

DR. DR. RAINER ZITELMANN

König der Selbstvermarktung

»MAN MUSS DIE WELT WISSEN LASSEN,
DASS MAN DA DRAUSSEN IST«

–ARNOLD SCHWARZENEGGER

Ich wollte nicht wie alle anderen sein. Ich hielt mich für etwas Besonderes, Einzigartiges und nicht für einen Durchschnittstypen“, schreibt Arnold Schwarzenegger in seiner Autobiografie „Total Recall“. Alles, was er wurde, wurde er durch Public Relation: „Wenn ich einen Film abgedreht hatte, war für mich die Arbeit erst zur Hälfte erledigt... Man kann den besten Film der Welt machen, aber wenn er nicht den Weg in die Kinos findet und wenn die Leute nichts davon erfahren, dann nützt das alles nichts. Dasselbe gilt für Literatur, Malerei oder auch Erfindungen.“ Viele große Künstler seien wirtschaftlich gescheitert, weil sie sich darüber nicht bewusst gewesen seien und keine guten Verkäufer waren. Picasso habe gegen eine Mahlzeit im Restaurant eine Zeichnung angefertigt oder einen Teller bemalt, heute seien diese Arbeiten Millionen von Dollar wert. „So etwas sollte mit meinen Filmen nicht passieren. Im Bodybuilding und in der Politik hielt ich es nicht anders. Egal, was ich im Leben tat: Mir war klar, dass man es verkaufen musste.“

Schwarzenegger hat in den Lebensbereichen, die er sich für seine verschiedenen Karrieren ausgesucht hat, alles erreicht, was man erreichen kann. Der Junge aus einem österreichischen Dorf, der aus einfachen Verhältnissen kam, nahm sich vor, der bekannteste Bodybuilder der Welt zu werden – und er wurde es. Sieben Mal wurde er zum „Mister Olympia“ gekürt, die höchste Auszeichnung im Bodybuilding. Später setzte er sich das Ziel, einer der bestbezahltesten Actionstars der Welt zu werden, und tatsächlich war er zu sei-

ner Zeit einer der bekanntesten und bestbezahltesten Hollywoodschauspieler, obwohl eigentlich alles dagegen sprach, dass er dieses Ziel erreichte. Vermutlich wäre er auch gerne amerikanischer Präsident geworden, aber diese Möglichkeit war ihm verschlossen, weil er nicht in den USA geboren ist. Doch er wurde zwei Mal zum Gouverneur von Kalifornien gewählt, eine der größten Volkswirtschaften der Welt.

„PR, PR, PR“

Schon als Teenager hatte er einen ausgesprochenen Sinn für ungewöhnliche Methoden der Selbstvermarktung – dabei half ihm sein Mentor Albert Busek in München. Schwarzenegger lief an einem eiskalten Tag im November im Posingslip durch die Einkaufsstraße von München. Busek rief ein paar befreundete Redakteure an und fragte: „Erinnerst du dich an Schwarzenegger, der im Löwenbräukeller das Steinheben gewonnen hat? Ja, inzwischen ist er Mister Universum und steht im kurzen Höschen am Stachus.“ Am nächsten Tag war in der Zeitung ein Bild zu sehen, wie er in seinem Posingslip auf einer Baustelle stand, wo ihn die in der Kälte dicht beieinanderstehenden Bauarbeiter stauend betrachteten.

