



INSTITUT
FÜR WERTSCHÄTZENDE
UNTERNEHMENSFÜHRUNG

Newsletter
Selbstmarketing
Ausgabe 020 / 1.6.2010

Being natural is simply a pose, and the most irritating pose I know.

Oscar Wilde, aus: "The Picture of Dorian Grey"

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

wer etwas sein will, und noch viel mehr, wer etwas werden will, muss etwas darstellen: Sich selbst.

Dazu gehört, sich selbst zu kennen.

Dazu gehört, sich immer wieder mit den Augen der Anderen zu betrachten.

Und dazu gehört, das Gute gut darzustellen, aber auch, für sich selbst anzuerkennen, dass man nicht alles in sich vereint, was man an Anderen bewundert.

Mit herzlichen Grüßen

Christian Weisbach & Petra Sonne

Wer bin ich?

Selbstmarketing ist anscheinend wichtig – ohne, so heißt es, hat man heute in der Arbeitswelt kaum noch eine Chance. Leider ist das Wort Marketing gleichzeitig unbewusst negativ besetzt, impliziert es doch, etwas – oder hier: jemanden – an den Mann zu bringen, das oder den dieser eigentlich nicht braucht. Der erste Schritt wäre also eine Art Bedarfsweckung. Und diese innere Vorstellung wirkt wiederum auf den zurück, der Selbstmarketing betreiben muss oder möchte. „Mich braucht eigentlich niemand!“ ist die versteckte Botschaft. Selbstmarketing haftet daher immer ein gewisses „Trotzdem“ an, gerät leicht zu dick aufgetragen und hat damit den gegenteiligen Effekt.

Natürlich lässt sich der Stress, den ein Arbeitssuchender verspürt angesichts der Tatsache, dass ein potentieller Arbeitgeber ihn eben einmal mehr nicht wollen könnte, nicht wegdiskutieren. Und auch, wer gern Karriere machen möchte, wird viel Energie nicht nur in seine Arbeitsergebnisse stecken, sondern auch in das Bild, das er nach außen abgibt.

Interessant wird es, wenn man nun umgekehrt diejenigen fragt, an die sich dieses „Image“ richtet und die beispielsweise mit Personalauswahl befasst sind. Ihnen sind zwei Dinge wichtig:

1. Authentizität

Gerade das Übertünchen der eigenen Schwachstellen fällt unangenehm auf. Schließlich soll nicht die Verpackung, sondern der Inhalt gefallen. Auch wortreiche Entschuldigungen für vermeintliche oder tatsächliche Makel kommen nicht gut an. Am wirkungsvollsten ist, wenn der Betreffende sich selbst kennt und dazu steht.

2. Eigene klare Zielvorstellung

Wer weiß, was er kann und worin er nicht so gut ist, wer sagen kann, was er gern tun möchte und wobei ihm schnell langweilig wird, wer eine klare Vorstellung davon hat, was er in seinem Berufsleben tun will, strahlt diese Sicherheit nach außen ab, ohne dass er sich über Selbstdarstellung und Selbstmarketing Gedanken machen müsste. Statt Beliebigkeit nach dem Motto „Hauptsache ein Job, egal was!“ oder „Hauptsache eine Aufstiegschance, egal welche!“ besteht Klarheit darüber, wohin die eigene Lebensreise gehen soll. Diese innere Stärke wirkt vertrauenserweckend, wirkt so, als sei die Aufgabe, die man zu vergeben hat, bei diesem Menschen sozusagen gut aufgehoben. Und es erspart einem selbst viel Frust, da man sich um Stellen oder Positionen, die einem nicht zusagen, gar nicht erst bemüht. Wer also am liebsten viel mit Menschen zu tun hat, wird sich anschließend nicht mehr auf die Stelle als Leuchtturmwärter bewerben.

So weit, so gut. Wie aber erlangt man dieses innere Bild von sich und von dem, was man tun möchte? Unglücklicherweise ist das nichts, das man mal eben so an einem langen Samstagnachmittag erarbeiten kann. Vielmehr erfordert es Selbsterkenntnis, eine kritische Einschätzung der eigenen Fähigkeiten, Gespräche mit Vertrauten und Freunden, kurz: Die kontinuierliche Beschäftigung mit und die Arbeit an sich selbst. Am Ende steht dann, dass man kein bewusstes Selbstmarketing mehr braucht, weil man ohnehin für sich selbst spricht.

