

Checkliste: Der Umgang mit der Presse

Folgend ein paar wichtige Regeln und Empfehlungen, welche die Messearbeit erleichtern können.

VOBEREITUNG - Extern

1. Stellen Sie sich vor der Messe eine Liste zusammen, mit den für Ihr Unternehmen wichtigsten Fachzeitschriften und Ansprechpartner
2. Laden Sie persönlich (telefonisch oder postalisch) die wichtigsten Presseansprechpartner ein
3. Vereinbaren Sie feste Termine

VORBEREITUNG - Intern

1. Schreiben Sie sich alle schwierigen Fragen auf und lassen Sie sich diese (optimaler Weise schriftlich) von der Geschäftsleitung, Vertriebsleitung, etc. beantworten
2. Auf Fragen auf die Sie keine Antwort erhalten haben, überlegen Sie sich eine „diplomatische Antwort“ und lassen sich diese von GF7VL etc. „absegnen“
3. Auf Fragen auf die Sie keine Reaktion von Seitens der Verantwortlichen erhalten haben, können Sie im Interview antworten mit z.B.: „Wir sind z.Z. in der Findungsphase. Sicherlich haben Sie Verständnis, dass wir aus strategischen Gründen Ihnen die Antwort nach der Messe geben können.“

VORBEREITUNG - Persönlich

Experten fallen nicht vom Himmel. Übung macht den Meister. Üben kann man entweder durch a) mentales Training oder b) Live-Übungen, wie z.B. vor einer Videokamera mit Feedback durch einen Coach.

Wie ist Ihre Einstellung und Motivation. Brennen Sie für die Sache, das Unternehmen?

Wie wollen Sie nachhaltig in der Branche wahrgenommen werden?

TIPPS Rhetorik:

- Tauschen Sie am Anfang des Gesprächs immer Ihre Visitenkarte aus
- Erwarten Sie immer auch eine von Ihrem Gesprächspartner
- Lesen Sie die Visitenkarte
- Beginnen Sie den Smalltalk mit einem „Aufhänger“ von der Visitenkarte (z.B. kann man den Ort als „Aufhänger“ nehmen: „Ach schön, Sie kommen aus Berlin. Da war ich letzten Monat bei unserem Verband...“)
- Wenn der Gesprächspartner einen Titel hat, dann sollte er auch möglichst mit diesem angesprochen werden
- Stellen Sie offene Fragen, wenn Sie nicht wissen wer Ihr Gesprächspartner ist; Bsp.:
 - „Für welchen Verlag sind Sie tätig?“
 - „Welchen Artikel haben Sie über uns bereits veröffentlicht?“
 - „Was kann ich für Sie tun?“
 - „Was ist das Thema, über das Sie z.Z. recherchieren?“
 - „Wer ist bisher Ihr Ansprechpartner gewesen?“

- Sie wissen den Namen des Gesprächspartners nicht! Dann seien Sie ehrlich und sagen Sie z.B.: „Es tut mir leid, ich erkenne Sie, ich weiß auch, dass wir auf der letzten Messe gesprochen haben, aber ich kann mich leider nicht an Ihren Namen erinnern. Bitte helfen Sie mir auf die Sprünge...“
- Wiederholen Sie den Namen während des Gespräches
- Loben Sie auch mal den Gesprächspartner
- Schweifen Sie ab in seine Welt und lassen Sie ihn erzählen
- Werfen Sie die Bälle zu und lassen den Gesprächspartner berichten (auch wenn Sie die Antworten kenne, das Thema langweilig finden oder wie auch immer). Sie verstreicht Zeit und er kann dann nicht mehr zu den wesentlichen Fragen kommen
- Wenn Sie einen Gesprächspartner schnell loswerden wollen, dann nehmen Sie das Gespräch ruhig an und begrüßen Sie ihn freundlich. Sagen Sie ihm folgendes:
„Herr X. Schön, dass Sie bei uns sind. Willkommen! ... Ich nehme mir für Sie 10 Minuten Zeit. Dann muss ich leider in ein Meeting, d.h. um 12:45 Uhr. Aber jetzt sagen Sie mal, wie geht es Ihnen? Was haben Sie sich schon angesehen? Wie gefällt Ihnen unser Messestand? Wer hat den schönsten Messestand? usw.“

TIPPS Non-verbale Kommunikation:

„Die Zunge kann lügen, der Körper nie.“ Samy Molcho

Wenn also der Gesprächspartner das Gefühl hat, da stimmt etwas nicht dann liegt es häufig an seiner „unbewussten“ Wahrnehmung. Das nennt man auch: „Zwischen den Zeilen lesen.“

Die nonverbale Kommunikation hängt von vielen Faktoren ab und ist eine komplexe Methodik, die es zu beherrschen gilt. Auf folgendes gilt es unter anderem zu achten:

- Eine aufrechte Körperhaltung
- Kräftigen Händedruck
- Schauen Sie Ihrem Gesprächspartner in die Augen
- Zeigen Sie Ihre Hände immer (z.B. während des Gesprächs auf den Tisch legen)
- Dem Anlass entsprechendes Outfit
- Höfliche Umgangsformen
- Ruhig bleiben
- Atmen
- Klar, laut, deutlich und langsam sprechen

Wie bleibt man nachhaltig in Erinnerung:

- Journalisten mögen Anekdoten. Also verbreiten Sie nicht nur Thesen, sondern belegen Sie diese durch Beispiele aus der Praxis. Die kommen fast immer ins Blatt. Ebenso wie exklusive Zahlen
- Nach der Messe bei einem wichtigen Kontakt nachtelefonieren
- Ein kleines Dankeschön-Präsent für den Besuch auf der Messe, bleibt auch in Erinnerung.

VIEL ERFOLG!