



**E-Recruiting startet neu**  
Berater Christian Havranek gibt der elektronischen Suche nach Mitarbeitern eine zweite Chance **37**

SW Eurowings Airlines  
**BRÜBBEL ab 79€**  
fly2N.at

# Beruf & Karriere

SAMSTAG, 15. OKTOBER 2005 - SEITE 35

**LEHRGANG** Manager lernen, wie sie sich mit Personality-PR ins richtige Rampenlicht rücken

## „Jeder ist für sein Image selbst verantwortlich“

Wie der Chef ins rechte Licht gerückt und somit als verlängerte Speerspitze des Unternehmens genutzt wird, erfahren PR-Fachleute in einem neuen Universitätslehrgang.

„Manche engagieren tagelang teure Golftrainer, nur um einen kleinen Ball mit wenigen Schlägen in ein kleines Loch zu bekommen. Aber wie sie mit wenigen Sätzen ihren Gesprächspartner von einem Millionengeschäft überzeugen könnten, denken sie nicht einmal eine halbe Stunde nach“, wundert sich Claudia Cornelsen, eine von 17 Top-Referentinnen, die für den soeben gestarteten neuen Lehrgang Personal Communication Management an der Uni Klagenfurt engagiert wurden (siehe Kasten).

Das universitäre Weiterbildungsprogramm wendet sich an PR- und Marketingverantwortliche, die Personen auf ihrem Weg in die Öffentlichkeit begleiten. Personality PR, Personal Branding, Impression Management oder CEO-Positionierung heisst das in der Praxis. Ziel des Feilens an der Persönlichkeit ist es, Führungskräfte und CEOs mit ihren Charaktereigenschaften, Werten und Stärken in den Vordergrund zu rücken und sie so zu Botschaftern des Unternehmens zu machen.

„Keiner kann in der heutigen Mediengesellschaft, wo der Wahrnehmungswettbewerb vorherrscht, auf professionelle



„Ich kann nicht erwarten, dass andere sich die Zeit nehmen, meine Stärken zu erkennen“, sagt Coach **Katharina Ditz**

Eigen-PR verzichten“, sagt Manfred Greisinger, Autor von „Ihr Ich als unverwechselbare Marke“. Dass Trommeln in eigener Sache überlebenswichtig sein kann, haben auch viele Manager längst erkannt. Referentin Regina Jankowitsch meint: „Personal Communication Management nimmt mittlerweile einen grossen Stellenwert ein. Man weiss, dass man Manager als verlängerte Speerspitzen des Unternehmens nutzen muss.“ Auch Claudia Cornelsen beobachtet ein Umdenken: „Früher war

es peinlich, sich PR-mässig beraten zu lassen. Heute ist es peinlich, sich nicht beraten zu lassen.“

### Selbst ist der Mann

Doch Vorsicht: „Zu Personal Branding gehört mehr, als nur zu wissen, wie ich meinen Kopf im TV-Studio gerade halte“, warnt Regina Jankowitsch. Will heissen: Wer nicht so recht weiss, wofür er steht und ob das durch die Art der Kommunikation gedeckt ist, wird langfristig ein Problem mit seinem Personal Image haben,

weiss Jankowitsch. „Ich bin für mein Image verantwortlich. Ich kann nicht von anderen erwarten, dass sie sich die Zeit nehmen, um meine Stärken zu erkennen“, ergänzt Kommunikationstrainerin Katharina Ditz.

„Bloss nicht übertreiben!“ lautet freilich das oberste Gebot beim Personal Branding. „Ich warne vor zu viel Strategie, wodurch sich der Einzelne charakterlich verrenken muss“, sagt Manfred Greisinger. „Persönliche Öffentlichkeitsarbeit kann nur wirken,

wenn Authentizität die Basis ist.“ Kläglich versagen tun viele Manager immer noch, wenn es darum geht, das (Presse-) Foto als Steuerungsinstrument einzusetzen. „Viele verkennen die zum Teil verheerende Negativwirkung, die durch schlecht ausgewähltes Bildmaterial erzielt wird bzw. nutzen nur unzureichend die Chancen, sich unverwechselbar zu inszenieren“, kritisiert Referent und Kommunikationsexperte Lars Rosumek.

KATHRIN GULNERITS  
k.gulnerits@wirtschaftsblatt.at

### LEHRGANG

Marketing und PR für Personen, Strategien und Techniken der Eindruckssteuerung, Selbstdarstellungsmechanismen und Medien Management - das sind nur einige Themen, die im neuen Lehrgang **Personal Communication Management** an der Universität Klagenfurt behandelt werden. Vermittelt werden die neuesten Methoden und Instrumente für eine erfolgreiche Positionierung von Führungskräften.

www.pcm-lehrgang.at

### KARRIERE

## Selbst-Marketing soll kein „Schuss ins Knie“ sein

Gute PR ist alles, egal ob es sich um ein Produkt, ein Unternehmen oder sich selbst handelt, ist Thomas Kratky, Geschäftsführer des Bereichs Kreation der Agentur Young & Rubicam sicher. Die Strategie ist jedenfalls gleich: „Man richtet den Fokus auf das Gute und kommuniziert das gezielt“, rät der Werbeprof, der u. a. im letzten Präsidentschaftswahlkampf Heinz Fischer in der Öffentlichkeitsarbeit betreute. Ob in der Produktwerbung oder bei der Vermarktung der eigenen Person gelte seiner Ansicht

nach jedenfalls die alte Werbedevise: „Good advertising kills a bad product faster.“

Allerdings: Gute Eigen-PR und Lügen sollten nicht gleichgesetzt werden. Das meint auch Symphony Consulting-Chefin Sabine Fischer: „Man kann nur den Fokus auf etwas richten, das vorhanden ist. Sonst ist das ein Schuss ins Knie.“ Auch wichtig: Es komme nicht auf die Lautstärke an, mit der eigene Vermarktung betrieben wird, sondern auf die „Hartnäckigkeit und das Nicht-Aufgeben“. (babs)

### IN KÜRZE

#### Beste Ideen des Landes gesucht

**St. Pölten.** Bis 31. Oktober besteht noch die Möglichkeit, Projekte aus dem Forschungs- und Entwicklungsbereich beim Ideenwettbewerb Genius 2005 einzureichen. Es winken Geldpreise in Höhe von 24.800 €. <http://genius.riz.at>

**SUBWAY**  
Rapid expanding  
Resistor outlet to open  
**Franchisepartner**  
- professionelle Beratung  
- mehr als 100 Jahre Erfahrung  
franchise@subway.at  
www.subway.at

**EXECUTIVE MBA STIPENDIUM**  
Die WU Executive Academy vergibt ein Stipendium für das Executive MBA Programm 2006/2007.

**NR. 1\***

Zielgruppe:  
Führungskräfte mit Berufserfahrung  
Voraussetzungen:  
Mindestens 5 Jahre Berufserfahrung  
Erster akademischer Abschluss od. GMAT Test  
TOEFL Test

Das Stipendium wird in der Höhe von € 28.025 vergeben, der Stipendiat hat einen Selbstbehalt von € 5.000. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

Detaillierte Informationen und Bewerbungsunterlagen unter:  
Frau Claudia Höller  
Tel.: +43 (1) 313 36 4327  
claudia.hoeller@wu.wien.ac.at, www.executiveacademy.at  
Bis zum 25.10.2005

know how to succeed

**WU EXECUTIVE ACADEMY**

\* #12 Hochschulranking 2005 in Bezug auf Absolventenergebnisse im 1. und 2. Studienjahr gemäss dem IBS in der Fachzeitschrift FORUM