

„Man geht doch lieber in eine volle Kneipe als in eine leere“

TMV-Kommunikationschef über berufliche Distanz und menschliche Nähe, über Schönwetterberichterstattung und über durchaus positive Erfahrungen mit dem ersten Volontär in der Rostocker Zentrale

Tobias Weitendorf, gebürtiger Schweriner, aber aufgewachsen in Rostock, studierter Literatur- und Politikwissenschaftler in Berlin und im norwegischen Bergen, ist zufrieden – mit seiner eigenen Arbeit und Funktion, die ihn nach einem Volontariat bei der *Ostseezeitung* und einer nicht immer einfachen Zeit im Schweriner Sozialministerium wieder zurück nach Rostock und dort im Januar 2007 in eine Büroetape am Platz der Freundschaft führte. Dort residiert der Landestourismusverband, in dem sich Weitendorf zunächst als Abteilungsleiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit um die Medien kümmerte und in dem er später weitere Aufgaben des Marketings und der Marketingordination für den Gesamtverband, einschließlich des Anzeigengeschäfts, dazubekommen hat. Offiziell ist der knapp 37-jährige seit 2008 Stellvertretender Geschäftsführer sowie Leiter Kommunikation und Koordination, so steht es jedenfalls auf seiner von einem orangefarbene Streifen an der Unterseite dominierten Visitenkarte. Diese Farbe steht gemeinhin für Lebensfreude und Aktivität.

In seiner Funktion hat Tobias Weitendorf mit dafür zu sorgen, dass einer der wichtigsten Schätze dieses Landes, seine natürliche Schönheit, außerhalb unseres Landes noch bekannter gemacht wird und dass sich möglichst viele Nicht-Mecklenburger und Nicht-Vorpommeraner nach Mecklenburg und Vorpommern, nein, nicht verirren, sondern verführen lassen. Verführung durch

Schönheit und durch gute Reden über das nordöstlichste Bundesland. Hauptaufgabe sei es, dort Präsenz zu zeigen, „woher wir Gäste erwarten“, in den sogenannten Quellregionen. Dennoch sei der Verband viel mehr als eine Art Vermarktungsmaschine.

Natürlich weiß man auch am

nennen[ich finde „touristischen Regionen“ besser], eine alte Wirtshausweisheit: Man geht doch lieber in eine volle Kneipe als in eine leere. Wo schon viele Leute sind, da kommen noch mehr. An dieser Stelle wenigstens einmal eine harte Zahl: Allein in den ersten acht Monaten dieses Jahres besuchten laut Stati-

Gästezahl und zu der nach wie vor angestrebten Steigerung dieser Zahl.

Dazu braucht der Landestourismusverband natürlich auch die Hilfe von Medien und von Journalisten, zunächst einmal von Journalistinnen und Journalisten außerhalb unseres Bundeslandes. Für diese Zielgruppe, für diese Multiplikatoren organisieren Weitendorf und Kollegen Pressereisen, schreiben sie vielfältige, durchaus werbende Texte, verschicken jährlich um die 200 Presse- und Brancheninformationen und kiloweise Informationsmaterial.

Natürlich wissen sie auch, dass auch eine nicht geringe Zahl von Einheimischen jedes Jahr wieder zu Hause, hier in Mecklenburg-Vorpommern, Urlaub macht. Aber diese Menschen brauche man im Allgemeinen nicht von der Schönheit ihres Landes zu überzeugen, die meisten von ihnen wissen Bescheid, so Weitendorf. Und diese Tatsache ist auch der ebenso einfache wie einleuchtende Grund, weshalb der Landestourismusverband im Lande selbst keinen einzigen Euro für Anzeigen ausgibt – auch wenn es hier natürlich auch hervorragende Medien gibt, die solches Geld vielleicht ebenfalls gut gebrauchen könnten. Philosophie und Ökonomie des Tourismusmarketings verlangen jedoch andere Entscheidungen. Daher werden denn auch kaum inländische Kollegen zu Pressereisen durch MV eingeladen, es sei denn, sie arbeiten im Bereich Tourismus für ausländische Medien. Und dann zählen sie gleichsam selbst als „Auslän-