Eine mögliche Übung auf dem Weg dorthin besteht darin, zunächst zu sammeln, welche Themen und Tätigkeiten zu der momentanen (oder der angestrebten) Aufgabe gehören. Dann kann man für sich selbst beurteilen, ob man das jeweils „Besser als die meisten“, „so gut wie viele“ oder „weniger gut als die meisten“ kann und ob man eventuell Trainingsbedarf sieht. Und man kann prüfen, wie weit einem, zum Beispiel auf einer Skala von 1-10, die jeweilige Tätigkeit gefällt. In der Übung für diesen Monat möchten wir Ihnen vorschlagen, einmal Ihr heutiges Aufgabenfeld unter diesen Aspekten unter die Lupe zu nehmen.

Tätigkeit	Kann ich wie gut?	Mag ich wie gern?

Zitat

Sieh, darum ist es so schwer, sich selbst zu wählen, weil in dieser Wahl die absolute Isolation mit der tiefsten Kontinuität identisch ist, weil durch sie jede Möglichkeit, etwas Anderes zu werden, vielmehr, sich in etwas anderes umzudenken, unbedingt ausgeschlossen wird.

Sören Kierkegaard, aus: „Entweder – Oder“

Gastbeitrag – Das Junior Business Team ist eine von über 20 studentischen Unternehmensberatungen in Deutschland. Gegründet im Jahr 1997, können die Mitglieder inzwischen auf eine Vielzahl erfolgreicher Projekte verweisen, und unter den Kunden finden sich auch namhafte Großunternehmen. Wichtigstes Leistungsmerkmal neben dem vorhandenen Fachwissen ist dabei eine große Freiheit bei der Suche nach innovativen und kreativen Lösungen. Eine umfassende Ausbildung der eingesetzten Berater über das universitäre Angebot hinaus und die Begleitung durch in der Wirtschaft erfahrene Kuratoren sind selbstverständlich. Weitere Informationen unter www.studentische-beratung.de.

Studentische Unternehmensberater – eine besondere Marke

Studenten haben es schwerer denn je. Wer kann heutzutage noch auf einen sicheren Arbeitsplatz hoffen? Gute Noten, geleistete Praktika oder ein Auslandsaufenthalt sind schon lange keine Garantie mehr für einen Arbeitsplatz. Seit einigen Jahren muss ein Student schon mehr vorweisen können als eine Praktikumsbescheinigung, um sich von den vielen Bewerbern noch abheben zu können. Das Konzept der studentischen Unternehmensberatung schlägt einen besonderen Weg ein:

