

GUT GEBRÜLLT, LÖWE!

WELL ROARED, LION!

MIT AUSDRUCK EINDRUCK MACHEN

IMPRESS THROUGH EXPRESSION



text by

MAG. INA SABITZER

PR- und Kommunikationsprofi.

Als Corporate Profiling Expertin unterstützt sie Unternehmen und deren Top-Manager in Österreich, Deutschland und der Schweiz dabei, ihren Außenauftritt wirksam und ganzheitlich zu verbessern.

www.inasabitzer.at

Foto: Fotofest

„Wer ein Unternehmen repräsentiert, ist in einer Dauercasting-Show, immer unter Beobachtung.“

ICH BIN TOTAL REINGEKIPPT AUF STARTUP-SHOWS WIE „DIE HÖHLE DER LÖWEN“. Das ist Profiling von Menschen und Marken – at its best oder eben at its worst. In einer Casting-Show können Gründer erfahrene Investoren (die Löwen) für ihre Geschäftsidee gewinnen. Eine Chance, ein Auftritt, zwei Minuten, die darüber entscheiden, ob ein Deal zustande kommt oder nicht. Schnell wird klar: mag das Produkt noch so vielversprechend sein, ist der Mensch dahinter nicht glaubwürdig genug, kann er sein Konzept nicht stimmig rüberbringen, heißt es von Seiten der Investoren: „Sorry, ich bin raus.“ Ein Produkt, eine Marke, ein Unternehmen sind also nur so gut wie jene, die sie nach außen vertreten. Wer ein Unternehmen repräsentiert, ist in einer Dauercasting-Show, immer unter Beobachtung und auf dem Prüfstand - bei seinen Löwen: Aktionären, Kunden, Mitarbeitern und Medien.

Sie alle gilt es gleichermaßen zu überzeugen. Keiner hat mehrere Versuche und erst recht keine Fehlritte frei. Barack Obama oder Steve Jobs haben ihre perfekten Auftritte auch nicht einfach so aus dem Ärmel geschüttelt. Sie waren minutiös vorbereitet und dutzendfach geprobt. Eine Herangehensweise, die manche von sich selbst überzeugte Wirtschaftsleute hierzulande noch immer für unnötig halten. Die meisten denken, Sie seien gute Redner. Nur die wenigsten sind es wirklich. Und selbst dann sind sie nicht vor Fehlern gefeit. Daher gilt: Vorbereitung ist die halbe Miete, sie gibt Ihnen Sicherheit und damit auch Ihrem Publikum. Denn wie in der Casting-Show sind es nur Minuten, in denen andere entscheiden, ob Sie Ihnen die Story abnehmen oder nicht. Nicht nur die Inhalte und Botschaften spielen eine Rolle, sondern auch Ihr Erscheinungsbild, Ihre Stimme und Körpersprache, Ihr Stil der Interaktion. Alles Faktoren, mit denen Sie eine Kostprobe Ihrer Persönlichkeit (Personare, lat. = durchtönen) geben. Ein Manager, der die ambitionierten Ziele seines Unternehmens präsentiert, dabei aber nervös hin und her zappelt, mit hängenden Schultern, zögernder Stimme und geschmackloser Krawatte, dem würden wohl auch Sie Ihr Vertrauen nicht schenken. Es ist also der Gesamtausdruck, der Eindruck macht. Wenn Sie sich das nächste Mal also wieder in der Höhle der Löwen wagen, dann lassen Sie niemals den Zufall Regie spielen, planen und üben Sie Ihren Auftritt als wäre es Ihr erster. Machen Sie die Story, die Sie vermitteln, zu Ihrer Story. Dann heißt es auch für Sie: Gut gebrüllt, Löwe! Oder eben: Löwe gut, alles gut.

I ADMIT I'M TOTALLY HOOKED ON START-UP SHOWS LIKE "DIE HÖHLE DER LÖWEN" (the lions' den). This is profiling of people and brands at its best - or at its worst. This TV casting show gives founders the opportunity to win experienced investors for their business ideas. They get only one shot at this, a two-minute appearance that decides whether or not a deal will be sealed. Very soon one thing becomes clear: no matter how promising a product is, when the persons behind it are not convincing enough and fail to bring their message across consistently, the investors' verdict will be "Sorry, you are out." This means that a product, a brand, or a company is only as good as the people representing it.

Those representing a company find themselves in a permanent casting show, under constant surveillance and testing from their "lions": shareholders, customers, employees, and the media.

They all need to be convinced. No one gets second chances, and no one can afford any gaffes either. After all, Barack Obama or Steve Jobs did not manage perfect appearances through sheer improvisation. Theirs were meticulously prepared and rehearsed dozens of times. An approach that many a self-opinionated business executives here in Austria still believe to be superfluous. Most of them actually think they are good speakers. Only very few of them really are.

And even they are not immune to mistakes. Therefore, preparation is half the battle, for it will give you confidence which you can convey to your audience. Just like in the casting show, you only have minutes to convince people to buy your story. Presenting an appealing topic and pointed messages is one thing, your appearance, voice, body language and style of interaction is another.

These are all factors which convey a sample of your personality ("personare", Latin for resound). You wouldn't place your trust either in a manager who flounders about trying to present the ambitious objectives of his company with his shoulders sloped, stumbling, and wearing an ugly tie. So it's the overall expression that makes a real impression. Therefore, the next time you enter the lion's den, don't leave anything to chance, plan and rehearse your appearance as if it were your first. Turn the story you're telling into your very own story! So you can hear them say: "Well roared, lion!" or... all's well that roars well.