Tobias Weitendorf (l.) und Volontär Mathias Christimann

Foto: Jürgen Seidel

Rostocker Platz der Freundschaft 1, wo es im Tourismus, bei Gastronomie und Hotellerie noch klemmt, dass noch nicht jeder Service freundlich und nicht jedes Urlaubsangebot ein hervorragendes Angebot ist – aber die Aufgabe von Weitendorf ist es nicht, im Ausland die Nachteile dieses Landes zu diskutieren, sondern seine Vorzüge herauszustreichen. Schließlich sollen die Leute eingeladen werden und nicht verschreckt werden. Und schließlich gilt auch im Tourismusgeschäft, in dem sich MV im durchaus harten Wettbewerb mit anderen „touristischen Locations“ befindet, wie das die fachsprachkundigen Experten

stik mehr als fünf Millionen Urlauber, Touristen und Tagesausflügler Ostseestrand und Binnenland von Mecklenburg-Vorpommern. Und das ist eine beachtliche Zahl, die stabilisiert und nach Möglichkeit weiter gesteigert werden kann und werden soll. Nebenbei bemerkt gehört auch das Herausgeben solcherart Zahlen und diese „Presseversorgung“ zu den vielfältigen Verpflichtungen des Landestourismusverbandes und seiner Kommunikationsabteilung. Auch in diesem „innenpolitischen Sinne“ sei der TVMV ein im doppelten Sinne gefragter Partner sowie ein berechenbarer und glaubwürdiger Dienstleister. Aber zurück zur

der“ und als „Bringer“, die Urlauber und Touristen nach Mecklenburg und Vorpommern bringen.

Insgesamt empfindet Tobias Woitendorf das Verhältnis zwischen den Pressekollegen und seinem Haus als angenehm. In diesem überschaubaren Land kenne man sich gut, und die meisten Kolleginnen und Kollegen wüssten auch gut die Unterschiede zwischen beruflicher Distanz und menschlicher Nähe zu wahren. Das gute Miteinander-bekannt-sein müsse eben nicht unbedingt von Nachteil sein. Es gebe kaum unzulässige Vermengungen und Vermischungen. Woitendorf hat da nach eigenen Worten überwiegend positive Erfahrungen gesammelt.

Seit nunmehr gut drei Monaten steht den Mitarbeitern der Abteilung Kommunikation und Koordination übrigens zum ersten Mal ein Volontär zur Seite, der ?-jährige aus? Er soll in den kommenden zwei Jahren Gelegenheit bekommen, sich sowohl im Bereich PR und Marketing als auch im klassischen Journalismus solide Kenntnisse anzueignen. Es sei eine breit gefächerte und sehr vielseitige Ausbildung, die neben dem journalistischen Tagesgeschäft wie dem Beantworten von Presseanfragen auch das gründliche Kennenlernen touristischer Strukturen und Institutionen einschlieÙe. So könne er nach dem Abschluss des Volontariats auf profunde Kenntnisse verweisen und dürfte

sowohl auf touristischen wie auch auf journalistischen Gebieten, zum Beispiel in Zeitungen, einsetzbar sein. Hinter ihm dürfte dann eine Zeit liegen, in der er sich zum einen auf sehr vielen verschiedenen Feldern tummeln dürfte und sich zum anderen sehr schnell um- und auf Neues einzustellen hatte. Flexibilität als Tugend betrachtet. Und nicht ohne Grund lehne sich die Ausbildung fachlich sehr eng an die entsprechenden Richtlinien des DJV an. Tobias Woitendorf hält das Experiment eines Volontariats jedenfalls bereits nach den ersten drei Monaten für geglückt und auch für andere, ähnliche Institutionen empfehlens- und nachahmenswert. Und wie sieht es andersherum der

Volontär, für den nach den ersten 100 Tagen die Schonfrist vorbei ist. Wie findet er seine bisherige Ausbildung? Was findet er gut? Was nicht so gut?

In einer kurzen Stellungnahme über seinen Einstieg schreibt Mathias Christmann, der journalistisch-touristische „Volontariats-Pionier“:

Wie gesagt, Tobias Woitendorf, kann zufrieden sein. Und er ist es auch. Und warum soll man das nicht auch Mal klar und deutlich sagen dürfen? Genau wie die folgende Wahrheit: Mecklenburg-Vorpommern ist schön. Genau.

Jürgen Seidel

„Um klar zu sehen, genügt ein Wechsel der Blickrichtung“

Mit Coaching geht's leichter

Du bist Coach?! – Ah, ich müsste mal ein Coaching machen – das habe ich schon sehr oft von Freunden, Bekannten, Kollegen gehört. Mach doch, sage ich dann und schon kommen die Fragen: Was heißt Coaching eigentlich, wie wird mir denn da geholfen und ist das überhaupt was für mich?

