



Erfolgreiches Selbstmarketing ist mehr als eine gut geputzte Fassade. Wer authentisch bleiben will, muss hart an sich arbeiten.

„Gnothi seauton“ – forderten die alten griechischen Denker: „Erkenne Dich selbst!“ Daraus ist heute, da alles und jedes auf den Markt (der Eitelkeiten) getragen wird, ein „Vermarkte Dich selbst!“ geworden. Doch wer nicht nur die Sternschnuppe am Medienhimmel, sondern die eigene Person als Markenpersönlichkeit etablieren möchte, weiß, dass Selbsterkenntnis und Selbstmarketing auch heute noch viel miteinander zu tun haben.

Viele Menschen denken beim Stichwort Selbstmarketing an makellostes Make-up, rasante Rhetorik, großspurige Gestik und Ellbogenmentalität. Hoppla, hier komm' ich. Nicht wenige lehnen Selbstmarketing deswegen grundsätzlich ab – und vergeben Chancen, weil sie sich zu wenig um die Außenwirkung kümmern. Andere

trainieren nur oberflächlich einige Schauspiel-Techniken, um sich gut zu verkaufen: „Sie laufen Gefahr, sich selbst untreu zu werden, innere Unsicherheiten zu übertünchen und auf andere künstlich zu wirken“, warnt Erfolgsautorin Gitta Härter (siehe auch Seite 5). Gutes Selbstmarketing, meint die Unternehmerin, gehe von innen nach außen: Man bleibt sich selbst treu, holt das Beste aus sich heraus und präsentiert es den anderen.

Auf diese Weise ist durchdachtes und aktives Selbstmarketing enorm gewinnbringend: Denn der Erfolg als Unternehmer oder im Beruf hängt nicht allein von den fachlichen Qualitäten ab. Es gibt viele exzellente Spezialisten, die am unteren Ende der Karriereleiter stecken geblieben sind oder mit ihrem Unternehmen so eben über die Runden kommen. Denn in unserem staatlichen Ausbildungssystem lernt so gut wie keiner, wie man erfolgreich wird und seine persönlichen Ziele verwirklicht. Also heißt Selbstmarketing vor allem auch: selbst tun.

Unverzichtbare Bestandteile

„Selbstmarketing ist die Kunst, sich positiv darzustellen“, weiß die Trainerin und Buch-Autorin Cordula Nußbaum.

>> Gutes Selbstmarketing geht **von innen nach außen.**

Gitte Härter, Autorin



Die ehemalige FOCUS-Mitarbeiterin trainiert Freiberufler und Unternehmer in Karrierefragen. „Dabei geht es nicht um das oberflächliche So-tun-als-ob. Entscheidend ist der Entwicklungsgrad der Persönlichkeit.“ Sich nur oberflächliche Techniken anzueignen, ist zwar möglich, bringt einen aber nicht wirklich voran.

Darum steht am Anfang der „Mission Selbstmarketing“ eine ganz andere wichtige Aufgabe: die ganz persönlichen Ziele festlegen – privat und beruflich. Hiervon hängt alles weitere ab. Ohne glasklare Ziele funktioniert das Selbstmarketing nicht. Diese Ziele zu finden, ist ein Prozess, der Tage, Wochen oder sogar Monate dauern kann.

An seinem Ende steht eine Liste, die nach dem Motto von Walt Disney funktioniert: „Was man sich vorstellen kann, das kann man auch erreichen.“ Eine unumstößliche, aber oft bestrittene Tatsache.

„Über diesen Zielfindungsprozess kommen Sie automatisch zu den unverzichtbaren Bestandteilen eines erfolgreichen Selbstmarketings“, beschreibt Bärbel Reinmuth, AHA-Expertin (siehe auch Seite 9), die weitere Vorgehensweise. Sie heißen:

1. Die eigenen Stärken genau kennen und ein bisschen stolz darauf sein.
2. Die eigenen Schwächen vorbehaltlos annehmen und bereit sein, sich dort weiterzuentwickeln.
3. Ein gesundes Maß an Selbstvertrauen und Selbstbewusstsein besitzen.
4. Echt sein – weder beruflich noch privat anderen etwas vorspielen.
5. Sich positiv präsentieren, ohne dabei zu übertreiben.
6. Verbündete suchen und Netze weben.

