

# IN SECHS SCHRITTEN ZUM ERFOLG

Andreas D. Baumann  
Alexandra Stiegler (Verantw. Redaktorin)

**SELBSTMARKETING** Haben Sie sich schon einmal gefragt, warum Sie von fachlich deutlich schwächeren Kollegen karrieremässig überholt wurden? Der Grund könnte im Selbstmarketing liegen. Ist Ihr Wertesystem dazu geeignet, Ihre Karriereziele zu erreichen? Entdecken Sie die sechs Erfolgsgeheimnisse und verschaffen Sie sich den entscheidenden Vorsprung.

## **THESE 1: Sie sind karrieremässig genau dort, wo Sie sein wollen**

Nein? Zweifelnd Sie daran? Warum trifft diese These zu? Sie sind in dieser Funktion, weil sie derzeit zu Ihnen passt. Der Leidensdruck für eine Veränderung war bislang zu gering. Das Verharren auf Ihrer Funktion war also die bequemste Variante. Jemand, der des Öfteren zu spät zur Arbeit kommt, will zu spät kommen. Jemand, der seit Jahren fehlende Karriereschritte beklagt, ist implizit mit dieser Situation zufrieden. Für jede Lebenssituation gibt es genau drei Handlungsalternativen: Love it, change it or leave it. Sich selbst vermarktende Manager führen primär ihre eigene «Ich-AG» zum Erfolg. Sie wenden je nach Unternehmenssituation bis zu 60 Prozent ihrer Arbeitszeit für Positionssicherung und -ausbau auf und sind somit professionelle Manager in eigener Sache. Fragen Sie sich selbst: Stammen Ihre Aktien aus einer interessanten Nische mit knappem Angebot? Würden Sie heute die Aktien Ihrer «Ich-AG» kaufen? Übrigens: Was wir über unsere eigenen Fähigkeiten denken, wirkt sich stark auf dieselben – d. h. auf den eigenen Aktienkurs – aus. Wie lässt sich dieser herausfinden? Bestimmt eignen sich die aktuelle Position und das inhärente Entwicklungspotenzial als gute Indikatoren. Zentral wichtig ist auch die Qualität Ihres Beziehungsnetzes. Ab und zu ist es aber auch ratsam, sich rar zu machen (Knappheitsprinzip als Erfolgsgeheimnis) und andere Optionen zu prüfen. Damit testen und bestimmen Sie Ihren (internen) Marktwert.

## **THESE 2: Erfolg hat nur, wer seine Schmerzschwelle überschreitet**

Und dies bedeutet Selbstüberwindung. Sich selbst überwinden heisst gegen sich selbst gewinnen. Welche vermeintlich unerreichbaren (Karriere-)Ziele haben Sie in



**Selbstmarketing lässt Ihren Aktienkurs steigen.**

den letzten zwei Jahren erreicht? Höchstwahrscheinlich war für die meisten Erfolge ein überdurchschnittlicher Einsatz notwendig. Sie sind über eine Schmerzschwelle gegangen. Wer nachhaltig mehr will, muss über seine Schmerzschwelle gehen. Warum tun wir uns damit oft schwer? Selbstüberwindung klappt deshalb nicht immer nach Wunsch, weil unsere Gewohnheiten eine ungeheure Widerstandskraft besitzen. Ungünstige Gewohnheiten behindern das Selbstmarketing. Damit kennen Sie bereits ein weiteres Geheimnis erfolgreichen Selbstmarketings: Raus aus der Komfortzone! Probieren Sie innovative Wege aus. Trauen Sie sich, die (selbst gesetzten imaginären) Leitplanken und Limiten Ihrer Selbstvermarktung auszutesten.