Tatsächlich heißt das englische Wort ungarischen Ursprungs `Coach` Kutsche und dieses Bild vermittelt einen wesentlichen Kern von Coaching: Die Kutsche ist ein Hilfsmittel, ein Beförderungsmittel, um sich auf den Weg zu machen und das Ziel einfacher und schneller zu erreichen.

Der Coaching-Begriff steht heute in aller Kürze für Entwicklung und Leistungssteigerung – to coach = betreuen, trainieren. Den Siegszug begann diese Form der Zusammenarbeit bereits 1848, ein englischer Tutor

nannte sich Coach und zeigte seinen Studenten fortan ihre individuell passenden Möglichkeiten, Wege und geeignete Strategien auf. Seit 1885 geht, beginnend in England und den USA, im Bereich Sport nichts mehr ohne Coach. Und inzwischen hat das Coaching in allen Lebensbereichen Einzug gehalten.

Für wen ist ein Coaching in unserem Arbeits- und Lebensumfeld sinnvoll?

Coaching ist eine große Chance für den, der ein Ziel hat, aber nicht weiß wie er am besten dahin gelangen kann, den, der eine Entscheidung treffen muss aber nicht kann, für den, der seine Last irgendwie nicht mehr allein tragen will oder den, der einfach nicht mehr alles mit geforderter Qualität unter einen Hut bekommt und dabei langsam „durchbrennt“ unter dem entstandenen Druck. Burnout ist für

viele Menschen kein Fremdwort mehr in unserer Zeit der vielen Möglichkeiten, großen Leistungsanforderungen und nur sehr klein gewordenen Zeitfenster zum Krafttanken. Mal nichts tun oder Langeweile haben – gar nicht dran zu denken!!

Der Coachee, also der dann von einem Coach Betreute, hat in der Regel schon verschiedene andere Versuche unternommen, um seine Probleme zu lösen oder seine Fragen zu beantworten. Erst wenn diese Antworten mit allen zur Verfügung stehenden Mitteln wie Büchern, Selbstreflexionen, Gesprächen mit Freunden, Ehepartnern und Kollegen oder durch Seminarbesuche nicht gefunden werden und wenn der Handlungsdruck steigt, wächst auch die Bereitschaft, sich einen Berater zu suchen. Gute Idee!

Kann mir denn mit einem Coaching geholfen werden?



Claudia Thürmer Foto: privat

Das ist die Frage – die Antwort darauf ganz klar: ja!

Der Gang zum Coach empfindet sich bei komplexen Entscheidungsprozessen, wie bei anstehenden Laufbahnentscheidungen, beruflicher Umorientierung oder Vorbereitung auf den Ruhestand,

bei seelischen oder körperlichen Symptomen von Überforderung, Überarbeitung, Sinn- und Motivationsverlust. Für einen Erfolg bringenden Weg ist es wichtig, dass Coach und Coachee gut zusammen arbeiten können, die Chemie muss stimmen und der Coach soll sich im Fach- oder Themenbereich seines Coachee auskennen.

Das Coaching beginnt deshalb mit der Auftragsklärung. Dabei klopfen Sie den Coach ab 1. Ist er kompetent, glaubwürdig? 2. Bezieht er Stellung, ist er erkennbar, lässt er sich durch Kritik und Widerspruch nicht aus der Bahn werfen? 3. Erscheint er diskret und loyal und 4. und sehr wichtig: Fühle ich mich wertschätzend behandelt? Der Coach entscheidet bei diesem ersten Gespräch, liegt der angebotene Themenbereich in seinem Leistungsfeld, kann er Ihnen ein Partner sein und Ihren Auftrag annehmen oder empfiehlt er Ihnen einen entsprechenden Kollegen, so üblich unter den Coaches und kein Zeichen von Schwäche sondern von Kompetenz, oder steht in Ihrem Fall eher eine Therapie bei einem Psychologen an, denn hier erfolgt eine ganz klare Trennung zum Coaching.

Kommt dann der Kontrakt zustande, werden drei bis fünf Sitzungen vereinbart, so bietet es sich für ein Coaching an, um in Ruhe einen Entwicklungsprozess anschieben und begleiten zu können. Aber auch mit nur

einer intensiven Runde lässt sich tatsächlich schon etwas bewegen.