Sich selbst besser kennen lernen

Gnothi seauton. Die griechischen Denker wussten schon, wovon sie sprachen. Selbst(er)kenntnis ist das

Buch Tipp

Christina Öttl, Gitte Härter: Selbst-Marketing – Zeigen Sie, was in Ihnen steckt. (GU Business Ratgeber)

Gräfer und Unzer (Überarb. Neuausgabe 2005), 128 Seiten, ISBN-10: 3774277257, Preis 12,50 Euro.

Wie setzt man sich im Job optimal in Szene, ohne gleich die Ellenbogen auszufahren oder als Angeber zu gelten? Die Antwort darauf liefert dieser Ratgeber: Er hilft Ihnen, sich Ihrer Stärken und Talente bewusst zu werden, Ihre Ideen und Visionen erfolgreich zu präsentieren und diese auch nach außen deutlich zu machen. (ih) <<



Conrad Seidl, Werner Beutlmeyer: Die Marke Ich. So entwickeln Sie Ihre persönliche Erfolgsstrategie. (Redline Wirtschaft)

Redline Wirtschaftsverlag; Auflage: 3., aktualisierte A. (Juli 2006); 351 Seiten, ISBN-10: 3636013556, Preis 17,90 Euro.

Von der Kunst, ein Original zu werden und sich selbst einen starken Auftritt zu verschaffen – im Job und privat – handelt dieses Buch. Zwei Selbstvermarktungsprofis zeigen, wie Sie eigene Stärken analysieren, Potenziale entdecken und sich dabei dennoch treu bleiben: So kann jeder lernen, sich so zu positionieren, dass andere ihn am liebsten kopieren möchten. (ih) <<



Fundament. „Wer andere überzeugen will, muss sich zuerst voll auf sich selbst konzentrieren. Wer bin ich genau? Was kann ich? Was will ich?“ fordert Selbstmarketing-Expertin Caroline Krüll. Die Trainerin fordert gelegentlich ihre Klienten auf, sich durch die Augen ihres Chefs zu betrachten. Mit der Frage „Haben Sie jetzt immer noch eine Beförderung verdient?“ erzielt sie meistens einen Aha-Effekt.

Auch der Perspektivwechsel, indem man einmal einen Blick durch die Brille eines anderen auf sich wirft und sich fragt, ob man diese Person fördern würde, hilft laut Krüll bei der Selbstanalyse. „Eine einfache Übung dazu geht so“, erläutert die an der Miami Ad School ausgebildete Marketing- und Kommunikationswirtin: „Legen Sie drei Blätter Papier im Dreieck auf den Boden. Schreiben Sie auf eines ‚Ich‘, auf das zweite ‚Bank‘, auf das dritte ‚Meta‘. Stellen Sie sich dann zuerst auf ‚Ich‘ und führen ein Kreditgespräch mit Ihrer Hausbank. Gehen Sie dann auf ‚Bank‘ und betrachten Sie sich aus der Perspektive des Bankers. Und dann gehen sie auf ‚Meta‘ und schauen sich alles aus der Adlerperspektive an. Achten Sie besonders darauf, wie Sie sprechen, wie Ihre Mimik und Gestik ist, was Sie ausstrahlen. Würden Sie sich den Kredit bewilligen?“

Mit der aktuellen Situation zufrieden sein

Ganz gleich, wie die Ausgangssituation nach der Zielfindung aussieht, sie muss vorbehaltlos akzeptiert werden. Gefühle sind pure Energie. Unsicherheit, Angst, Unzufriedenheit – all das strahlt aus und wird von der Umwelt wahrgenommen, auch dann, wenn man es zu verstecken versucht. Stattdessen sollte jeder Tag mit einem Lächeln beginnen. „Wenn ich mich morgens positiv einstimme“,

rät AHA-Expertin Bärbel Reinmuth (siehe auch Seite 9), „gehe ich mit einem ganz anderen Gefühl in den Tag und komme ganz anders bei Kunden und Kollegen an.“ Kein Wunder: Als Antwort auf das Lächeln produziert der Körper sofort Glückshormone. Und: Erfolgreiche Menschen haben fast immer eine positive Ausstrahlung.