Schwarzenegger machte Bodybuilding überhaupt erst populär, und zwar durch PR. Bodybuilder, so Schwarzenegger, beklagten sich immer, dass Journalisten so negativ über sie berichteten und dumme Artikel schrieben. „Das stimmte auch, aber wer redete denn mit der Presse? Hatte sich je ein Bodybuilder hingestellt und erklärt, was wir machten?“ Schwarzenegger

war geradezu besessen von PR. Die drei wichtigsten Dinge bei einer Immobilie, so sagen Makler, sei die Lage, die Lage und noch einmal die Lage. „Unser Motto lautete: PR, PR und noch einmal PR.“

Schwarzenegger hatte schon damals ein unglaubliches Gespür für PR. Aber darauf allein verließ er sich nicht. Er engagierte professionelle PR-Berater. Cookie Rommel schreibt in seiner Biografie: „Besonders auf den Respekt der Öffentlichkeit legte Schwarzenegger größten Wert und bediente sich auf seinem Weg nach oben eines der besten PR-Managements, das man in den USA haben kann.“

PROVOKANTE SPRÜCHE

Ein wichtiges Instrument im Selbstmarketing waren provokante und ungewöhnliche Sprüche, mit denen er immer wieder zitiert wurde. In „Pumping Iron“ verglich er das Aufpumpen der Muskeln beim Training mit einem Orgasmus: „Blut durchströmt deine Muskeln, das ist es, was wir Pumpen nennen. Deine Muskeln bekommen dieses straffe Gefühl, als wärest du am explodieren... Es ist für mich so befriedigend, wie wenn ich komme. Du weißt schon: Wie Sex mit einer Frau, und kommen.“ Später erklärte er: „Wenn man im Fernsehen etwas verkaufen will und hervorstechen will, muss man etwas Spektakuläres tun. Also habe ich mit diesen Bemerkungen angefangen, dass die Muskelarbeit viel besser ist als Sex.“

Bei der Vermarktung seiner Filme konzentrierte Schwarzenegger sich ganz auf die PR. Sehr genau beobachtete er den New Yorker Presseagenten Bobby Zarem bei der



Arbeit. „Er brachte mir bei, dass normale Pressemitteilungen Zeitverschwendung waren, vor allem, wenn man Fernsehjournalisten auf sich aufmerksam machen wollte.“ Zarem ging stattdessen persönlich auf die Journalisten zu und dachte sich für jeden von ihnen eine auf dessen Interessen zugeschnittene Geschichte aus. „Bobby war berühmt für seine langen, handgeschriebenen Exposés. Er zeigte mir einmal

einen vierseitigen Brief an den Chefredakteur von ‚Time‘, dem er erklärte, warum die Zeitschrift einen Artikel über Bodybuilding bringen sollte... Ich lernte viel von Bobbys Arbeit für ‚Pumping Iron‘ und übernahm viele seiner Methoden.“

Nachdem Schwarzenegger – zusammen mit einem Koautor – sein erstes Buch, die „Karriere eines Bodybuilders“ geschrieben hatte, bestand er auf ungewöhnlich breite

PR- und Marketinganstrengungen. „Die Leute werden das Buch nur kaufen, wenn sie davon gehört haben“, sagte er seinem Verlag. „Wo sollen sie davon hören? Wenn Sie wollen, dass es ein echter Erfolg wird, dann schicken Sie mich nicht nur in sechs Städte. Wir machen 30 Städte, und zwar in 30 Tagen.“ Der Verlagsvertreter war skeptisch: „30 Städte in 30 Tagen! Das ist Wahnsinn!“ Schwarzenegger entgegnete, man solle gerade jene Städte besuchen, in die Stars normalerweise nicht gehen. „Auf die Art bekommen wir mehr Auftritte im Frühstücksfernsehen.“

Alles war bei Schwarzenegger der Imagebildung untergeordnet. „Es ist wahr, ich kontrolliere mein Image“, meinte er. „Wenn ich es nicht kontrolliere, wer dann? Jeder versucht, aus der Presse das Beste herauszuholen. Man will als seriöser Studiomanager gesehen werden, als guter Geschäftsmann oder als ernsthafter Künstler. Politiker machen das die ganze Zeit. Jeder versucht, ein Image von sich zu entwerfen.“

»Selbstvermarktung ist für Schwarzenegger so natürlich, wie seinen Trizeps anzuspannen«