Dustin Soumar ist 29 Jahre alt und Division Manager International Operations bei Walter Services. Während seiner Studienzzeit war er Mitglied beim Junior Business Team e.V., der studentischen Unternehmensberatung aus Stuttgart Hohenheim. „Die Erfahrungen, die ich hier gesammelt habe, sind in keiner Weise mit denen eines meiner Praktika vergleichbar“, meint Dustin. In vielen Projekten sammelte er als studentischer Berater „Praxiserfahrung auf höchstem Niveau. Das Besondere, dass man nicht nur Teilaufgaben übernimmt, sondern ein Projekt vom Anfang bis zum Ende begleitet und dabei die gesamte Verantwortung trägt.“ Besonders am Junior Business Team e.V. ist auch, dass es für die Mitgliedschaft keine festen Vorgaben an Studiengang oder Fachsemester gibt. Hier beraten Studenten passender Studiengänge Unternehmen aus der freien Wirtschaft, wenn es um die Erstellung von Business-Plänen, Marketingkonzepten und Marktanalysen sowie Problemstellungen im Bereich Human Resources und Organisation geht. Neben fachlichem Wissen, das man sich gemeinsam im Projektteam, in Workshops oder im Hörsaal erarbeitet, eignen sich die Studenten auch eine Vielzahl an Soft Skills an. „Im Mittelpunkt steht der Teamgedanke“, sagt Dustin. „Man lernt konstruktiv zu streiten, zu argumentieren und sich in den anderen hinein zu fühlen. Das Team wird wirklich gelebt, nicht nur theoretisch erörtert.“ Aus eigener Erfahrung weiß er, dass dies wichtige Fähigkeiten sind, wenn man später im Beruf in eine Führungsposition gelangen will. Ebenso betont er die Fähigkeit, richtig kommunizieren zu können, den anderen verstehen zu lernen sowie seine Beweggründe zu erkennen und nonverbale Signale deuten zu können. Im Gegensatz zu einem Praktikum trägt man echte Verantwortung – sowohl dem Kunden als auch dem Verein gegenüber und genauso lernt man, „Verantwortung abzugeben und zu delegieren, Fähigkeiten, die man anderswo kaum besser lernen kann als im Junior Business Team.“ Nicht zuletzt das Netzwerk, das sich Dustin in seiner Zeit im Junior Business Team e.V. aufgebaut hat, ist einer der Gründe, warum er heute erfolgreich ist, sondern auch zu lernen, „wie man sich ein Netzwerk aufbaut und was es bedeutet.“ Regelmäßig werden Praktika oder Werkstudentenjobs für Mitglieder ausgeschrieben und oftmals führt die persönliche Beziehung einen studentischen Berater nach dem Studium direkt in die Berufswelt.

Und wie viele ehemalige Mitglieder des Junior Business Team e.V. zeigen, kann man in Bewerbungsgesprächen mit der gewonnenen Erfahrung von sich überzeugen: „Man hat eine

Geschichte zu erzählen, nicht nur eine Praktikumsbescheinigung in der Hand“, berichtet Dustin vom Bewerbungsgespräch mit seinem jetzigen Arbeitgeber, in dem er seine Gesprächspartner durch Projekterfahrung, Selbstbewusstsein und seine Persönlichkeit von sich beeindrucken konnte. Durch die Mitgliedschaft im Junior Business Team e.V. hat Dustin Fähigkeiten erlernen können, die auf dem heutigen Arbeitsmarkt nachgefragt werden, was die studentische Unternehmensberatung zu einer besonderen Marke macht.

My Face on Facebook

Facebook, Xing, LinkedIn und Co. gelten heute als eine wunderbare Möglichkeit, das Internet für ein gezieltes Selbstmarketing zu nutzen. Das ist auch mit Sicherheit richtig. Funktionieren kann das allerdings nur dann, wenn man sich vorher genau überlegt, welches Bild von sich selbst man hinterlassen möchte. Dabei gilt es einiges zu bedenken.

Dass ein professionelles Profilfoto den ersten Eindruck vermittelt, könnte man für eine banale Information halten. Interessant aber ist, wie viele Menschen sich auch auf den auf das Geschäftsleben ausgerichteten Plattformen mit selbstgemachten Schnapshots oder verwackelten Ansichten Ihrer selbst am häuslichen Schreibtisch präsentieren oder ihr Konterfei mit Dreitagebart einstellen. Dabei gelten hier die gleichen Regeln wie bei einer schriftlichen Bewerbung. Auch das Gegenteil ist denkbar, und ein Foto im Look eines frischgebackenen Vorstandsvorsitzenden passt auch nicht zu jedem und zu jeder Berufsgruppe. Dass ein Internet-Profil einer gewissen Vollständigkeit und Pflege bedarf, um positiv zu wirken, ist das eine. Aber die einzelnen Plattformen bieten beispielsweise auch die Möglichkeit, gezielt zu steuern, was von den eigenen Angaben und Aktivitäten wo sichtbar ist. Es lohnt sich, sich darüber Gedanken zu machen.

