



BILD: SVAUS DEM BUCH „SCHLAGFERTIG“ (ECOWIN VERLAG)

Die Sprachlosigkeit bezwingen

Schlagfertigkeit könne man lernen, sagt der Autor und Coach Michael Traindt. In seinem Buch schildert er, wie man Untergriffen im privaten und beruflichen Milieu wirksam begegnet.

MARTIN BEHR

SALZBURG. Der Neuzugang wird vom Chef so in das Team eingeführt: „Darf ich vorstellen, das ist unser neuer Mitarbeiter, der noch etwas überfordert scheint.“ Worauf dieser entgegnet: „Ich freue mich, Sie kennenzulernen, und habe schon viel Gutes über Sie gehört.“ „Eins zu null für den Neuen“, resümiert Michael Traindt, der seit 15 Jahren als Schlagfertigkeitstrainer arbeitet. Nachsatz: „Solche Antworten gelingen aber selten. Meist machen Untergriffe wie dieser sprachlos und später ärgert man sich, nicht besser reagiert zu haben.“

„Schlagfertig – Wie man Gespräche im Job meistert und Familienfeiern überlebt“: Mit diesem Buch (Verlag Ecowin) will der 41-jährige Niederösterreicher all jenen Hilfestellungen geben, die das Gefühl, am liebsten im Boden versinken zu wollen, gut kennen. Er, der mit Politikern und Managern arbeitet, kennt das Problem aus eigener Erfahrung. „Sie sind nicht schlagfertig? Kein Problem, ich bin es auch nicht, und ich bin Schlagfertigkeitstrainer“, lautet ein Spruch von ihm. Dass dabei Koketterie mitschwingt,

gibt Traindt im SN-Gespräch zu, sagt aber: „Ich war vielleicht immer schon ein guter Beobachter. Aber ich habe erst über das Training gelernt, dass ich Talent zur Schlagfertigkeit habe.“ Will heißen: Schlagfertigkeit kann jeder lernen. „Wie Ski fahren oder Tennis spielen“, betont er, der Politik- und Rechtswissenschaften studiert hat. Talent sei wichtig, aber Übung wichtiger. Eine wichtige Regel aus dem Mund des Trainers: „Lieber gut vorbereitet sein, als sich später zu ärgern.“

Das Gerüst des Buchs sind fünf Regeln, die der Autor ausführlich und mit konkreten Beispielen erläutert. Was mit „Kenne deine Rolle – Wissen, wer du bist!“ beginnt, setzt sich über „Der authentische Kern – Erkenne, was dir wichtig ist!“ und „Die inneren Dialoge – Kenne deine Glaubenssätze!“ fort. Für Traindt ebenso wichtig sind die Regeln „Nicht alles ist ein Angriff – Halte etwas aus!“ und „Lass dir nicht alles gefallen – Wehre dich!“. Das Regelwerk solle, sagt Traindt, in heiklen Gesprächen schützen und „damit sachliche Kommunikation sowie inhaltliches Arbeiten ermöglichen“. Auf beruflicher wie auf privater Ebene wohlgeklärt. Michael

Traindt unterscheidet generell zwischen zwei Arten von Schlagfertigkeit: einerseits „die Fähigkeit, schnell und mit passenden, treffenden, witzigen Worten auf etwas zu reagieren“. Andererseits gehe es darum, „wie ich mich vor Untergriffen oder blöden Sprüchen schützen kann und eben nicht sprach- oder reaktionslos werde“. Wichtig sei in



„Übung ist wichtiger als das Talent.“

Michael Traindt,
Autor und Trainer

jedem Fall, klarzumachen, dass bestimmte Grenzen nicht überschritten werden dürfen. „Sonst passiere solche Dinge immer wieder.“

Wer für Traindt schlagfertige Menschen sind? „Jene, die gut auf bestimmte Situationen vorbereitet sind“, antwortet der Autor und Trainer und nennt in diesem Zusammenhang die deutsche Bundeskanzlerin Angela Merkel. Sie sei keine Showmasterin, habe aber aus ihren Fähigkeiten das Maximum herausgeholt. Barack Obama hingegen

könne schnell reagieren, weil er ein extrem guter Zuhörer sei und selbst bei eigenen Reden sehr viel wahrnehme und mitbekomme. In heimischen Breiten achtet Traindt den deutschen Ex-Skiläufer Felix Neureuther („Weil er den Mut hat, sich auch selbst nicht immer ganz ernst zu nehmen“) und den Wiener Schauspieler Michael Niavarani: „Weil er genau weiß, wer er ist und wie er wirkt, und das nützt er – wie auch Josef Hader – als Geschichtenerzähler gekonnt.“

Schlagfertigkeit hat für Traindt nichts mit „zurückschlagen“ zu tun. Die Botschaft an den Angreifer müsse lauten: „Ich führe gern ein sachliches und respektvolles Gespräch, aber persönlich angreifen oder beleidigen lasse ich mich nicht.“ Ein Beispiel aus der Arbeitswelt: Kommt der Vorwurf, dass man für den Job ein (zu) „junger Hupfer“ sei, solle man sich vor der Replik „alter Depp“ hüten. „Es empfiehlt sich vielmehr die Frage, wie alt man denn dafür sein müsse. Und der Hinweis, dass Kompetenz keine Altersfrage ist“, sagt Traindt.

SN können Leser auch in der Krise ans Blatt binden

Vor allem der Verkauf der E-Paper-Ausgaben zog kräftig an.

