlichkeit baut Vertrauen auf, macht Eindruck und zeugt von medialem Interesse. Daher sollten Sie den Kontakt zu Medien auf gar keinen Fall delegieren!

Tipp 5: Unterstreichen Sie Ihren Expertenstatus mit einem Buch.

Heutzutage gibt es kaum etwas, was noch mehr Vertrauen bei Ihren Fans erzeugt als ein Buch. Denn mit einem Buch unterstreichen Sie gekonnt Ihren Expertenstatus und können sich als Autor betiteln. Ein Titel, mit dem nicht nur ein großes mediales Interesse, sondern auch Bewunderung, Anerkennung und Respekt verbunden sind. Um Spannung zu erzeugen, sollte das Buch eine Mischung aus Biografie und Expertenwissen sein.

...zeigt die Kompetenz, baut Vertrauen auf und sorgt für Aufmerksamkeit für den Chef und das Unternehmen.

(© dpa)

Tipp 6: Erstellen Sie einen Unternehmens-PR-Plan!

Das Jahr hat für gewöhnlich 365 Tage. Deshalb sollte ein zukünftiger Medienstar im Vorfeld einen 365-Tages-PR-Plan erstellen, in dem alle relevanten Ereignisse aufgeführt sind. Dazu zählen firmeninterne wie auch allgemeine, weltweite Events. Der Schlüssel liegt darin, die PR-Arbeit auf diese Themen auszurichten. So kann sich beispielsweise ein Arbeitsrecht-Experte zur Londoner Fashion Week und den Arbeitsverträgen der Models äußern. Außerdem gibt es weltweit viele skurrile Feier- und Jahrestage, die als Aufhänger für die Berichterstattung genutzt werden können.

Tipp 9 3#4: Der magische Tipp für alle Fans der Printmedien.

Printmedien sind eine effektive Möglichkeit, um Bekanntheit schnell in einem Fachgebiet aufzubauen. Im Vergleich zu den Online-Medien ticken die Uhren bei den Printmedien etwas langsamer. Deshalb ist es sinnvoll, bei einer entsprechenden Berichterstattung mindestens sechs Wochen Vorlaufzeit einzuplanen. Online kann dahingegen mit zwei Wochen Vorlaufzeit gerechnet werden.

David Rölleke: Sich selbst in Szene setzen, in SparkassenZeitung (30. November 2019). URL: <https://www.sparkassenzeitung.de/kommunikation/sich-selbst-in-szene-setzen.html>. Abgerufen am: 02. Dezember 2019



Scannen Sie diesen Code mit Ihrem Smartphone
und lesen Sie diesen und weitere Beiträge online