Sich als Gewinner fühlen

„Ständig nörgelnde und unzufriedene Menschen müssen selbst aktiv werden, um ihren Zustand zu verändern“, weiß bus Teilnehmer Volker Schmidts (siehe auch Seite 7). Und auch Caroline Krüll betont: „Akzeptieren heißt nicht, sich abfinden“. Sie fordert zur Umprogrammierung auf: „Erklären Sie die Zukunft zur Gegenwart und sagen Sie Ihrem Unterbewusstsein, dass der Zielzustand schon in der Gegenwart erreicht ist.“

Die Selbstmarketing-Trainerin hat auch dafür ein Beispiel: „Wenn Sie Ihre Selbstsicherheit erhöhen möchten, notieren Sie sich dieses Ziel auf einem Blatt Papier und sagen: ‚Ich bin selbstsicher und trete souverän auf‘. Das Unterbewusstsein wird dies für die Realität halten und sich darauf einstellen.“ Krüll glaubt an die Macht der Gedanken. „Wenn Sie heute von sich denken, dass Sie ein Gewinner sind, werden Sie auch gewinnen. Wenn Sie jedoch denken, dass Sie es nicht schaffen werden, dann schaffen Sie es höchstwahrscheinlich auch nicht.“

Aussehen und Verhalten prägen die Außenwirkung

Auftreten, Art, Outfit und Verhalten – all das wirkt auf andere. Auch Umgangsformen und Stil waren schon immer eng mit Erfolg verbunden. Darum sollte man die Wichtigkeit der Kleidung und des gesamten Erscheinungsbilds nicht unterschätzen. „Wer im Geschäftsleben schlecht oder einfach unpassend gekleidet ist, bekommt häufig keine Chance zu zeigen, was er tatsächlich kann“, warnt die Stilberaterin Ingrid Brandtstätter.



>> **Selbstmarketing**
ist die **Kunst,**
sich positiv darzustellen.

Carola Nußbaum, Autorin und Trainerin

Wichtig ist hier die Authentizität. Ob traditioneller Landwirt, souveräner Unternehmer, verantwortungsbewusste Führungskraft oder ausgeflippte Kreative – die „Rolle“ bestimmt das Outfit. „Wie ich wahrgenommen werden will, so sollte ich mich auch kleiden“, rät Brandtstätter und von häufigen Stilwechseln ab: „Das suggeriert Unstetigkeit und verhindert, dass sich ihre Umgebung ein stimmiges Bild von Ihnen machen kann. Heute Femme fatal,

morgen Durchschnittstyp in Jeans, übermorgen schicke Geschäftsfrau, das funktioniert nicht.“

Positiv präsentieren und kommunizieren

Die richtige Kommunikation mit sich selbst und anderen ist einer der wichtigsten Schlüssel zum (beruflichen) Erfolg. Da diese Disziplin kein Hauptfach an unseren



Mein AHA- Erlebnis

Viele hatten spontan einen jammernden Landwirt aus Medienberichten vor Augen, wenige einen, der Freude an seiner Arbeit zeigt, mit Optimismus Zukunftspläne schmiedet, täglich mit Motivation alles dransetzt, die hohe Qualität seiner Erzeugnisse noch zu verbessern – und dabei auch Zeit für die Familie, Ehrenämter und andere Interessen findet. Gerade diese Punkte machen aber vor allem mein Leben als Landwirt aus.

Das bus-Training hat mir bewusst gemacht, wie wichtig Selbstmarketing ist. Mein AHA-Erlebnis: Um unser Image zu prägen und zu pflegen, müssen wir Landwirte selbst aktiv werden. Dazu gehört, offen auf andere zuzugehen, Interesse für sich und seine Situation zu schaffen. Nur wenn wir unsere Arbeit selbstbewusst präsentieren, können wir bei anderen Sympathien und Anerkennung gewinnen. Wer offen darstellt, wie wichtig beispielsweise Investitionen für neue Ställe sind, um die Tierhaltung zu verbessern und so die Qualität und Quantität der landwirtschaftlichen Produktion zu steigern, kann auch bei einer Milchpreiserhöhung eher auf das Verständnis der Verbraucher hoffen.

