

03/2001 in Wirtschaftsjournalist / Von Susanne Nicolette Strauss

Fit fürs Fernsehen

Fachkompetenz allein reicht nicht, um geschäftlich erfolgreich zu sein. Medienkompetenz – also der gekonnte und wirkungsvolle Umgang mit Journalisten und ihren Techniken – ist gerade in der Wirtschafts- und Finanzwelt von besonderer Bedeutung. Vorstände, Pressesprecher, Analysten, Fondsmanager sind zu begehrten Interviewpartnern der Medien geworden. Professionell treten allerdings nur einige „Stars“ und Naturtalente vor die Kamera. Vor allem Vorstände präsentieren sich meist hölzern und öffentlichkeitsuntauglich. Ihnen bzw. ihren beratenden Pressesprechern kann der vom FAZ-Institut verlegte Ratgeber mit seiner umfassenden, aber zugleich praxisnahen und lesbaren Zusammenstellung von „Do’s“ and „Dont’s“ ein inspirierender Einstieg in ein individuelles Medientraining sein.