

Mehr Bild in der Zahlenwelt

Durch Visualisierung der Sprache zu mehr Verankerung und Imageaufbau

Ricki Weiss*

Dass Worte Kraft haben, ist keine neue Erkenntnis. Sie erneuert mit dieser Tatsache auseinanderzusetzen macht Sinn. Wer die Kraft der verbalen Spielerei richtig ansetzt, darf sich über eine große Hebelwirkung freuen. Sie verleiht Ambitionen erfrischende Inspiration, definiert Ziele mit neuem Pathos und versieht bloßes Tun mit Leidenschaft. Ein sprachliches Bild generiert Wirkung. Nicht umsonst spricht man von „verbalen Attacken“ oder von „mit Engelszungen gesprochen“.

Wenn Unternehmer und Manager ihre Position mit gekonnten Sagen verankern, entsteht neben dem sprachlichen Bild und seiner Wirkung unwillkürlich auch ein Bild vom wortgewandten Schöpfer. Mut und Größe spiegeln sich ja gerne im Ausdruck wi-

der. Ob talentiert oder trainiert – die Visualisierung von Sprache ist ein hervorragendes Instrument zur Persönlichkeits-PR. Geschickte packen ihre Unternehmensstrategie in markante Aussagen wie „Wir

BUSINESS BEHAVIOUR



*Ricki Weiss ist Inhaberin der Ricki Weiss PR Management & Consulting
www.rickiweiss.com

schießen nicht willkürlich auf Hasen, sondern einmal gezielt auf einen Elefanten“. Ungebrochen wirksam sind Vergleiche aus dem Bereich der Jagd, der strategischen Kriegsführung oder der mobilen Fortbewegung.

„Wir haben den Ferrari, unsere Partnerfirma den Sprit!“, Wer es versteht, seine Aktionen gekonnt in passende sprachliche Bilder zu übertragen, lässt beim Rezipienten Bilder im Kopf entstehen und schafft sich mit etwas Glück durch seinen Sager ein verbales Denkmal. Sprachbilder funktionieren intensiver und nachhaltiger. Zahlenangaben können gut mit konkreten Vergleichen veranschaulicht werden: Das Betriebsgelände mit einem Fußballfeld, Wachstum mit konkreten Firmenvergleichen. „Wir wachsen jährlich nochmals um die Firma X.“ Mitarbeiteranzahlen in Ein-

wohnergrößen von Städten etc.

Suchen Sie für Aktionen direkte, gern auch drastische Vergleiche. Nicht charmant, aber wirkungsvoll: „Die neue Konkurrenz irrt durch den Markt wie Verlorene durchs Labyrinth.“ „Wir heben unseren Wettbewerb aus dem Sattel.“ Konkurrenten werden auf den Platz verwiesen, die eigene Position gestärkt. Brechen Sie komplizierte Sachverhalte inhaltlich auf einfache Vergleiche herunter. Mammut-Unternehmen wie General Electric werden liebevoll als „der ganz normale 60-Mrd.-Dollar-Laden an der Ecke“ bezeichnet.

Analogien sind eine wahre Politur für die Imagepflege! Personen können zur Imageverankerung gut eingefangen und definiert werden. Ein Beispieldafür ist etwa „der Robin Hood der Branche“.

Reputationsfallen

Verführung und Täuschung gehören zum manageriellen Inventar und somit zum Alltag, ob wir wollen oder nicht. Und sie folgen einer langen Tradition. So beruhen auch einige Erscheinungsbilder von Reputationsfallen auf Täuschung. Manche dieser Konstruktionen sind sehr langweilig und hartnäckig. Jedoch: sie stehen auf stolzen Füßen.

Strahlerreputation

Dass erfolgreiche Marken

sich nichts Neues. Dass man dadurch, sofern man sich günstig im Strahlenkranz aufhält, etwas abkommt, ist logisch. Manche Menschen erheben dies zu einer Karrierestrategie und so gelingt es durch die Strahlkraft einer erfolgreichen Unternehmensmarke oder eines prominenten Chefs, positive Reputationseffekte zu erzielen. Gelegentlich gehört man zu den Pretorianern dieser ManagerInnen und wandert bei jedem Karriereschritt mit. Soweit so gut. Dabei trügerisch ist der Glaube die Reputation färbe ein Leben lang ab und biete Schutz und Trutz. Immer dann, wenn Sie das renommierte Unternehmen verlassen oder der prominente reputierliche Chef abtritt, sind Sie auf Ihre eigene Reputationskraft zurückgeworfen.

Tragflügelreputation

Im Berufsleben getragen zu werden ist eher selten. Dennoch gelingt es vielen durch Zugehörigkeit zu Clubs, zu Ideologien oft leichter den Aufstieg im Unternehmen voranzutreiben.

Das alleine ist aber nicht genug. Immer dann, wenn solche Seilschaften, solche Tragflügel, enttarnt werden, gilt die Zuschreibung, dass man nur aufgrund von Kontakten so weit gekommen sei. Die faktischen oder sozialen Nachweise bleiben dann bekanntlich auf der Strecke. Jetzt könnten Sie sagen, na und, Hauptsache vorwärts. Hier gilt wieder: Wir leben in Umfeldern ständiger Empfehlung und ständigen Nachfragens, jemanden zu empfehlen, der kompetent und leistungsfreudig ist und zusätzlich über Tragflügel verfügt ist leichter, als jemanden, der zwar von Kontakten getragen wird, aber die Leistung möglicherweise nachhinkt.