Ich will deshalb so viel wie möglich dazu beitragen, dass andere Menschen mehr über die vielen Facetten der Landwirtschaft erfahren. Die Mitschüler meiner Kinder und ihre Eltern habe ich in unseren Betrieb eingeladen. Sie wissen jetzt, was wichtig ist, um natürliche Dinge gesund wachsen und gedeihen zu lassen und wie viel Spaß es macht – auch wenn damit eine Menge Arbeit verbunden ist. (bg) <<

>> Um unser **Image** zu prägen und zu pflegen, müssen wir Landwirte **selbst aktiv** werden.

Volker Schmidts, (42), Landwirt in Osterholz-Scharmbeck

Welches Bild viele Menschen von Landwirten und Landwirtschaft haben, ist mir das erste Mal so richtig aufgefallen, als meine Kinder in die Schule kamen. Wir sind die einzigen Eltern dort, die in der Landwirtschaft arbeiten. Während sich die meisten anderen Kinder den Bauernhof nur als reinen Streichelzoo vorstellen konnten, dachten die Erwachsenen vor allem an eines: das ganze Jahr über schweißtreibende Arbeit vom Morgengrauen bis in die Abendstunden.

>> Wer heute von sich denkt, dass er ein Gewinner ist, wird auch gewinnen.

Caroline Krüll, Selbstmarketing-Trainerin



8

Schulen und Universitäten ist, besitzen hier zahlreiche Menschen erhebliche Defizite. „Das Wichtigste ist, dass die Menschen lernen, ihre Masken abzulegen, und aufhören, sich selbst und anderen etwas vorzumachen“, fordert Cordula Nußbaum. „Mal davon abgesehen, dass dieses Versteckspiel eine Energie raubende Angelegenheit ist, so sorgt es auch für eine Menge Schwierigkeiten.“

Doch nicht nur, die Dinge beim Namen zu nennen (auch sich selbst gegenüber) und das Offensichtliche anzusprechen, sondern auch die Werbung in eigener Sache gehört zum guten Selbstmarketing: Tue Gutes und rede darüber. Heute ist nicht mehr die fleißige Biene im stillen

Kämmerlein gefragt. Anerkennung für Leistung ist eine Holschuld, kein Selbstläufer. Nicht nur der Vorgesetzte, auch die Öffentlichkeit registriert Leistung und Erfolg besser, wenn sie darauf aufmerksam gemacht wird.

Präsenz zeigen und Verbündete finden

Wer Marketing macht, braucht ein Budget, um zu werben. Beim Selbstmarketing ist dieses Budget die eigene Person. „Bauen Sie ein Netzwerk auf, denn Empfehlungen und Beziehungen sind der Schlüssel zum Erfolg“, weiß Nussbaum aus eigener Erfahrung. Aber: Netzwerke basieren auf Geben und Nehmen. Viele Menschen wollen jedoch nur nehmen und sich – und ihre Produkte oder Dienstleistungen – verkaufen. „Bieten Sie Kontakte und Kooperation an. Helfen Sie anderen weiter. Diese anderen werden dann auch an Sie denken“, sagt die Trainerin. Aber: Ein unternehmerisches Netzwerk lebt gleichwohl vom Erfolg. Wer mit vielen erfolglosen Menschen ein Netzwerk bildet oder sie in seiner Umgebung hat, den wird der Erfolg auch nicht finden. (jg) <<

Internet Links

Wer bin ich und wie komme ich an? Checklisten zum Selbstmarketing finden Sie im Downloadcenter unter www.andreas-hermes-akademie.de.

Unter www.focus.de/jobs/karriere/tid-7884/job-suche_aid_137884.html gibt es wertvolle Tipps zum Thema „Selbstmarketing“.

Alle, die noch erfolgreicher ihren beruflichen und privaten Alltag managen wollen, sollten einen Blick auf www.erfolg-reich-frei.de wagen.

Wer das Geheimnis der erfolgreichen Persönlichkeit kennenlernen möchte, findet unter www.selbstmarketing.de viele Tipps – von Ausstrahlung bis Schlagfertigkeit.

www.selbst-und-staendig.de ist ein Blog zum Selbstmarketing.