Erstaunlich ist, wie wenig einigen Menschen klar zu sein scheint, dass Sie sich zwar auf einer Plattform mit Passwort-geschütztem Zugang, aber dennoch in aller Öffentlichkeit bewegen. Nicht nur, weil viele Beiträge auch für Nichtmitglieder im Internet recherchierbar sind. Die Öffentlichkeit innerhalb der Plattform reicht völlig. Dennoch werden dort zum Teil mit vollem Namen und Bild Attacken gegen andere Forumsteilnehmer geritten, Behauptungen rausgehauen, die jeder sachlichen Grundlage entbehren, selbige dann aber mit Vehemenz verteidigt. Und interessanterweise oft von denen, denen man geradezu anmerkt, dass das ausschließlich zum Zweck des Selbstmarketings geschieht – nur mit dem gegenteiligen als dem erwünschten Effekt. Gruppenmitgliedern mit neu erworbenem Studienabschluss, die jeden Beitrag nutzen, um ihr frisch aufpoliertes Wissen anzubringen, möchte man am liebsten zurufen, dass es darum nicht geht, sondern darum, gemeinsam weiterzudenken. Und dass, wer allen, die etwas anderes denken oder zu wissen glauben, in Bullterriermanier an die Wade fährt, nicht die anderen diskreditiert, sondern sich selbst.

Auch die zu dick aufgetragene Selbstdarstellung und die aufdringliche Eigenwerbung mancher Mitglieder dürften eher abschreckend wirken.

In Summe kann man also sagen, das für ein gekonntes Selbstmarketing auf Internet-Plattformen Folgendes als Basis wichtig ist: 1. Sich der Öffentlichkeit bewusst zu sein und entsprechend zu handeln, 2. man selbst zu bleiben (was nicht heißt, dass man nicht an sich arbeiten darf, wenn man persönliche Defizite entdeckt) und zu überlegen, was wirklich zu einem passt und 3. die gleiche Überlegtheit und Höflichkeit an den Tag zu legen wie überall sonst im beruflichen Umfeld.

Dort hört das Selbstmarketing natürlich nicht auf, sondern beginnt erst. Denn dabei geht es ja am Ende um den Inhalt, nicht um die Form. Nur ist so wenigstens sichergestellt, dass einem nicht die Form zum Verhängnis wirkt. Wer Wahrheiten unfreundlich formuliert, darf sich nicht wundern, wenn er zuallererst als eines wahrgenommen wird: als unfreundlich.

Ob er daneben Ahnung von der Sache hat, wird nebensächlich und ist schließlich kein Freifahrtschein für Rechthabereien.

Und dann gibt es da noch den sogenannten privaten Bereich. In dem ebenfalls Unglaubliches geschieht. Da stellen Menschen allen Ernstes (oder aus Versehen???) Fotos feuchtfröhlicher Feiern auf eine Unterseite ihrer Geschäftshomepage. Und schaden damit ja nicht nur sich selbst, sondern auch den Gästen, die nur allzu oft davon nicht nur nichts wissen (das ändert sich dann leider bald), sondern schon gar nicht um ihr Einverständnis gebeten wurden. Falls es sich nicht um eine Firmenhomepage handelt, macht es den Frevel übrigens nur marginal kleiner.

Und so ist das Selbstmarketing im Internet um eine weitere Facette reicher. Wer auf eine Feier geht, kann vorher nachsehen, ob seine Gastgeber oder einer der anderen Gäste ein gut gefülltes Fotoalbum peinlicher Schnappschüsse im Web betreibt. Ob man das Thema dann zur Sprache bringt und sich darauf verlässt, dass man selbst dort nicht erscheinen wird, oder lieber gleich absagt, bleibt einem selbst überlassen.

Weiter lesen

Zusätzlich zu unserem monatlichen Newsletter erscheinen in jeweils wöchentlichem Abstand unsere **Lösungsskizze** zu der jeweiligen Aufgabe, ein Ausschnitt aus einem thematisch passenden **Coaching**-Gespräch und ein **Extra** mit unserer Antwort auf Ihre Reaktionen.

