

Statement

Ein Statement ist eine kurze in sich geschlossene Stellungnahme, von ca 15-45 Sekunden, welche in einen Beitrag eingebettet wird. In der Regel wird das Statement mit einer Frage eingeleitet, die in der Sendung weggelassen wird. Oft wählt ein Journalist die Aussage aus einem Interview als Statement.

- Wichtig ist auch beim Statement die Vorbereitung: Abklären: Sendegefäß, Konzept, Sprachebene, Länge muss abgeklärt werden? Was kommt vor meinem Statement? Wer wird auch noch befragt?
-
- Kürze ist gefragt. Üben Sie die 30 Sekunden Beiträge. Deshalb: Keine Einleitungen, keine Begrüßungen, keine Beurteilung der Frage. Keine Zeit verschenken.
-
- Klarer Aufbau: Bewährt hat sich das Dreischrittmodell:
 1. Ist-Zustand (Meinung/Wer hat was gesagt oder Situation schildern)
 2. Zentrale Kernaussage /Argument/Begründung verbunden mit passendem Bild oder Beispiel)
 3. Appell (Wiederholung/Zusammenfassung)
-
- Frei formulieren (Sprechdenken) Text nie auswendig lernen und wenn, dann höchstens den ersten und letzten Gedanken.
-
- Ich rede zu einer Person hinter der Kamera (möglicherweise nur imaginär). Sind Sie allein, stellen Sie sich den Adressaten als Durchschnittsbürger vor.
-
- Sprechen Sie zu dieser Person (Blickkontakt wahren. aber nicht

starren).

-
- Bleiben Sie am Schluss stehen - Blickkontakt still beibehalten - warten! (Schlusspause ist wichtig zum Schneiden)
-
- Misslingt das Statement, lassen Sie es wiederholen (nur bei krassen Fehlern).
-
- Sehen Sie sich den Beitrag an. Sprechen Sie allfällige Kürzungsmöglichkeiten ab.
-
- Üben Sie vorher geschlossene kurze Aussagen, damit Sie die Zeit im Kopf haben. Wissen Sie, wie lange 30 Sekunden dauern?
-
- Aber trotz Zeitdruck, sich bewusst [antizyklisch](#) verhalten. Pausen - angemessenes Tempo - bildhafte Sprache. Nicht schneller reden!

Zum Auftreten beim Fernsehen

Fernsehen ist in erster Linie ein Bildmedium. Das Visuelle dominiert. Äusserlichkeiten, Kleider, Hintergrund, Details beeinflussen die Aussagen enorm. Selbstverständlich ist die Botschaft auch beim Fernsehen das Wichtigste. Wir alle wollen letztlich das Publikum überzeugen. Weil aber das "Wie" die Übermittlung der Botschaft am Bildschirm so stark beeinflusst, hängt sehr viel davon ab, wie wir reden. Mit einem unpassenden "Wie" wird die beste Aussage abgewertet.

Zur Körpersprache:

Sie müssen wissen, dass Sie immer im Bild sein könnten. Deshalb bleiben Sie stets präsent und natürlich. Wenn Sie immer 100%ig präsent sind - das Zuhören, Denken und Sprechen hat stets Priorität - müssen Sie sich nicht um die Körpersprache kümmern. Denn: Der Körper redet automatisch synchron zu ihrer Befindlichkeit.

Damit im Stress die Körpersprache nicht reduziert oder gebremst wird, gilt es stets, vor dem Auftritt den Start zu ritualisieren d.h. stabil zu stehen oder zu sitzen (grounding - Bodenverbundenheit - erden), ohne die Hände zu fixieren. Bewusst eine lockere Startposition einnehmen . Langsame Zwerchfellatmung und Startpause nie vergessen. Während der Vorbereitungsphase ist es stets erlaubt, sich gedanklich einzelnen Detailfragen zu widmen (Ist es mir wohl? Wie atme ich? Bin ich mit den Händen verkrampft? Sind zum Beispiel Hände oder Arme fixiert? Sehe ich die Partner? Was ist meine Kernaussage?). Nach dieser kurzen Pause dürfen Sie jedoch nicht mehr an all diese Einzelheiten denken. Nur wer sich beim Auftritt voll auf den Partner konzentriert und sich ganz auf die Adressaten und das Thema einstellt (Hören und Denken ist - wie erwähnt - jetzt das Zentrale), der hat Erfolg. Es ist enorm entlastend, sich während des Auftrittes nicht mehr zusätzlich um Kamera, Mikrofon, den eigenen Blick, die Gestik (die eigenen Hände) usw. kümmern zu müssen. Grund: Alles stimmt immer, wenn die innere Stimmung stimmt. Lügen oder "so tun als ob" wird vor der Kamera rasch entlarvt, (besonders bei Nahaufnahmen).

