

Pressesprecher 01/07

## Licht, Kamera, Action!

TV-Konform sprechen will gelernt sein.

**48 KARRIERE**

pressesprecher 01/07



# LICHT, KAMERA, ACTION!

TV-KONFORM SPRECHEN WILL GELERNT SEIN. NICHT IMMER GELINGT PRESSESPRECHERN DAS. DABEI LOHNT ES, SICH ZU RÜSTEN: UNTERNEHMEN SUCHEN IMMER HÄUFIGER GEZIELT TELEGENE SPRECHER. PROFESSIONELLE HILFE IST DABEI NÜTZLICH.

► Schweiß perlt von der Stirn des Pressesprechers. Der Blick flackert nervös, die Stimme beginnt zu bebren. Jetzt merkt es auch der letzte Fernsehzuschauer: Der Pressesprecher schwimmt. „Diese Frage haben Sie mir doch schon einmal gestellt“, erwidert er auf die hartnäckigen Fragen des Reporters. Als der noch immer nicht locker lässt, platzt es aus ihm heraus: „Ich glaube, das war es dann, oder?“ Und drängt auf ein baldiges Ende der quälenden Vorführung. Unbarmerzig hält der Kameramann drauf. Der PR-Gau im Magazin-Beitrag ist perfekt. Die Szene wird



**KARRIERE**

TEXT  
JOHANNES GRAF

THEMA  
Vor der Kamera zu stehen, ist nicht jedermanns Sache. Wer es aber kann, hat klare Karrierevorteile.

nicht herausgeschnitten. Im Gegenteil: Am Abend dient sie dann als Beleg dafür, dass das Unternehmen etwas vertuschen will.

### NICHT JEDER GEHT BADEN

Dieser Fall ist erfunden – jedoch realistisch. Frontal-21-Redaktionsleiter Claus Richter erlebt ihn so oder ähnlich immer wieder: „Allzu oft verharmlosen und beschönigen Pressesprecher in unseren Interviews. Das wirkt unglücklich, wenn handfeste Belege dagegen stehen.“ Zumeist sind Sprecher die Figuren, die im Hintergrund am Unternehmensimage arbeiten.

Doch immer häufiger müssen PR-Verantwortliche in TV-Beiträgen oder bei Live-Schaltungen von Pressekonferenzen im wahrsten Wortsinn den Kopf hinhalten. Und sind dafür nicht gut gerüstet. Sie geraten in den Fokus, wenn Krisen ins Haus stehen. Das sind keine leichten Situationen. Trotzdem: Viele Fehler könnten durch eine bessere Vorbereitung vermieden werden. Das haben auch die Unternehmen erkannt und achten daher verstärkt auf TV-Kompetenzen, wenn sie einen Kommunikationsjob vergeben. Zeit für die PR-Profis, sich darauf einzurichten.

Sicher: Nicht jeder Sprecher geht im Fernsehen baden. Bei vielen liegt das daran, dass sie in der Vergangenheit beim Fernsehen gearbeitet haben und wissen, was im Geschäft wichtig ist. Wie Jörg Howe etwa. Howe war sieben Jahre lang Chefredakteur bei Sat.1, davor bei der ARD. Als er dann im Jahr 2004 zu KarstadtQuelle kam, konnte er aus dieser Erfahrung schöpfen. Nach wenigen Monaten schon brach die große Krise über den Kaufhaus-Konzern herein. In den Zeitungen stand zu lesen, das Haus habe große finanzielle Schwierigkeiten und wolle fast die Hälfte der Kaufhäuser in Deutschland schließen. Arbeitsplätze standen auf dem Spiel – da horchen die Medien immer sofort auf. TV-Anfragen prasselten auf KarstadtQuelle ein. Jörg Howe war permanent vor der Kamera gefordert. „Wir wurden ja geradezu von Kamerateams belagert. Da war es schon hilfreich, sich mit den Leuten und den technischen Voraussetzungen einer Fernseh-

produktion auszukennen“, sagt er rückblickend.

#### UM KOPF UND KRAGEN

Der Weg vom Fernsehen in die Kommunikation ist zwar kein Einzelfall. Aber nicht jeder Pressesprecher kann solch einen Hintergrund vorweisen. Und nicht jeder muss es: In vielen Unternehmen sprechen die PR-Verantwortlichen überhaupt nicht im Fernsehen. Wenn ein Kommunikator vor die Mikrofone treten muss, dann ist es zumeist nur die vorderste Riege. Es kann jedoch immer wieder eine unerwartete Krise kommen, in der eine spontane Reaktion gefragt ist. Dabei begehen PR-Profis häufig Fehler: Sie werden unsicher, weil sie sich schlecht vorbereitet haben. Vor einem Auftritt sollte daher immer klar sein: Was will der Reporter? Und wie reagiere ich auf seine Fragen? Professionelle TV-Journalisten lassen sich auch von geschickten Antworten nicht aus dem Konzept bringen. Sie greifen dann in die Trickkiste: „Sehr be-

liebt ist, das Mikrofon nach dem Ende einer Stellungnahme ein wenig länger hinzuhalten, so dass der Sprecher das Gefühl bekommt, er müsse noch etwas sagen. Und dann reden sich viele um Kopf und Kragen“, sagt Pietro Nuvoloni, der mit einem Partner zusammen das Medienberatungsunternehmen

---

**„WIR WURDEN DAMALS VON KAMERATEAMS GERADEZU BELAGERT.“**

JÖRG HOWE

dictum media gegründet hat. Die Patzer könnten manchmal nicht peinlicher sein: „Hat der Pressesprecher Entlassungen zu verkünden, dann passiert es oft ungewollt aus Nervosität, dass er anfängt zu lächeln. Und das geht natürlich gar nicht.“ Eines sollte Kommunikation im TV wie auch sonst im-

mer beherzigen: Bei der Wahrheit bleiben. Schnell sind in schlechten Zeiten widersprüchliche Aussagen zusammen geschnitten, der Schaden liegt dann beim Unternehmen. „Die Rache des Journalisten ist das Archiv“, sagt Coach Pietro Nuvoloni.

