



Geburtstag

6. Juli

Hobbys

Lesen, Reisen, Filme, Musik hören

Lieblingsbuch

„Das Spiel ist aus“ von J. P. Sartre

Lieblingsmusik

Von Rock bis Klassik, von Hits bis Oldies

Lebensmotto

Um zu begreifen, muss man Herz haben.
(Fjodor M. Dostojewski)

Entwicklungsstationen des Berufslebens

- Studium der Psychologie
- Programmchefin, Journalistin, Moderatorin und Sendungsverantwortliche im ORF und bei Privatstationen (Radio Wien, Radio Tirol, RTL, ATV, Radio Melody usw.)
- Ausbildung zur Sprechtrainerin
- Consulting, Training und Coaching in den Bereichen Rhetorik, Kommunikation, Auftreten, Sprechen und Aussprache, Interview, Kamera, PR und Texten
- Dozentin und Referentin an der Medienakademie Salzburg und an der Donau-Uni Krems
- Moderatorin und Diskussionsleiterin von Gala-Veranstaltungen, Events usw.

Sie haben nach Ihrem Psychologiestudium das Medium Radio als Ihr Betätigungsfeld gewählt. Was war dafür ausschlaggebend und wie passte das mit dem Fach Psychologie zusammen?

Irgendwie gar nicht und dann doch wieder perfekt. Ich wollte zum Radio als ich 13 Jahre alt war, und Menschen und ihr Handeln und ihre Reaktionen haben mich auch schon immer interessiert und fasziniert. Also war es naheliegend, die Radio-Liebe und die Psychologie zu verbinden. Denn: die Psychologie interessiert sich ja dafür, was Menschen fühlen, denken und wollen.

All diese Bereiche spielen auch beim Radio eine große Rolle. Es geht um Menschen und Gefühle, um Geschichten, Botschaften, Neuigkeiten, um Wünsche und Träume. In der Psychologie gibt es viele verschiedene Ansichten darüber, wie man das Verhalten und Erleben von Menschen erklären kann. Beim Radio informiert man, bildet ab, deckt auf, führt zusammen, bringt Menschen durch Musik in unterschiedliche Stimmungen usw. Ich finde, es gibt da viele Parallelen.

Die Themen Ihrer Seminare betreffen den schriftlichen wie den mündlichen Auftritt, ein Schwerpunkt liegt auf dem professionellen Umgang mit Journalisten. Welche Erfahrungen in Ihrer eigenen Karriere haben Sie bewogen, diese Seminare anzubieten?

Ich hatte das Glück in meiner Ausbildung immer sehr gute Lehrer zu haben. Lehrer, die überzeugend, kraftvoll und energiegeladener waren. Und ich habe schon früh erkannt, dass ich Wissen und Erfahrung weitergeben möchte. Das war eine Art innerer Auftrag für mich. Und so habe ich schon sehr jung und mit großer Freude begonnen, selbst auszubilden, zunächst Journalisten. Außerdem ist Bildung und Ausbildung ein sehr wichtiges Thema für mich. So lange wir leben, haben wir zu lernen. Ich finde das herrlich entlastend, weil man dadurch nie „perfekt“ sein kann und muss. Es gibt immer Neues zu erfahren und zu entdecken. Man muss sich nur darauf einlassen.

Wie wichtig ist es heute für jemanden, der beruflich erfolgreich sein will, sattelfest im Umgang mit Medien und Öffentlichkeit zu sein?

Sehr wichtig und zwar in guten wie in schlechten Zeiten. Wer rechtzeitig Medienkontakte aktiv aufbaut und pflegt, der wird auch in den nicht so guten Zeiten davon profitieren. Aber Achtung: Wahre Freundschaften und Vertrauen entstehen in so einem Kontext sehr selten. Viel wichtiger ist es, klare Antworten, Zahlen, Fakten und Geschichten zu liefern. Und sehr oft ist es sogar möglich, dem Journalisten den „Aufhänger“ in den Mund zu legen. Selbstinitiative ist gefragt!

In Ihren Seminaren bieten Sie neben der Theorie auch sehr viel Praxis. Die Teilnehmer können reale Beispiele aus ihren Unternehmen mitbringen, Sie geben Feedback zu Texten und Sie bieten Videoanalysen. Wie können die Teilnehmerinnen und Teilnehmer darüber hinaus den Transfer des Gelernten in ihren Alltag fördern?

Das Gelernte muss auch im Alltag immer wieder abgerufen und verinnerlicht werden. Dazu brauchen wir neben dem reinen Inhalt auch Bilder und Gefühle, um uns an das Erlernte wieder zu erinnern. Reine Fakten sind zu wenig. Wenn man weiß, womit man Wissen verbinden kann, weiß man auch wie man es schafft, nachhaltig zu sein. Kein Seminarteilnehmer kann nach Monaten noch all die vermittelten Inhalte abrufen, er kann sich aber sehr wohl an bestimmte Beispiele, praktische Tipps und passende Bilder zu den Inhalten erinnern. Und wenn dann noch so was wie ein „gutes Gefühl“ dazu kommt, dann funktioniert der Transfer in den Alltag. Mir geht es auch darum, den Teilnehmern Mut zu machen, sich nicht nur auf Schwächen, sondern vor allem auf Stärken zu konzentrieren. Das gibt Kraft und Sicherheit und in der Folge auch die Erkenntnis, wo man noch dazu lernen muss.

Ein Blick in die Zukunft: Welche Rolle wird der professionell verfasste Text, das pointierte gesprochene Wort spielen?

Nur auf aktuelle Trends und Entwicklungen zu setzen, ist zu wenig. Der Schweizer Philosoph Hans Saner meint „Man kann Zeichen hinterlassen, ohne damit etwas sagen zu wollen. Man kann aber nicht verhindern, dass sie etwas sagen.“ Es ist heutzutage sehr wichtig, Prioritäten zu setzen. Wer alle in allen Lebenslagen immer und überall erreichen will, kann nur scheitern. Wesentlich ist, genau zu wissen was man will und wen man wie ansprechen will. Die Definition des Ziels ist der erste Schritt zur Umsetzung. Dazu bedarf es einer eingehenden Analyse: Was will, was braucht mein Kunde, wozu braucht er es und wie erreiche ich ihn? Übrigens, das so genannte Riepl'sche Gesetz der Medien besagt ja, dass kein Instrument der Information, das einmal eingeführt wurde und sich bewährte, von anderen vollkommen ersetzt oder verdrängt wird.