

Kurier
25. März 2006

GASTKOMMENTAR

Vorhang auf, Ihr Auftritt bitte!

Helga Tomaschik über die Unmöglichkeit, keine Wirkung zu hinterlassen, und die Notwendigkeit, Eindrücke zu planen

Erinnern Sie sich an das Victory-Zeichen von Deutsche-Bank-Chef Josef Ackermann nach dem Verlassen eines Gerichtssaales? An die ratlose Miene von George W. Bush beim Trip ins überflutete New Orleans? An den strahlenden KHG an der Seite seiner frisch angetrauten Fiona? Und was denken Sie, wenn Sie sich erinnern?

Wirkung ist nicht alles, aber viel macht sie schon aus. Sie brennt Bilder ins Gedächtnis und schafft Eindrücke, die unauslöschlich haften bleiben. Wirkung braucht keine Kameras, um sich zu entfalten. Medienpräsenz multipliziert sie millionenfach. Wirkung entsteht aber schon überall dort, wo ein beobachtendes

Augenpaar vorhanden ist. Kleidung, Haltung, Gang und Sprache werden blitzschnell taxiert und in Sekundenbruchteilen ist ein Urteil gefällt.

FRÜH BIS SPÄT Jeder Mensch wirkt unentwegt auf seine Umwelt, vom frühen Morgen, wenn er dem ersten Gesprächspartner gegenüber tritt, bis zum späten Abend beim Chill-out im Szene-Lokal. Es ist unmöglich, nicht zu wirken.

Die produktivste Form mit den unausweichlichen, urteilsbildenden Komponenten der Wirkung umzugehen, ist, sie mit Kalkül einzusetzen. Das Ein- und Vorausberechnen der eigenen Wirkung ist für den Erfolg im Geschäftsleben unbe-



BENEDIKT V. LOEBBEL

dingt notwendig. Die Wirkung setzt mit dem Auftritt beim Business-Meeting ein. Das Urteil ist gefällt, bevor Sie Gelegenheit hatten, Ihre fachliche Kompetenz unter Beweis zu stellen.

Profis wissen, dass ein Termin mit dem Betreten Raumes beginnt, und bereiten sich entsprechend vor. Eine gelungene Präsentation wird den Eindruck, den Ihre Gesprächspartner von Ihnen gewonnen haben, nur marginal verändern.

Helga Tomaschik betreut mit ihrer PR-Agentur Lang & Tomaschik Kunden wie Raiffeisen, AWD und Novomatic.