SALZBURG. Die Ergebnisse der Österreichischen Auflagenkontrolle (ÖAK) für das zweite Halbjahr 2020 weisen für die „Salzburger Nachrichten“ stabile Zahlen aus. Verglichen mit dem zweiten Halbjahr 2019 blieb die täglich verkaufte Auflage mit 68.284 Exemplaren annähernd ident. Im Jahresschnitt 2020 verkauften die „Salzburger Nachrichten“ 68.728 Exemplare – eine ebenfalls stabile Zahl. Die vollbezahlten Print-Abonnements haben indessen gar leicht zugelegt.

Auch der anteilig hohe Abo-Anteil ist ein Indiz für eine starke Blattbindung: Mittlerweile werden 94 Prozent der verkauften SN-Auflage per Abonnement vertrieben.

Erfreulich ist ebenso das Plus im Digitalbereich: Die Zahl der verkauften SN-Digitalabos stieg im Vergleich zwischen dem zweiten Halbjahr 2019 und dem zweiten Halbjahr 2020 um 1696 Stück auf nunmehr 12.498 – und somit um

Magazine verlieren weiter an Auflage

rund 16 Prozent. „Die neue ÖAK bestätigt den erfolgreichen Weg, den die ‚Salzburger Nachrichten‘ beschreiten – trotz der Corona-Herausforderungen wie etwa mehrerer Lockdowns“, sagt SN-Verlagsforscher Hans Paischer.

Aus den ÖAK-Zahlen sind auch für die gesamte Medienbranche Trends abzulesen. So fällt auf, dass die Printauflagenzahlen der Tageszeitungen sanft rückläufig sind, während deren E-Paper-Verkäufe im Schnitt stiegen. Parallel gingen die Auflagenzahlen der Magazine und Wochenzeitungen deutlich zurück (gedruckt und als E-Paper). Im Grunde verlor ein jedes namhafte Wochenheft spürbar an Auflage. Zwei Ausnahmen waren „Servus in Stadt & Land“ (Red Bull Mediahouse) mit einem Plus von 3165 Stück und der „Gewinn“ mit einer Steigerung von 6529 Exemplaren.

Umstrittenes Mediengesetz in Australien fixiert

CANBERRA. Der Senat in Australien hat ein neues Mediengesetz verabschiedet, das zuletzt zu einem heftigen Disput mit Facebook geführt hatte. Im Unterhaus war der sogenannte „News Media and Digital Platforms Mandatory Bargaining Code“ bereits in der vergangenen Woche angenommen worden, jedoch muss die Abstimmung wiederholt werden. Der Grund: Im Streit mit Facebook hatte die Regierung Änderungen des Gesetzes zugestimmt. Der Internetgigant hatte daraufhin eingelenkt.

Mit dem Gesetz werden Google und Facebook künftig gezwungen, örtliche Medienunternehmen zu bezahlen, wenn sie deren Inhalte verbreiten.

SN, APA

Zwischen den Adresszeilen eines E-Mails

E-Mail, das können wir dank Homeoffice doch mittlerweile alle. Oder doch nicht?

BITS & BITES
Thomas Hofbauer



„Hört mal alle her!“, schreit das E-Mail im Posteingang. Die Zahl der Empfänger ist kaum zu überblicken. Muss unheimlich wichtig sein. Beim Lesen des Mails stellt sich dann heraus: klassischer Adressierungsfehler. Es ist aber auch verwirrend, ein Brief hat nur ein Adressfeld, beim Schreiben eines E-Mails stehen hingegen drei zur Auswahl. Und die haben auch noch unterschiedliche Bedeutungen und Möglichkeiten.

Das Adressfeld „An“ sollte nur den oder die tatsächlichen Adressaten eines E-Mails enthalten. Also jene Person, die direkt angesprochen ist und aufgefordert wird, auf ein Mail zu reagieren. In „CC“ hingegen werden alle weiteren Empfänger gesetzt, die man über dieses Mail informieren will.

Firmen verraten auch heute noch ihren Kundenstamm, wenn sie sorglos die Felder „An“ und „CC“ benutzen. Denn beide Felder werden an die Empfänger durchgereicht. Es kann also jeder sehen, an wen das Mail geht.

„CC“ wird aber auch gern als Druckmittel eingesetzt. Wenn man Vorgesetzte oder Kollegen in „CC“ setzt, wie es so schön heißt, und die Kommunikation so offenlegt.

Für subtilere Spielchen eignet sich das „BCC“-Feld, denn wer in „BCC“ steht, den erreicht zwar das Mail, die anderen Adressaten können das aber nicht sehen, denn der Inhalt dieses Adressfelds ist für niemanden sichtbar. Sinnvoll ist dieses Adressfeld aber nicht nur, um Intrigen vorzubereiten. Auch Firmen tun bei Aussendun-

gen gut daran, alle Empfänger ins „BCC“ zu packen und das Mail „An“ sich selbst zu schicken.

Apropos schick: „CC“ bedeutet „Carbon Copy“, also „Durchschlag“, wie das, was entsteht, wenn man Kohlepapier zwischen zwei Blätter schiebt und auf der Schreibmaschine loslegt. „BCC“ analog dazu „Blind Carbon Copy“, unsichtbarer Durchschlag. Die Begriffe kommen aus einer Zeit, in der im Büro noch zwingend Kravatte getragen wurde. Kleine Druckmittel und größere Intrigen gab es auch damals schon und sogar E-Mail war Mitte der 60er längst erfunden, war aber mangels Computer noch kein durchschlagender Erfolg.

THOMAS.HOFBAUER@SN.AT