Oft erhoffen sich Coachees eine Lösung, die vom Coach präsentiert wird – Coaching funktioniert jedoch etwas anders: Sie gehen einen Arbeitsvertrag mit dem Coach ein und das Schöne für uns Coaches, eigentlich arbeiten vor allem Sie!

Was passiert nun beim Coaching? Es ist ja so, an Wünschen, Zielen und Ideen mangelt es uns allen meist nicht – es ist eher das Zuviel, das da im Kopf für Chaos sorgt und einen Leidensdruck entstehen lässt. Schließlich sollen Entscheidungen getroffen, Wege gefunden werden, die lebenswert und leistbar sind! Soll ich oder soll ich nicht, kann ich oder kann ich nicht?! – Die Antwort kennt immer der am besten, der die Leistung letztendlich auch erbringen, die veränderten Pfade beschreiten muss – im Berufsleben und im Alltag – Sie selbst!

Und genau da setzt das Coaching an. Die richtigen Ziele, Lösungen und Wege zur Umsetzung haben Sie alle selbst parat. Allerdings – welche Ziele haben Sie denn genau, welche Fähigkeiten oder Ressourcen tragen zum Lösen Ihres Problems bei und welches sind die besten Schritte, die Sie sicher zum Ziel führen, ohne dass Ihnen vorher die Puste ausgeht?!

Genau das ist Inhalt eines Coachings, das bekommen Sie gemeinsam mit dem Coach heraus, können sinn-

volle Ziele definieren, umsetzbare Lösungen erarbeiten, erreichbare Teilschritte planen, Ihre Rollen und Anforderungen klären, Konflikte in Beruf und Familie lösen.

Was können Sie tatsächlich, was trauen Sie sich zu, wer kann aus ihrem Umfeld helfen, an den Sie vielleicht noch gar nicht gedacht haben. Diese und viele andere Fragen werden geklärt und das in den verschiedensten Themenfeldern. Auch hierfür Beispiele: Sie entwickeln gemeinsam geeignete Strategien zur Problemlösung, klären Rollen und bestimmen Positionen in Konflikten und Entscheidungssituationen, Sie finden Ihre persönliche Motivation und planen die Entwicklung Ihrer beruflichen Karriere, Arbeitsorganisation und Zeitmanagement, Sie klären Auftritt und Wirkung in der Kommunikation und Kooperation mit Vorgesetzten, Mitarbeitern und Kollegen oder Sie erschließen gemeinsam beim Coaching individuelle Wege zur Steigerung persönlicher Gesundheit, Leistungsfähigkeit und Work-Life-Balance.

Ihre Selbstverantwortung als Coachee bleibt dabei jederzeit gewahrt, der Coach leistet Hilfe zur Selbsthilfe, ist Gesprächspartner im Zwiegespräch mit sich selbst und stellt geeignete Fragen, reflektiert und hakt nach, hilft beim Sortieren, was ist wie wichtig, was hilft, was stört eher und er bringt natürlich eigene Ideen,

Ansätze und Perspektiven mit ein.

Dabei werden Ihre Stärken vom Coach sichtbar gemacht, Ihre Zuversicht gefördert und ihre persönliche Entwicklung angeschoben.

„Denn um klar zu sehen, genügt ein Wechsel der Blickrichtung“ sagt Antoine des Saint Exupéry.

Der beschriebene Coaching – Prozess ist zielorientiert und zeitlich befristet. Hier schließt sich der Kreis zur oben beschriebenen sprachlichen Wurzel des Coachingbegriffs als sinnvolle Metapher: Eine Kutsche ist ein Hilfsmittel, ein Beförderungsmittel, um auf den Weg zu kommen und ein Ziel schneller und bequemer zu erreichen, als zu Fuß. Der Insasse bedient sich dieses Hilfsmittels, entscheidet aber selbst über die Richtung, das Reiseziel. Der Kutscher kennt die Wege, kann Entfernungen und Reisezeiten einschätzen, sorgt für die Qualität des Vorkommens und für angemessene Pausen.

Na, neugierig geworden – dann lassen Sie sich doch mal auf ein Coaching ein – Sie wissen doch: Einsteigen, Losfahren und am selbst gesteckten Ziel ankommen – schneller und leichter mit professioneller Hilfe!

**Claudia Thürmer,
Sprechtrainerin, Journalistin
und Business Coach**