Alle entsprechenden Artikel und unser Archiv finden Sie auf unserer Newsletter-Hauptseite unter: <http://www.iwuf.de/newsletter/>

Weitere Artikel von Petra Sonne finden Sie auch in ihrem Blog „Pe's Corner“ unter: <http://psn-wirtschaftsberatung.de/pe-s-corner/>

Anregungen

Buchtipps

Max Frisch
Mein Name sei Gantenbein
Verlag Suhrkamp
ISBN 3-518-36786-2

„Der Anfang wäre leicht“ – So beginnt eine der ineinander verwobenen Geschichten in Frischs Roman, in dem ein Mann auf der Suche nach der eigenen Identität „Geschichten anprobiert wie Kleider“. In dieser Geschichte spielt er den Blinden, einen Blinden, der mit einer Schauspielerin verheiratet ist, mit Lila (so sieht er sie durch die erschwindelte Blindenbrille). Der Leser kann dem Protagonisten über die Schulter schauen bei den verschiedenen Selbstinszenierungen, auch bei den kleinen und großen Fehlern und schließlich beim Entdeckt werden.

Filmtipp

Nigel Cole
Kalender Girls

In „Kalender Girls“ aus dem Jahr 2003 wird mit namhaften Schauspielern (u.a. *Helen Mirren, Julie Walters*) quasi dokumentarisch nachgespielt, was sich Ende der neunziger Jahre im britischen North Yorkshire zugetragen hat. Um Geld für das örtliche Krankenhaus zu sammeln, kommen einige Frauen aus dem Rylstone Women's Institute auf die Idee, statt des alljährlichen Kalenders mit Blumen-, Brücken- und Kirchenfotos einen „etwas anderen“ Kalender zu veröffentlichen: Aktfotos älterer Frauen bei der alltäglichen Arbeit. Doch nicht im Stile von Pinup-Girls, sondern immer mit einem kleinen Kniff.

Während die Zentrale des Frauenvereins tobt, findet das Werk reißenden Absatz, nicht nur im heimischen England. Der Film zeigt in oftmals komischer Weise, wie das Selbstmarketing der zwölf Frauen diese an den Rand ihrer bisherigen Ordnung bringt und wie es ihnen gelingt, über ihre Grenzen hinauszuwachsen. Frei von moralischem Zeigefinger wird an mehreren Stellen offenbart, welche Konsequenzen das für ihre Beziehungen hat und welche Krisen es auslöst. Am Filmende erfährt man, dass die Erlöse aus der Kalenderaktion bis zur Veröffentlichung des Films 578.000 britische Pfund betragen. Dieses Geld reichte für eine neue Leukämie-Station des örtlichen Krankenhauses. Im Extra zur DVD finden sich die Interviews mit den realen Kalender Girls und man erfährt, wie viel Überwindung es sie gekostet hat, dieses Form des Selbstmarketings zu verwirklichen.

Musiktip

Musik Frederick Loewe, Texte Alan J. Lerner
My Fair Lady

Eliza Doolittle stammt von der Straße – und genauso spricht sie auch. Professor Henry Higgins macht sich aufgrund einer Wette daran, ihr Manieren und Oberschichtsprache beizubringen. In dem vergnüglichen Musical nach dem Theaterstück „Pygmalion“ von *George Bernard Shaw* entzückt *Audrey Hepburn* in der weiblichen Hauptrolle nicht nur den Zuschauer, sondern auch den Professor, der sich, ohne es zu merken, in seine Schülerin verliebt. Leider merkt er noch etwas Anderes nicht, nämlich, wie sehr er sie bei seinem Versuch, sie das nötige Selbstmarketing in der feinen Gesellschaft zu lehren, verletzt und beleidigt. Ihr zorniger Ausbruch „Warts nur ab, Henry Higgins! Warts nur ab!“ ist einer der Höhepunkte des Stückes, Ausdruck ihrer Rebellion gegen das Diktat und Beginn ihrer Befreiung.

Termine

Weitblick

Das Seminar soll Sie in die Lage versetzen, berufliche und private Lebensziele in Einklang zu bringen. Von Psychologie bis Prozessoptimierung – Sie lernen Ihr „Projekt“ Berufsleben mit den unterschiedlichsten Methoden erfolgreich und zukunftsorientiert zu gestalten. Finden Sie zum Beispiel eine Antwort auf die Frage: Was soll der nächste Karriereschritt in meinem Unternehmen sein? Mehr unter <http://www.iwuf.de/seminare/weitblick> .

