

Mut zum Selbstmarketing

„Bescheidenheit ist eine Zier, doch weiter kommt man ohne ihr“. Dieser Poesiealbumsspruch ist zwar nicht schön, aber wahr. Deshalb, liebe Personalers, werfen Sie Ihre Vorurteile gegenüber dem Selbstmarketing über Bord. Es nützt nichts, sich über den Verkaufsleiter zu ärgern, der sich beim Meeting seiner Erfolge rühmt, während sie stumm dabei sitzen, weil Sie sich kurz vorher erst wieder anhören mussten, dass Sie ja nur Kosten produzieren.

Eine Untersuchung aus den USA besagt, dass der berufliche Erfolg nur zu zehn Prozent von der Leistung abhängt. Die ist nämlich selbstverständlich zu 30 Prozent vom Image, das man im Unternehmen genießt und zu 60 Prozent vom Bekanntheitsgrad und den persönlichen Kontakten abhängig. Und das Image der Personalabteilung ist nicht immer das Beste. Hier sollten Sie ansetzen und sich nicht länger über Selbstdarsteller ärgern. Denn denen werden Sie das nicht abgewöhnen. Doch Sie können lernen, ihre berufliche Leistung herauszustellen. Denn immerhin suchen Sie die Bewerber aus, stellen sie oft eigenverantwortlich ein und bestimmen damit über das Wohl und Wehe des Unternehmens.

Haben Sie nicht vor drei Jahren das Talent einer jungen Entwicklungsingenieurin erkannt und sie eingestellt, die nun schon einige

erfolgreiche Produkte entwickelt hat? Oder auch den jetzigen Verkaufsleiter, der nach einjähriger Arbeitslosigkeit dankbar war, dass Sie sich damals für ihn entschieden?

Sie werden feststellen, wenn Sie über Ihre Arbeit nachdenken, dass Sie allen Grund haben, stolz darauf zu sein. Deshalb gilt es, die falsche Bescheidenheit über Bord zu werfen und anzuerkennen, dass andere Menschen nur das schätzen können, was sie als schätzenswert wahrnehmen.

Manche sind hier allerdings wirklich blind und taub. Deshalb ist ein selbstsicheres Auftreten gegenüber der Geschäftsleitung ein Muss. Sprechen Sie über ihre Leistungen und erwarten Sie nicht, dass diese von der Geschäftsleitung und den Kollegen automatisch wahrgenommen werden. Denn vieles, was Sie tagsüber machen, wissen die anderen nicht und deshalb muss man sie darauf aufmerksam machen. Sonst fällt nur das auf, was schief gegangen ist. Denn das spricht sich von selbst rum.

Gewöhnen Sie sich Formulierungen an, wie: „Ich bin stolz darauf, dass der neu eingestellte Mitarbeiter so gute Leistungen zeigt.“ Oder: „Es hat mich gefreut, dass das Programm zur Förderung älterer Mitarbeiter so große Resonanz gefunden hat.“

Gut macht es sich, sich durch andere loben zu lassen: „Neulich sagte der 55-jährige Herr Müller zu mir, dass ihm das von mir initiierte Programm Mut gemacht hat, einen Excel-Kurs zu belegen und dass ihm jetzt die Arbeit mit Excel richtig Spaß macht.“

Gewöhnen Sie sich auch an, der Geschäftsleitung regelmäßig zu berichten, falls Sie dies nicht schon

machen. Hier kommt es darauf an, sich einen positiven Sprachgebrauch anzugewöhnen: Also nicht: „Die Einführung des neuen Entgelttarifvertrags hat große Probleme aufgeworfen.“ Besser ist es zu sagen: „Ich bin froh, dass wir jetzt den neuen Entgelttarifvertrag eingeführt haben, auch wenn ich mir gewünscht hätte, dass er von der Belegschaft positiver aufgenommen worden wäre.“

Auch negative Sachverhalte lassen sich besser darstellen, wenn Sie Hoffnung verbreiten: „Der Krankenstand hat sich zwar gegenüber dem letzten Monat leicht erhöht, doch ich bin sicher, dass die von mir geführten Rückkehrgespräche mit fünf Mitarbeitern dazu führen werden, dass diese nun wieder mit voller Kraft ihre Arbeit erledigen werden.“

Achten Sie auch darauf, Aussagen nicht durch sprachliche Weichmacher abzuschwächen. Besonders gefährlich ist das Wort „eigentlich“: „Der Bewerber hat eigentlich einen ganz passablen Eindruck gemacht.“ Wenn Ihnen etwas an dem Bewerber nicht gefallen hat, sagen Sie dies deutlich. Wenn Sie ihn einstellen möchten, dann ohne Einschränkung: „Der Bewerber hat einen guten Eindruck gemacht.“

Ärgern Sie sich also nicht länger über andere, die sich und ihre Leistung besser vermarkten sondern beobachten Sie sie und übernehmen Sie das, was zu Ihnen passt. Es geht nicht um Selbstlob pur sondern darum, andere auf Ihre Leistung aufmerksam zu machen, damit sie auch entsprechend gewürdigt werden kann. Denn etwas von dem man nichts weiß, nichts sieht und nichts hört, kann nicht gewürdigt werden.



*Dr. Gudrun Fey,
Geschäftsführerin,
study & train
GmbH, Stuttgart
Kontakt: info@
studytrain.de*