

Dem roten Faden folgen, unkonventionelle Farbtupfer setzen Onka Takats über ihre Moderationsphilosophie

# „Letztendlich ist eine Moderation mein Baby“

ORF-Wien Star Onka Takats: „Als gut vorbereiteter Profi muss man auch Improvisationstalent mitbringen.“

Wien. Sie begeistern, informieren, motivieren und unterhalten: Moderatoren sind das Salz in der Event-Suppe. Wir haben mit ORF-Paradefrau Onka Takats hinter die Kulissen geblickt – und eine Prise Bühnenluft geschmeckt.

**medianet:** Frau Takats, als Storyteller und Entertainer sind Sie viel mehr als nur das Gesicht zur Veranstaltung. Eine Rolle, die mit vielen Ansprüchen verbunden ist...  
Onka Takats: Als Moderatorin bin ich einerseits der „rote Faden“, an dem sich das Publikum festhalten kann – ziehe aber, beispielsweise bei Podiumsdiskussionen als überparteiliche Instanz in der Rolle der „Provokateurin“ oder „Schiedsrichterin“ auch selbst die Fäden. Andererseits gilt es, den jeweiligen Wünschen und Anliegen der Auftraggeber gerecht zu werden. Schließlich steht man in ihren Diensten. Grundvoraussetzung ist ein ordentliches Briefing einige Tage vor der Veranstaltung, um abzuklären, was wie vermittelt werden soll. Denn neben dem Auftrag, als charismatische Gastgeberin zu begleiten, muss man Kompetenz und Sicherheit ausstrahlen.

**medianet:** Gibt es ein Rezept, um glaubwürdig und kompetent, aber auch unterhaltsam beim Publikum rüberzukommen?

Takats: Gute Vorbereitung ist alles! Ein klares Konzept, das als Gerüst dient, aber auch die eine oder andere Abweichung zulässt, ist dabei unumgänglich. Die genaue Recherche über Thema und handelnde Personen auf der Bühne gibt Sicherheit und vermittelt Kompetenz. Wenn es sich anbietet, hilft das eine oder andere, schon vorab zurechtgelegte Bonmot. Eine kleine Prise Schlagfertigkeit kann auch nicht schaden. Denn nicht alles lässt sich im Voraus planen. Improvisationstalent ist gefragt.



Im Einsatz: Die ORF-Journalistin steht auch auf der Eventbühne „ihren Mann“.

**medianet:** Nach welchen Grundregeln läuft Ihre Vorbereitung ab?  
Takats: Wie gesagt, exakte Recherche und zeitliche Planung sind das A und O. Ein detailliertes und ausführliches Moderationskonzept erleichtert mir die letzte Abstimmung mit dem Auftraggeber. Auf meinen Moderationskarten landen letztendlich nur Stichwörter, um den Ablauf genau im Auge behalten zu können. Spätestens eine Stunde vor Veranstaltungsbeginn bin ich dann am Schauplatz. Dort sollte eine letzte Besprechung mit den Verantwortlichen stattfinden, um allfällige Änderungen klären zu können. Ein kurze Aufwärmrunde mit den Interviewpartnern lockert auf. Vor einer zu detaillierten Absprache rate ich ab, denn alles leicht wirken die Antworten dann einstudiert und nicht mehr natürlich und sympa-

thisch. Auch die Mikrofrage gilt es zu klären. Ein Headset ist mir lieber, da hab ich die Hände frei.

**medianet:** Stichwort Moderationskonzept: Mehr Teamwork oder doch eher „One-Woman-Show“?

Takats: In den meisten Fällen ist dies ein gemeinsamer Diskussionsprozess: viele Kunden fordern meine Expertise und Erfahrung ein. Und im Dialog entsteht meist auch Besseres als im stillen Kämmerlein. Die Tatsache, dass ich Journalistin und nicht Sprechpuppe bin, ist oft ein Grund, warum ich gebucht werde. Natürlich bleibt der Event-Auftrag im Vordergrund. Ich stehe zwar im Rampenlicht, aber die Bühne dient letztlich nur dazu, die Veranstaltung, die Diskutanten oder das Produkt eines Auftraggebers ins beste Licht zu rücken

und zu verkaufen. Ich drücke dem Gemeinschaftswerk aber meinen Stempel auf – letztendlich ist eine Moderation auch mein Baby!

