

KARRIERE

GRÜNDERIN
DER WOCHE

Kürzlich stellte Irene Knava, Handels- und Theaterwissenschaftlerin und Kulturmanagerin, ihr Buch „Audiencing“ vor. So heißt auch ihr neu gegründetes Unternehmen. Sie hat das Thema Publikumsbindung im Kulturbereich als Marktlücke im deutschsprachigen Raum entdeckt.



Irene Knava bietet u. a. Management auf Zeit für Kulturorganisationen

» **IDEE** Für mein Buch habe ich mich gefragt, wie eine Kulturorganisation Publikum ansprechen, binden und halten kann. Ich bin draufgekommen, dass sich kaum jemand mit dem Publikum beschäftigt.

» **PRODUKT** Bei der Beratung gehe ich von einer konkreten operativen Fragestellung aus, zum Beispiel: Wir wollen mehr Abos verkaufen oder Fundraising betreiben. Ich begleite den Prozess bis zur Implementierung und Zielerreichung mit. Ich schule Mitarbeiter, die mit dem Publikum in Kontakt stehen und stelle mich für Management auf Zeit zur Verfügung, zum Beispiel für Sommertheater.

» **HINTERGRUND** Audiencing ist das Thema der Zukunft. Öffentliche Gelder werden weniger, die Frage der Drittmittelbeschaffung wird wichtiger. Je größer der Druck auf die Institutionen wird, umso mehr wird Besucherbindung ein Thema.

» **ZIELGRUPPE** Vorerst bin ich hauptsächlich in Wien tätig, möchte aber im deutschsprachigen Raum und international arbeiten. [rot]



Verhandlungen gewinnt man im Kopf und mit einem Lächeln

GEHIRNFORSCHUNG. Die Neurowissenschaft belegt, warum ohne strategische Vorbereitung nicht erfolgreich verhandelt werden kann.

von ANDREA MÖCHEL

Wussten Sie, dass jeder, vom Schulkind bis zum Pensionisten, pro Tag statistisch gesehen drei bis fünf Verhandlungen führt? Und Erwerbstätige sogar bis zu zehn Verhandlungssituationen bestehen müssen? Dabei werden die meisten Verhandlungen von dieser Statistik gar nicht erfasst, denn die finden innerhalb der Familie statt. „Gerade kleine Kinder sind von Natur aus die besten Verhandler“, schreibt Frieder Gamm in seinem neuen Buch „Verhandlungen gewinnt man im Kopf“. Warum? Sie stellen klare Forderungen („Ich will!“), sie setzen Fragetechniken ein („Warum darf ich nicht?“) und sie arbeiten mit Emotionen.

Doch im Laufe der Zeit verkümmert das kindliche Verhandlungstalent. Nur die infantile Vorstellung, es müsse bei jeder Verhandlung Verlierer und Gewinner geben, hält sich hartnäckig. Ein fataler Irrtum, sagt Verhandlungs-Coach Gamm. „Die

besten Verhandlungen sind die, bei denen sich jeder der Verhandlungspartner zum Schluss als Gewinner fühlen kann.“ Doch wie kann man das erreichen? Antworten dazu liefert die moderne Hirnforschung. Christian E. Elger, Neurologe und Geschäftsführer der Life & Brain GmbH im Universitätsklinikum Bonn, hat sogar Grundregeln für erfolgreiches Verhandeln erarbeitet. Grundlage dafür sind Ergebnisse der experimentellen Hirnforschung, der Magnetresonanztomografie und die Einbeziehung internationaler Studien. Zentrale Erkenntnis: Bei Verhandlungen und in der Kommunikation kommt dem Belohnungssystem eine entscheidende Rolle zu.

„Das Belohnungssystem im Gehirn steuert unsere Entscheidungen weitaus stärker, als es viele Menschen wahrhaben wollen“, sagt Elger. „Um es zu aktivieren, genügt ein günstiger Preis, Fairness, ja oft schon ein Lächeln.“ Dabei ist das

Fotos: MEV, beigestellt (2)