

derzeit deutlich im Vorteil. Wer auch immer den Erfolg sucht, kommt nicht daran vorbei, den anderen zu zeigen, was man überhaupt zu bieten hat. Denn wen man nicht kennt und wer folglich in der grauen Masse untergeht, steht als Einzelkämpfer auf verlorenem Posten. Wichtig ist also, überhaupt erst einmal Präsenz zu zeigen und die allgemeine Aufmerksamkeit auf sich zu lenken.

Ein Verkäufertypus, der die Selbstdarstellung meisterhaft beherrscht, ist der meist etwas unterschätzte und oft verschmähte Marktschreier. Das Prinzip ist bekannt: Mehrere Straßenhändler versammeln sich auf einem exponierten Platz und schreien quasi um die Wette. Auch wenn mehrere Stände hier die gleichen Waren anbieten, ist der Andrang doch sehr unterschiedlich. Tatsächlich geht es nicht darum, die Waren selbst anzupreisen oder die billigsten Preise anzubieten – nur wer hier das beste und größte Spektakel liefert, wird seine Wettbewerber übertrumpfen und die Waren am

schnellsten verkaufen. Die Kunden von Marktschreibern wollen keine sachlichen Informationen, sie wollen eine gute Show geboten bekommen. Und erfolgreiche Marktschreiber (die an guten Tagen übrigens einen Gewinn von mehreren tausend Euro erzielen!) wissen das natürlich ganz genau.

Vor einiger Zeit hatte ich die Gelegenheit, ein kurzes Gespräch mit einem überaus erfolgreichen Händler dieser Art zu führen. Er sagte mir: „Zu allererst kommt es auf eine gelungene Selbst-Vermarktung an, meine Ware ist dann beinahe nebensächlich – ich verkaufe sie, wenn ich mit maximalem Elan bei der Sache bin und mich von den anderen Händlern abhebe. Ich muss auffallen und die Leute mitreißen – sonst läuft gar nichts!“

Der Marktschreiber zeigt ganz unverhohlen, was er zu bieten hat – dies ist für ihn der einzige Weg zum Erfolg. Allerdings geht es beim Marketing in eigener Sache grundsätzlich natürlich nicht um taktlose und penetrante Schaumschlägerei, systematische Selbst-PR setzt auf subtilere Mittel. Geschickte Selbst-PR ist weitaus mehr als nur ein lautstarkes Rühren der Werbetrommel für sich selbst. Wenn Sie beispielsweise einem Kunden sagen, was für tolle Produkte Sie verkaufen, dann ist das nichts weiter als nur plumpe Reklame. Wenn Sie dem Kunden sagen, welchen Nutzen er von den Produkten hat, ist das schon Werbung. Wenn der Kunde aber zu Ihnen kommt, weil er von anderen gehört hat, wie gut Sie und Ihre Produkte sind, dann handelt es sich um Auswirkungen einer guter Selbst-PR. Wenn Sie dann noch die Erwartungen des Kunden voll und ganz erfüllen, vielleicht sogar noch übertreffen, dabei die Zufriedenheit des Kunden wiederum für sich zu nutzen wissen, dann erst betreiben Sie perfektes Marketing in eigener Sache. Ganz ähnlich im internen Unternehmensgeschehen: Hier gibt es zahllose Möglichkeiten, die eigene Präsenz entscheidend zu erhöhen. Wenn Sie Ihre Leistungsbereitschaft nach außen ausstrahlen und Ihr Name immer wieder positiv in Erscheinung tritt, wird das auch den relevanten Entscheidungsträgern nicht entgehen. Wenn Sie dann noch im persönlichen Auftreten überzeugen und auch Kollegen oder Mitarbeiter Position für Sie beziehen, potenzieren sich Ihre Erfolgchancen erheblich.

Chancen gehen bekanntlich nie verloren – die Chancen, die Sie selbst versäumen, nutzen andere. Wenn Sie im verschärften Wettbewerb bestehen und Ihre Chancen nutzen wollen, dürfen Sie sich und Ihre Leistungen nicht verstecken. Für den beruflichen Erfolg reicht es schon lange nicht mehr aus, nur einen guten Job zu machen. Be-

sonders dann nicht, wenn es eigentlich niemand wirklich bemerkt. Und es hilft Ihnen auch nicht weiter, wenn es ausgerechnet immer die Falschen sind, die wissen, dass Sie hervorragende Leistungen bringen. Es gilt also, verborgene Schätze ans Tageslicht zu holen und dafür zu sorgen, diese an der richtigen Stelle hell erstrahlen zu lassen.

Selbst-PR ist ein durchweg systematischer Prozess, in dem nahezu alle Facetten des Berufslebens ihre spezifische Berücksichtigung finden. Sie können natürlich auch auf Zufallserfolge setzen und beharrlich abwarten, dass Sie irgendwann zum Zug kommen; effektiver ist es, die Zügel selbst in die Hand zu nehmen und die eigene Zukunft mit konsequenten Zielsetzungen aktiv zu gestalten. Sie können Selbst-PR einsetzen, wenn eine Krise aufgetreten ist oder wenn Sie bereits in der Karrierefalle stecken – viel besser noch ist es aber, das Selbst-Marketing präventiv zu nutzen, um Erfolge zielgerichtet und geplant zu erreichen.