Wer unter Hochbelastung richtig reagiert, kann für das Unternehmen Gold wert sein. Und hat bei der Neubesetzung von Kommunikationsjobs die besten Karten: „Das wird oft unterschätzt. Über uns werden immer wieder Kräfte gesucht, die bei Fernsehauftritten fit sind“, sagt Christian Löcker, Geschäftsführer der GK Personalberatung, die sich auf die Kommunikationsbranche spezialisiert hat. (Aber: „Ob es erforderlich ist, hängt mit der Bedeutung, des zu vergebenden Postens zusammen“, sagt Ulrich Schuhmann, Geschäftsführer des gleichnamigen Kölner Beratungsunternehmens für Personalfragen.)



Wenn die Kameras auf den Sprecher gerichtet werden, dann beginnt häufig das große Flattern. Muss nicht sein: Medientrainer zeigen PR-Profis wie es richtig geht. Dann klappert es auch mit dem nächsten Job.

#### ARBEITSPROBEN GEFRAGT

Und der Trend verstärkt sich: Immer mehr Unternehmen brauchen in Zeiten von Internet-TV-Projekten und Livestreams kamerataugliche Kommunikatoren. In Zukunft werden PR-Abteilungen vermehrt auf Vodcasts und ähnliche Ange-

## „NICHT DIE EITELSTEN SIND DIE BESTEN PRESSESPRECHER IM FERNSEHEN.“

bote im Netz zurückgreifen, um ihre Zielgruppen zu erreichen. Wenn es dann an die Einstellung von neuen PR-Profis geht, stellt sich für Unternehmen und Personalberater die Frage danach, wie die Medientauglichkeit eines Sprechers bewertet werden kann. „Wichtig sind Arbeitsproben, also Mitschnitte von TV-Interviews und anderen Erfahrungen im öffentlichen Sprechen“, sagt Löcker. Wenn das nicht vorliegt, dann entscheiden die meisten Personalchefs nach dem Eindruck aus dem Vorstellungsgespräch: „Es ist schnell

ersichtlich, wie souverän eine Person auftritt und wie sehr sie in der Lage ist, Ruhe dabei auszustrahlen“, sagt Schuhmann.

#### TV-UMGANG ERLERNBAR

Sich auf das Medium des bewegten Bildes einzustellen ist also für angehende PR-Profis bei der Karriereplanung wichtig. Noch immer sind die meisten PR-Verantwortlichen printfixiert. Eine Lücke, in die ambitionierte Berufsanfänger stoßen können. Und der Umgang mit dem Fernsehen ist erlernbar: „Das ist keine Talentfrage. Wenn man bereit ist, in der Öffentlichkeit zu stehen, ist der Rest Übungssache“, sagt Claudia Bender, Medientrainerin aus Berlin. Ein Medientraining kann helfen, falsche Muster im Umgang mit dem Medium Fernsehen abzubauen. „Ein Drittel eines guten Auftritts macht die Persönlichkeit aus. Die Abläufe sind trainierbar“, sagt Christian Löcker. Am Beginn steht dabei immer die Analyse: „Wir ermitteln gemeinsam Verhaltensmuster, die der Person auf den Leib geschneidert sind. Und entwickeln sie auf die jeweilige konkrete Situation hin“, sagt der Bochumer Kommunikationsberater Ulrich Sollmann.

Konkret heißt das: Kameramann, Tontechniker, Reporter, ein brisantes Thema und gemeine Fragen. Hinterher wird das Gespräch dann ausgewertet und an den Fehlern gearbeitet.

#### BESSER DEN MUND HALTEN

Reale Situationen können solche Trainings natürlich immer nur bis zu einem gewissen Grad simulieren. Dennoch helfen sie – und sorgen für bessere Chancen auf dem Arbeitsmarkt. „Nicht jeder, der drei Tage ein Medientraining absolviert hat, ist gleich ein Medienprofi. Das ist aber ein Indiz dafür, dass er Interesse an dem Thema hat“, sagt Personalberater Schuhmann. Gerade wer nach höheren Positionen strebt, kann mit Fernseherfahrungen punkten.

Bei allen Tipps und Tricks im Umgang mit der Kamera – eine grundsätzliche Regel ist: „Es gibt immer die Möglichkeit, keine Stellungnahme abzugeben“, sagt Nuvoloni. Manchmal muss mit der Abgabe eines Statements gepokert werden. Besser nichts, als das Falsche sagen. Nicht die Eitelsten, sondern die Gescheitesten sind die Pressesprecher mit der besten Wirkung im Fernsehen. ■