**medianet:** Welche Veranstaltungen sind Ihnen auf den Leib geschneidert? Und wie entscheidet man sich für das richtige Event-Outfit?  
Takats: Ich liebe Veranstaltungen, die mir ein bisschen „Fleisch“ geben. Ich bin ungern nur reine An- und Absagerin, sondern schätze die Gelegenheit, Informationen, Wissen und Fakten zu vermitteln sowie Interviews und Gespräche „on stage“ zu führen. Das Outfit entscheidet sich je nach Auftrag: eine Award-Moderation verlangt natürlich „Große Robe“, ein Society-Event wie die Buchpräsentation „Pandoras Box“ meiner Kollegin Janina Lebzczak das entsprechende auffallende Teil und die Moderation des „Frauentags“ im Wiener Rathaus eher nach schlichterem Understatement. In jedem Fall gilt: Als Moderatorin auf der Bühne darf es einen gewissen Glamour-Faktor geben. Nie darf das Outfit aber peinlich, zu schrill oder zu sexy sein, oder zum eigentlichen Zweck des Abends in Konkurrenz stehen. Als Moderatorin bin ich Vermittlerin und nicht der Starstag.

## ZUR PERSON

Veronika „Onka“ Takats-Pleier wechselte 1994, nach Beendigung ihrer Model-Karriere und des Studiums der Germanistik und Geschichte, als Journalistin ins ORF Landesstudio Wien. Bis 2001 im Radiostudio, ist die Volljournalistin (Schwerpunkt Kulturberichterstattung) und Mutter zweier Kinder seit 2003 dem „Wien heutz“ -Publikum als Wetter-Moderatorin ein Begriff. Für die heimische Wirtschafts- und Unterhaltungsbranche hat Onka Takats mittlerweile über 100 Veranstaltungen geleitet. Auch die Charity-Bühne ist ihr Revier.

[www.onka-takats.at](http://www.onka-takats.at)

Winter-Event Neuauflage

## Grand-Prix der Alpen 2010



Swatch Snow Mobile 2010: 24 Firmenteams auf der Schneefahrbahn.

**Saalbach/Winterglenne.** Die Agentur localx läutet auch heuer mit Swatch Snow Mobile den Eventwinter ein: Vom 3. Bis 5. Dezember geben sich Motorsport und High-Society den Lenker in die Hand, wenn 24 Firmenteams auf der anspruchsvollen, 850 m langen Rennstrecke mitten durch die Salzburger Bergwelt vor geschätzten 20.000 Besuchern um den Großen Preis von Saalbach Hinterglemm kämpfen. Mit von der Partie: Jahrelange Partner wie Sony Ericsson und Red Bull.

Ein Rahmenprogramm mit Live-Konzerten, Welcome-, After-Show- und After-Race-Events begleitet die FS-stärke Party im Palaverchase. Wer noch immer nicht genug hat, kann die neuesten Bretter anschaulich und buchstäblich auf die Piste geben: Hervis stellt beim Rennwochenende 1.000 Paar der neuen Carving-Ski-Generation für Testschwünge zur Verfügung.

## Medienereignis

Im Jahr 2005 aus der Taufe gehoben, ist die Idee, 24 Firmenteams mit je sechs Fahrern und Prominenten voll aufzugeben, heißt es seitens des Veranstalters.

Bester Beweis: Der Medienhype um die Formel 1 der Alpen. An die 100 Medienvertreter und knapp 400 Stunden nationale und internationale TV-Berichterstattung werden dafür sorgen, dass der etwas andere Startschub in den Winter auch am flachen Land Winterfeeling aufkommen lässt.