Zur Stimme:

Sie reden auch bei Fernsehaufzeichnungen nicht zur ganzen Bevölkerung, obschon unter Umständen Millionen zuschauen und zuhören. Sie reden wie in einem persönlichen Gespräch in ungezwungenem "Kammerton" mit einem Partner (analog Partygespräch).

Auch bei der Stimme gilt bei TV Auftritten ebenfalls: während des Auftrittes nie an die Sprechweise, die Satzmelodie oder die Artikulation denken. Das alles dürfen Sie zwar im Labor, im "Medien-Simulator" oder bei Übungen eingehend trainieren. Doch bei den echten Auftritten müssen Sie bereits vorher gelernt haben, nicht in zu langen Gedankenbögen daherzureden. Falls Sie aber während des Auftrittes all die unzähligen Ratschläge bedenken würden, binden Sie unnötigerweise Energie, die Sie fürs Hören und Denken dringender benötigen. Belasten Sie sich deshalb nie während der echten Auftritte zusätzlich. (Dies gilt besonders bei Stressinterviews) Kein Sportler will sich erst während des Rennens die Brille, die Handschuhe oder die Skibindung zurechtrücken. Der Check dieser Details erfolgt immer in der Vorbereitungsphase. Leider benehmen sich viele Personen im Fernsehstudio so, als ob sie sich während der ersten 10 Minuten gleichsam warmlaufen müssen. (Sie

sitzen sich während der ersten Sätze ein - die Muskeln bleiben lange verspannt - die Gestik ist lange blockiert - die Stimme ist während den ersten Minuten kraftlos). Kein Skifahrer könnte es sich erlauben, erst nach dem fünften Tor mit vollem Einsatz skizufahren! Erstaunlich, dass es jedoch Redner gibt, die nachträglich den verpatzten Start mit der Aussage zu begründen versuchen: "Ich brauche eben einige Minuten, bis ich warmgelaufen bin." Übrigens: Wer die Gestik blockiert, wird weniger gut verstanden. Denn die Sprache der Hände ist auch eine Sprache. Es geht nicht um eine fahriges Fuchtelei. Die Körpersprache muss mit der verbalen Aussage übereinstimmen.

Zur Formulierung und zur Sprachebene:

Beachten Sie stets das Zielpublikum. Wenn Sie sich während der Aufnahme einen Durchschnittsbürger vorstellen, werden Sie automatisch auf Fachbegriffe, Abkürzungen verzichten und strassengängiger sprechen (Umgangssprache). Bereiten Sie die Beiträge in Mundart vor - mit Stichworten. Wir reden im Alltag auch nie druckreif.

"Was will ich wirklich?" - Wege zum persönlichen Leitbild

Zukunftsangst und Unsicherheit sind nicht die besten Freunde der Absolventen und Berufseinsteiger. Sie sind trotzdem oft da. Paradoxerweise ist die überwältigende Vielzahl an Möglichkeiten häufig schuld daran. Und die omnipräsente Frage: „Was will ich wirklich?“ Dieser Frage sind zwölf Promovierende und Studierende des Elitenetzwerks Bayern am 21. und 22. Juni im Haus der Bayerischen Landwirtschaft in Herrsching unter der Leitung von Dr. Christian Richter nachgegangen.