„EGAL, WAS MAN IM LEBEN TUT, VERKAUF GEHÖRT DAZU“

Andere Schauspieler und Buchautoren machten nur ungern Werbung, so erklärte Schwarzenegger. Die meisten stellten sich auf den Standpunkt: „Ich mach mich nicht zur Hure. Ich bin schöpferisch tätig und will meine Ware nicht wie sauer Bier anpreisen. Das Geld interessiert mich ja auch gar nicht.“ Zu viele Schauspieler, Autoren und Künstler hielten Marketing für unter ihrer Würde, so Schwarzeneggers Erkenntnis. „Aber egal, was man im Leben tut, der Verkauf gehört dazu.“

Präsident George H. W. Bush berief den inzwischen prominenten Leinwanddarsteller zu seinem „Fitness-Beauftragten“. Eigentlich war das keine besondere Sache. Der Präsident hatte etliche Beauftragte, die nicht viel Aufsehen um diese Sache machten. Hier zeigte sich jedoch erneut das PR-Genie von Schwarzenegger. Er machte viel mehr aus dieser Rolle als jeder andere es getan hätte. Er erklärte Präsident Bush, „was ich als meine Hauptaufgabe ansähe, nämlich die Sache so öffentlichkeitswirksam wie möglich zu propagieren“. Bush war erstaunt, dass Schwarzenegger ankündigte, er werde in alle 50 Bundesstaaten reisen, um seine Aufgaben als Fitness-Beauftragter umzusetzen. „Ich reise gerne, lerne gern Menschen kennen, mache gern Werbung für eine gute Idee. Das kann ich am besten.“

Normalerweise hätte die Pressestelle des Weißen Hauses eine kurze Pressemitteilung über die Personalie des „Fitness-Beauftragten“ verschickt, die im Wust vieler anderer Meldungen in den Redaktionen untergegangen wäre. Schwarzenegger schlug jedoch vor, dass Bush ihn im Oval Office empfangen sollte. Bei dem Treffen sollten Fotos gemacht werden, die an die Presse gehen und danach sollte es eine

Pressekonferenz geben, bei der Schwarzenegger erklärte, wie er sich seine Arbeit vorstellte, und der Präsident sagte, warum Schwarzenegger genau der richtige Mann für diese Aufgabe sei.

Damit war es nicht genug. Schwarzenegger schlug zudem eine große öffentliche Fitnessvorführung auf dem Rasen vor dem Weißen Haus vor. Es sollte ein großes Fest werden, „so ungefähr wie am 4. Juli“, drängte Schwarzenegger. Die Veranstaltung fand am 1. Mai 1990 statt, sie wurde im TV übertragen und der Präsident kam genau um 7.19 Uhr, weil dann die Einschaltquoten bei den Frühstücksnachrichten von Today und Good Morning America am höchsten waren. Schwarzenegger: „Schon vor dem Event hatte ich zahlreiche Auftritte im Frühstücksfernsehen gehabt, hatte aber nicht weiter darauf geachtet, um welche Uhrzeit ich auf Sendung war. Seit dieser Sportveranstaltung bestand ich immer darauf, möglichst spätestens um 7.30

Uhr auf Sendung zu sein.“

Das amerikanische Magazin „Newsweek“ schrieb einmal: „Selbstvermarktung ist für Schwarzenegger so natürlich, wie seinen Trizeps anzuspannen.“ Und gegenüber dem Magazin „Cigar Aficionado“ erklärte der Star: „Man muss die Welt wissen lassen, dass man da draußen ist.“

»Es ist wahr, ich kontrolliere mein Image. Wenn ich es nicht kontrolliere, wer dann?«



Dr. Dr. Rainer Zitelmann ist Verfasser von 24 Büchern, u. a. „Die Kunst, berühmt zu werden“, auf dem dieser Artikel basiert. Seit 44 Jahren ist er selbst begeisterter Natural Bodybuilder.