## **THESE 3: Im Netzwerk ist Qualität entscheidend**

Bestimmt kennen Sie Leute, die über ein viel grösseres Netzwerk verfügen als Sie selbst und trotzdem karrieremässig nicht vorankommen. Worauf führen Sie das zurück? Quantität alleine bringt gar nichts. Beim Networking ist Qualität entscheidend. Eine richtige Beziehung kann Ihnen zwanzig Jahre lang behilflich sein. Die Tipping Point-Methode empfiehlt eine Fokussierung auf die extremen Pole: Auf Leute, die wirklich etwas zu sagen haben, und solche, die Ihre Karriere behindern werden. Abrupte Führungswechsel im Unternehmen verhelfen oft-

mals einer anderen Seilschaft an die Macht. Der clevere Selbstvermarkter gehört in diesem Moment der neuen Seilschaft an. Viele glauben, dass Selbstmarketing vor allem «Nehmen» bedeutet. Das Gegenteil ist richtig: Selbstmarketing heisst vor allem «Geben». Sollte nicht auch Ihr direkter Vorgesetzter karrieremässig etwas für sie tun? Schön, wenn ja. Rechnen Sie aber nicht damit. Im Gegenteil: Fragen Sie sich täglich, was Sie zur Stärkung Ihres Vorgesetzten tun können (Reziprozitätsregel als Erfolgsgeheimnis).

## «Nur ein fokussiertes Image verhilft zur Karriere.»

### THESE 4: Mehrheiten garantieren keine Karriere

Demokratische Ernennungen in Entscheidungsgremien sind das Resultat von Beeinflussungsaktivitäten und Allianzen im Vorfeld der Abstimmung. Wiederum: Es reicht, wenn Sie einen oder die wenigen relevanten Meinungsführer im Entscheidgremium für sich gewinnen konnten. Diese sind typischerweise ebenfalls gute Selbstvermarkter. Sie haben dann gewonnen, wenn Sie die Erwartungshaltung Ihrer Sponsoren erfüllt oder übererfüllt haben. Das Einjustieren einer günstigen und erfüllbaren Erwartungshaltung bei den wirklich wichtigen Personen als weiteres Geheimnis (Expectation Management). Je höher in der Hierarchie, desto weniger Motive: Ganz oben motivieren nur noch Geld, Macht und Angst (vor grossen Misserfolgen). Versuchen Sie mit Ihrer Networkingenergie diese Motive anzusprechen.

### THESE 5: Die mediale Wirklichkeit entscheidet alles

Sie geniessen bei Ihren Vorgesetzten ein bestimmtes Image (Fremdbild). Wenn Sie ein eher schlechtes Image geniessen, nützt es Ihrer Karriere meistens nichts, wenn Sie mehr Arbeit in noch kürzerer Zeit erledigen. Die medi-

ale Wirklichkeit über Sie ist eben anders. Der brave, stille Schaffer. Der Sesselkleber. Der Sanierer. Der Networker. Was denken Sie: Wie ist Ihr aktuelles Image? Ein guter Selbstvermarkter beherrscht es exzellent, die mediale Wirklichkeit über sich zu optimieren oder – noch besser – mittels positiver Äusserungen anderer Personen beeinflussen zu lassen. Eine Imagekorrektur ist schwierig, aber möglich. Sie ist oftmals nur in einer anderen Firma zu erreichen. «Impression Management» als Geheimnis. Je fokussierter und griffiger sich Ihr positives Image kommunizieren lässt, desto besser für die Karriere. Welches Image hätten Sie denn gerne? Wie kommen Sie dahin?

### THESE 6: Selbstmarketing kann man lernen

Wieso schaffen es viele nicht, sich karrieremässig besser in Szene zu setzen? Wir bevorzugen immer wieder bekannte Denk- und Handlungsmuster. Das letzte Geheimnis: Wechseln Sie Ihr aktuelles Denkmuster! Mehr vom Gleichen wird Sie nicht weiterbringen. Unser Verhalten, das uns an den Punkt gebracht hat, an dem wir heute stehen, wird uns nicht dorthin bringen, wo wir uns in Zukunft sehen. Vielleicht ist es auch günstig, Ihre Einstellung zum Thema Selbstmarketing zu überdenken. Was hat Ihr Wertesystem bislang zugelassen und wo waren die Grenzen? Mit hoher Wahrscheinlichkeit ist Ihre aktuelle Position ein Resultat Ihres «Denk- und Wertesystems». Übrigens: Einstellungsänderungen sind Voraussetzung für Verhaltensänderungen und damit für weitere Karriereschritte.

Was steht heute noch in Ihrer Agenda unter der Rubrik «Selbstmarketing»? ■

### Weitere Informationen bei:

Andreas D. Baumann, Gastdozent an der ZHW und HSW, Geschäftsführer der ConsultingWorld AG,  
www.consultingworld.ch, andreas.baumann@cwglobe.com.