28.9. – 29.9.2010, Mechtildshausen (bei Wiesbaden)

16.10. – 17.10.2010, Mechtildshausen (bei Wiesbaden) – **Wochenendseminar**

Kommunikation I – Erfolgreiche Gesprächsführung

Wenn professionelle Kommunikation nicht zum gewünschten Erfolg führt, liegt das häufig nicht an der Qualität der Argumente, sondern an der mangelnden Berücksichtigung des Gesprächspartners. Erfolgreiche Kommunikation dagegen orientiert sich am Gegenüber. In Übungen und Rollenspielen lernen die Teilnehmer im Gespräch herauszufinden, was der Gesprächspartner wirklich will, und entsprechend darauf zu reagieren.

Mehr unter <http://www.iwuf.de/seminare/gespraechsfuehrung/> .

8.6. - 9.6.2010, Mechtildshausen (bei Wiesbaden)

8.9. - 9.9.2010, Mechtildshausen (bei Wiesbaden)

Kommunikation II – Emotionale Kompetenz

Neben sachlichen spielen emotionale Aspekte in Arbeitsprozessen eine erhebliche, oft unterschätzte Rolle. Die Teilnehmer lernen und üben in Rollenspielen, die Emotionen ihrer Mitarbeiter zu erkennen, einzuschätzen und zu berücksichtigen.

Mehr unter <http://www.iwuf.de/seminare/emotionale-kompetenz/> .

6.10. - 7.10.2010, Mechtildshausen (bei Wiesbaden)

8.12. - 9.12.2010, Mechtildshausen (bei Wiesbaden)

Mitarbeiter coachen

Eine verstärkt auftretende Anforderung an Führungskräfte ist es, Mitarbeiter bei internen Problemen zu begleiten und zu unterstützen. Hier üben Sie grundsätzliche Techniken des Coachings und stärken Ihre Kompetenz in vertrauensbildender Kommunikation und Führung. So lernen Sie, die Situation und die Emotionen ihrer Mitarbeiter besser zu erkennen und im Gespräch zu berücksichtigen. Mehr unter <http://www.iwuf.de/seminare/mitarbeiter-coachen/> .

24.11. - 26.11.2010, Mechtildshausen (bei Wiesbaden)

Weitere Informationen, Anmeldung und Seminarbedingungen unter <http://www.iwuf.de/seminare/>

Termine anderer Veranstalter:

Erzabtei Beuron

19. Beuroner Tage für Fragen der Wirtschaftsethik

Die Veranstaltung richtet sich an Personen, die in Wirtschaft und Verwaltung tätig sind. In einer losen Folge werden Themen der Wirtschaftspolitik im Allgemeinen sowie innerbetriebliche Fragen und Problemstellungen im Besonderen behandelt. Die Tagung wird gestaltet und moderiert von und Br. Jakobus Kaffanke OSB und Dr. Petra Sonne-Neubacher. Das Thema für 2010 lautet **Demographischer Wandel und Generationenkonflikt: Was ist machbar, was menschlich, was gerecht?**. Weitere Informationen und ab August ein ausführliches Tagungsprogramm unter:

<http://www.erzabtei-beuron.de/quelle/wirtschaftsethik.php>

Nächste Ausgabe

Der nächste Newsletter erscheint am 1.8.2010 zum Thema „Zeit“.

Wenn Sie konkrete Themenwünsche, Fragen oder Anregungen haben, zu denen Sie gern etwas lesen würden, schreiben Sie uns bitte unter <http://www.iwuf.de/kontakt/>.

Verwaltung & Impressum

Newsletter abonnieren oder abbestellen unter <http://www.iwuf.de/newsletter/>

Redaktion:

Dr. Petra Sonne-Neubacher
Prof. Dr. Christian-Rainer Weisbach

Verantwortlich im Sinne des Presserechts:

Dr. Petra Sonne-Neubacher
Institut für wertschätzende Unternehmensführung
Merziger Weg 1B
60529 Frankfurt / Main

www.iwuf.de

© Institut für wertschätzende Unternehmensführung GbR – Alle Rechte vorbehalten. Jegliche Verwendung über den privaten Gebrauch hinaus bitte nur mit ausdrücklicher schriftlicher Genehmigung der Redaktion.

Bitte beachten: Alle Angaben ohne Gewähr.