Wo Täuschung und Verführung ist, da gibt es – und das trifft auch auf Führungsetagen in der Wirtschaft zu –: Enttarnung und Entlarvung. Mit großem Enthusiasmus wird versucht, Inszenierung aufzudecken. Oft braucht es dafür gar keinen großen Anlass. Es gibt genug Fallen mit massiver Wirkung.

REPUTATIONS Portfolio Teil 3



Susanna Wieseneder
Personal Counselor
in Wien
www.wieseneder.at

Norma Karner startet jetzt auch Personalberatung

Im Stellenmarkt gehört den Karners mit der Übernahme der Catro Media schon ein sehr großes Stück des Kuchens. Jetzt startet Norma Karner auch mit Beratung.

Diese soll das Kerngeschäft der Anzeigen- und Werbemittlung ergänzen.

„Unser Schwerpunkt wird immer in der Mediaplanung liegen. Der Bedarf an Personalberatung hat sich aufgrund der Kundengespräche ergeben. Wenn in der Beratung eine Nachfrage besteht, dann wollen wir natürlich auch hier unsere Kunden zufrieden stel-

len“, begründet Norma Karner, die im Vorjahr die Catro Media übernommen hat ihre inhaltliche Expansion – und bemüht sich solcherart auch, keine aggressiven Botschaften an die Mitbewerber zu schicken.

Suche & Auswahl von Per-

sonal will sie zunächst im mittleren Kundensegment starten. Für den Stellenmarkt 2007 ist sie optimistisch: „Das wird zulegen.“ Zur Anteilsverteilung von Print und Internet gefragt sieht sie keine Anteilsverschiebungen, allerdings: „Was wir schon fest stellen ist, dass die Bedeutung des Printinrates als Image-träger des Unternehmens immer mehr realisiert wird.“

Und die Wünsche an die Arbeitsmarktpolitik? Aus- und Weiterbildungsaktivitäten sollten verstärkt am Bedarf des Arbeitsmarktes orientiert werden. Alle Maturanten einfach studieren zu lassen hält sie nicht für zielführend und mahnt zum frühzeitigen Entwickeln von Szenarien, die eine Nachfrage in bestimmten Berufsbildern abbilden können. Dass Frauen am Arbeitsmarkt noch immer benachteiligt sind, ist ihr ein Dorn im Auge – sie nennt etwa die Probleme beim Wiedereinstieg nach der Karenz. Allerdings,

sagt Karner, sei in Führungsetagen kaum mehr Entlohnungsdifferenz zu sehen, und: „In höheren Funktionen sind Frauen zwar noch unterrepräsentiert, das wird aber immer besser.“ (kba)

DER STANDARD Webtipp:
www.catro-media.at



Norma und Wolfgang Karner mischen im neuen Jahr auch bei der Suche & Auswahl von Personal mit.

Foto: Fischer

GOURMET-WATCHLIST

>> **Sauschädel, Film und Wein** Das **Votivkino** präsentiert zu Silvester „Babel“, den neuen Film von **Alejandro González Inarritu** (Amores Perros, 21 Grams), der beim Filmfestival in Cannes mit dem Regiepreis ausgezeichnet wurde. Nach dem Film gibt's **Sauschädelhäppchen** mit frisch gerissenem Kren. Danach wird wahlweise **Gulaschsuppe oder Misosuppe** serviert. Pünktlich um Mitternacht wird dann Sekt geschlürft. Vorstellungsbeginn: 21.15 Uhr. Film und Glas Sekt kosten 7,50 €. Der Kombipreis (Karte, Sauschädelhäppchen, Suppe, Bier, Sekt) beträgt: 12,50 €.

Am 20. Jänner um 12 Uhr findet

im **Votivkino** die erste **Samstagsmatinee** des neuen Jahres statt. Unter dem Motto „**Film und Wein**“ werden Winzer oder eine Vinothek eingeladen, zur Vorführung eines aktuell laufenden Films eine davon inspirierte Weinauswahl vorzustellen. Zum Film „**The Queen**“ von **Stephen Frears** präsentiert das **Weingut Uibel aus Ziersdorf** u.a. Athena 2005, Weinviertel DAC Golem 2006, Blauer Zweigelt 2004. Preis für Film und Wein: 12 €. Anmeldung erbeten.

>> **Votivkino, Währinger Str. 12, 1090 Wien, E-Mail: e.brantner@votivkino.at, www.votivkino.at, Tel.: (01) 523 43 62-28**

(Eva Brantner)

>> **Silvester-Menü** Zum Jahresende und sozusagen zum Betriebsabschluss – das Lokal schließt Ende 2006 seine Pforten – bereitet das **Gasthaus Horvath ein spezielles 7-gängiges Silvester-Menü** vor. Ab 18 Uhr gibt's am 31.12. u.a. Rehpastete mit Preiselbeer-Cognacsauce, Ochsenschwanzsuppe mit Spinatroulade, Beiriedschnitte mit Steinpilzgratin. Alles zum Preis von 55 € (max)

>> **Gasthaus Horvath, 1050 Wien, Hamburger Straße 2, Tel.: (01) 58 57 300, E-Mail: gasthaus horvath@nexta.at, www.gasthaus horvath.at**

essentrinken@derStandard.at