

# Souveränes Auftreten ist das A und O

Medientrainer Jörg-Michael Junginger zeigt Unternehmern, wie sie sich und ihre Produkte ins rechte Licht rücken

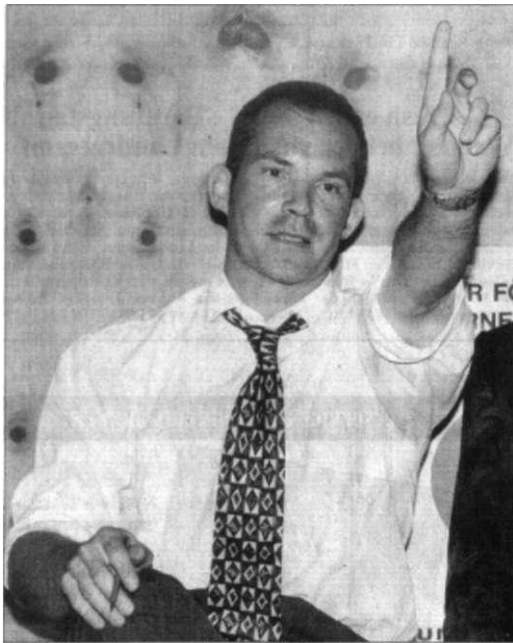
**E**s dauert keine 30 Sekunden, dann ist dem Kandidaten das Lachen gründlich vergangen. Der erfolgreiche Unternehmer, Chef von 50 Mitarbeitern, ringt verzweifelt um die richtigen Worte. Doch jedesmal, wenn er glaubt, im Duell mit seinem Gegenüber wieder auf die Beine zu kommen, redet ihn Jörg-Michael Junginger nieder. Gut, daß dieses Fernsehinterview nur fiktiver Natur ist. Denn das Image der Firma hätte' unter dem mißglückten Auftritt wahrscheinlich beträchtlich gelitten.

Die rund 20 mittelständischen Unternehmer, die auf Einladung des Bundesverbands' mittelständische Wirtschaft zum Seminar über den richtigen Umgang mit dem Medium Fernsehen in den Unterhachinger Gasthof „Franziskaner“ gekommen sind, unterziehen sich bewußt der harten Schule des Fernsehjournalisten und Medientrainers Junginger. Sie wollen fit werden für öffentliche Auftritte, damit sie ihre Firma in möglichst positivem Licht darstellen können.

## Person statt Produkt

Ob im öffentlichen-rechtlichen Fernsehen oder im kleinen privaten Regionalsender - souveränes Auftreten ist das „A und O“ der Unternehmenspräsentation. Es geht weniger um das Produkt als um die Person des Verkäufers, betonte Junginger. „Sachen werden über Personen entschieden.“ Das wollen viele Mittelständler nicht wahrhaben.

Sie pochen bei öffentlichen Auftritten auf ihr Fachwissen, preisen die Qualität ihrer Produkte an und setzen auf ihre persönliche Integrität. Das ist gut gemeint - doch es kommt im Medienzeitalter nicht wie erhofft an. Daß der schlagfertige



**NICHT DURCHDREHEN** bei persönlichen Angriffen, sonst hat man gleich verloren. Diese Warnung gab Jörg-Michael Junginger mit erhobenem Zeigefinger an die Unternehmer weiter. carm/Photo: Schunk

ge Junginger sie in Planspielen derart „zerlegt“, hätten sich die Unternehmer nicht gedacht. Halb zerknirscht, halb belustigt erkennen die gestandenen Geschäftsleute in der Runde, wie hilflos sie sind, wenn ein Vorwurf sie unvorbereitet

trifft. Ein Friedrich Küppersbusch oder eine Margarethe Schreinemakers, Profis im TV-Geschäft, zögerten keine Sekunde, einen Gast in ihrer Show mit Worten zu zerpfücken, wenn sie glauben, damit den Geschmack des Publikums

zu treffen, warnt Junginger. Darauf, daß es bei solchen Interviews fair zugeht, verlassen sich nur naive Neulinge im TV-Geschäft. Wer bei persönlichen Angriffen durchdreht, hat schon verloren. Profis wissen: TV-Unterhaltung wird produziert, um im Quotenwettbewerb zu bestehen und nicht, um Unternehmern eine kostenlose Werbeplattform zu verschaffen.

Die Zuversicht, daß die eigene Integrität und das Selbstbewußtsein ausreichen, um im Rededuell mit einem Profijournalisten zu bestehen, ist trügerisch, bleut Junginger seinen Schülern ein. Da hilft nur eins: Vorbereitung. Wer ins Fernsehen eingeladen wird, muß sich rechtzeitig informieren. „Ich muß wissen: Was erwartet mich“, betont Junginger. Um welches Thema geht es? Wer sind die anderen Talkgäste, welche davon gehören dem gegnerischen Lager an? Ist Publikum da? Wird die Sendung live ausgestrahlt?

## Absage statt Image-Ruin

Schwenkt der Interviewer entgegen der Absprache auf ein unangenehmes Thema ein, muß der Unternehmer richtig reagieren können. Dazu ist Training nötig. Im Zweifelsfalle gilt: Lieber nicht hingehen, bevor ein mißglücktes Interview das Image der Firma ruiniert. Vorbeugen sei leichter als der Versuch, ein desolates Image wieder aufzumöbeln, impft Junginger seinen Zuhörern ein.

Denn es sei nicht gerade verkaufsfördernd, wenn das Chemieunternehmen als Giftküche, der Maschinenbauer als Waffenschmiede und das Recyclingunternehmen als Energieverschwender in den Köpfen von Millionen Zuschauern hängenbleibt.

Astrid Pfeiffer