Das Ziel des Workshops zum Thema „**Mission Statement**“ ist, eigene, besondere Fähigkeiten, Werte und Ziele zu erkennen und zu formulieren. „Mission Statement“ kann am besten als „**Leitsatz**“ oder „**persönliches Leitbild**“ übersetzt werden. Dabei handelt es sich um die persönliche Lebensaufgabe im Sinne von Beruf-Berufung. Der Leitsatz muss kurz und in einfachen Worten formuliert sowie in jeder Situation abrufbar sein. Es ist der Orientierungspunkt, an dem sich sämtliche

Lebensentscheidungen messen und ausrichten lassen. Der besondere Nutzen für Hochschulabsolventen und Promovierende liegt in der Berufsfindungssituation. Wenn man eigene Stärken und Ziele erkennt, sieht man leichter, welches Unternehmen zu einem passt. Man bewirbt sich dann zielgerichteter und kürzt den Bewerbungszeitraum ab.

Der Leiter des Workshops Dr. Christian Richter hat in Salzburg, Paris und Berlin Jura und Betriebswirtschaft studiert. Nach zehn Jahren als Investmentbanker arbeitet er seit 1999 als selbstständiger Personal- und Unternehmensberater. Sein „Mission Statement“ lautet konsequenterweise: „Anderen zu helfen, ihre Mission zu finden“. Den zwölf jungen Menschen, die am schönen Ammersee Orientierung nach innen und nach außen suchten, hat Dr. Richter am Anfang des Seminars versprochen: „Ein bisschen klarer wird es ganz sicher werden“.

Doch zunächst wurde es sehr rätselhaft.

Mal mussten wir uns mit den vier Elementen identifizieren, mal in die Zukunft, mal in die Vergangenheit blicken und immer wieder die „eingefahrenen Schienen des Denkens“ verlassen und in die Rolle eines 12-Jährigen schlüpfen.

Besonders die mehrheitlich vertretenen Naturwissenschaftler versuchten eine Methode, eine Theorie oder einen roten Faden als einen rettenden Strohhalm zu finden. Dies gelang ihnen nicht und es war so beabsichtigt. Die Methode, durch die das „Mission Statement“ für jeden Einzelnen ermittelt wird, beinhaltet Fragen und Übungen, die Kopf und Bauch miteinander verbinden. Neben der Ratio wurde auch die kreativ-intuitive Seite in uns angesprochen. Man hatte immer eine leise, unsichere Vorahnung in welche Richtung man sich bewegt. Doch das letzte Teilchen des großen Puzzles wurde erst am zweiten Tag des Seminars an die richtige Stelle gelegt.

Aus den in Vorübungen gewonnenen Antworten wurden persönliche Einstellungen, Wünsche und Werte herausgefiltert. Bei manchen war es beispielsweise Willensstärke und Würde, bei anderen innerer Friede oder Glaube. Die Ergebnisse

wurden in Adjektive, Verben oder Subjektive gepackt und solange konzentriert, bis daraus **ein Satz entstand, der für jeden einzelnen eine authentische Kraft besaß.**

Es könnte für Außenstehende abstrakt und schwer nachvollziehbar sein, doch für sich selbst übt das „Mission Statement“ eine motivierende und positive Kraft aus.

„Wer ein Wofür im Leben hat, der kann fast jedes Wie ertragen“,

sagte mal Friedrich Nietzsche und meinte damit, dass eine Sinnerkenntnis für das eigene Handeln eine enorme Kraft freisetzen kann. Kein Teilnehmer und keine Teilnehmerin des Workshops wird hoffentlich im zukünftigen Beruf etwas „ertragen“ müssen. Denn nach diesem Seminar werden sie sich alle klüger – und das heisst gezielter - bewerben und nur einen Beruf wählen, der auch wirklich zu ihnen passt. Es wurden uns keine vorgefertigten Antworten in die Hand gelegt. Dafür hat Dr. Richter Recht behalten und sein zu Beginn des Seminars gegebenes Versprechen einwandfrei gehalten: „Ein bisschen klarer wird es ganz sicher werden“. Ja, ein bisschen klarer wurde es. Und das ist wirklich eine ganze Menge.