



Extra
Selbstmarketing
Ausgabe 020 / 21. 6. 2010

Liebe Leserinnen und Leser,

Bislang hatten wir den Blick auf die aktive Seite des Selbstmarketings gelenkt. Zu den Überlegungen, was man unternehmen will, um sich ins rechte Licht zu rücken, gehört auch die Auseinandersetzung mit der Erwartungshaltung des jeweiligen Gegenüber.

Dieses eher unauffällige, fast passive Reagieren lernen die meisten Menschen bereits während ihrer Schulzeit. Wer weiß, dass Lehrer Aufmerksamkeit erwarten, kann bereits einen guten Eindruck hinterlassen, wenn er sich den Anschein von Aufmerksamkeit gibt und beispielsweise den Lehrer interessiert anschaut. Bei dieser Form von Anpassung stellen Schüler rasch fest, dass sie nicht nur in Ruhe gelassen, sondern in den Augen ihrer Lehrer sogar für aktiv beteiligt gehalten werden. Tatsächlich schlägt sich dies oftmals in einer guten mündlichen Note nieder.

Wenn die Erwartungshaltung des anderen noch unklar ist, bietet sich beispielsweise im Gespräch die schlichte Paraphrase an. Mit diesem umschreibenden Zuhören zeigt man dem Gesprächspartner, dass man ihn nicht nur gehört hat, sondern auch gewillt ist, sich mit ihm auseinander zu setzen. Dabei zeigt sich jedoch nur zu oft, dass dem anderen gar nicht an einer wirklichen Auseinandersetzung gelegen ist, sondern er unhinterfragt voraussetzt, dass man seinen Erwartungen entspricht. Wer sich darauf einlässt, praktiziert eine besondere Form des Bluffs. Man mag unter moralischen Gesichtspunkten darüber streiten, ob das zu rechtfertigen sei. In jedem Fall erweist es sich solange als Selbstmarketing-Strategie, wie das Gegenüber sich stärker mit den eigenen Erwartungen beschäftigt als zu prüfen, wieweit diese überhaupt erfüllt werden.

So wurde ich kürzlich nach der Vorlesung gefragt, ob ich das neue Buch von *Hirschhausen* schon gelesen hätte. Ich meinte, den Titel kürzlich irgendwo aufgeschnappt zu haben und erwiderte: „Sie meinen: Glück kommt selten allein.“ Prompt erhielt ich nicht nur ein „Ja“ zur Antwort, sondern eine ausführliche Betrachtung meines Gegenübers dazu, was ihm an diesem Buch gefallen habe und wo er Schwachpunkte sehe. Nachträglich lässt sich meine

„bescheidene“ Reaktion in die Rubrik Selbstmarketing einordnen, weil ich den Frager nicht in seiner Erwartungshaltung hinsichtlich meiner Belesenheit enttäuscht habe.

Dort, wo auf Form und Schein viel Wert gelegt wird, ist das Tiefstapeln, das Understatement eigentlich eine verdeckte und raffinierte Form des Hochstapelns. Sie mögen überrascht den Kopf schütteln, wenn wir Selbstmarketing und Hochstapelei in einem Atemzug nennen. Der Hochstapler zeigt uns, dass sein Erfolg im Wesentlichen darauf beruht, der Erwartungshaltung seines jeweiligen Gegenübers zu entsprechen.

Wir wollen Sie nun keineswegs zum Hochstapeln verleiten, sondern Sie anregen, sich mit den Erwartungen, die stillschweigend an Sie gestellt werden, auseinander zu setzen. Die Entscheidung, auf die Erwartungen angemessen zu reagieren, werden Sie von Fall zu Fall treffen. So wie manche Begegnung von vornherein einfacher verläuft, weil man sich im Vorfeld erkundigt hat, welche Kleidung erwartet wird, lässt sich auch der übrige Auftritt gestalten, indem man seinem Gegenüber einen möglichst großen Raum gibt, seine Erwartungen zu präzisieren.

Mit den besten Grüßen

Christian Weisbach & Petra Sonne

© Institut für wertschätzende Unternehmensführung GbR 2010 – Alle Rechte vorbehalten. Jegliche Verwendung über den privaten Gebrauch hinaus bitte nur mit ausdrücklicher schriftlicher Genehmigung der Redaktion. Alle Angaben ohne Gewähr.