

## Selbstmarketing

### Gestalten Sie bewusst Ihr Fremdbild

Jeder Mensch schätzt sich permanent selbst ein und entwickelt daraus ein Bild von sich:

#### das **Eigenbild**.

Sein soziales Umfeld kann das Eigenbild des Menschen nicht erkennen, es erlebt lediglich die Wirkung, die der Mensch auf es hat und bildet daraus:

#### das **Fremdbild**.

Eine Entscheidung, ob ein Mensch seinem Eigenbild entspricht oder ob er so ist, wie andere ihn erleben, ist nicht möglich.

Für den Erfolg in einem sozialen System (Unternehmen, Verein, Familie usw.) ist allerdings nur das Fremdbild entscheidend; d.h. für den Erfolg im Leben ist letztlich nur maßgeblich, wie das soziale Umfeld den Menschen erlebt.

Selbstmarketing bedeutet, dass Sie Ihre Wirkung auf andere nicht dem Zufall überlassen sondern bewusst gestalten. Dafür gelten folgende Überlegungen:

- Zeigen Sie immer eine Körpersprache, die Selbstakzeptanz ausstrahlt
- Bei jedem Kontakt zeigen Sie ein freundliches Lächeln,
- Bestätigen Sie mit Ihrer Mimik die Gesprächsbeiträge Anderer
- Zeigen Sie immer eine offene Körpersprache
- In Meetings sitzen Sie aufrecht, wenden sich dem jeweils Sprechenden zu und zeigen Interesse
- Verwenden Sie ZDF (Zahlen, Daten, Fakten)

Wenn Sie zu anderen über sich sprechen und dabei Wertungen verwenden (z.B. sehr gut, schnell, häufig) wirkt das in der Regel nicht nur arrogant, sondern Sie überlassen Ihrem Gesprächspartner auch die Interpretation dieser Wertungen.

Beispiel:

Wenn Sie sagen: „Ich kann gut Englisch“, überlassen Sie es Ihrem Gesprächspartner, was er unter „gut“ versteht.

Wenn Sie stattdessen ZDF verwenden, z.B. „Ich habe zwei Jahre in England Verhandlungen geführt“, können Sie ziemlich genau bestimmen, was er über Ihre Englischkenntnisse wissen soll.

Erstellen Sie von sich ein Fähigkeitsprofil

Überlegen Sie, welche Eigenschaften, Kenntnisse und Fähigkeiten für den Erfolg in einem bestimmten Unternehmen oder für Ihre Aufgaben wichtig sind (z.B. Teamfähigkeit, Führungsfähigkeit, Verhandlungsfähigkeit usw.) und integrieren Sie diese implizit in Ihre Berichte und Erzählungen.

Erstellen Sie für jede Zielperson ein anderes Fähigkeitsprofil.

Orientieren Sie die Fähigkeiten die implizit bei jeder Erzählung oder jedem Bericht enthalten sind, immer an den Interessen Ihres Gesprächspartners.

Beispiel:

Wenn Ihr Gesprächspartner Ihr Chef ist, bauen Sie Eigenschaften wie Durchsetzungsvermögen, Ergebnisorientierung, Eigeninitiative, Verantwortungsbereitschaft, Entscheidungsfähigkeit usw. in Ihren Bericht ein.

Wenn Ihr Gesprächspartner Ihr Kunde ist, erwähnen Sie Eigenschaften wie Fachkompetenz, ehrlich, zuverlässig, eigenverantwortlich, sympathisch usw.

Wenn Ihr Gesprächspartner ein Kollege ist, berichten Sie über Eigenschaften wie ehrlich kooperationsbereit, Wissen teilen, Vertrauen, Fairness usw.

Das bedeutet, wenn Sie von einer Konferenz, einem Auslandsaufenthalt oder vom Urlaub berichten, erzählen Sie jedem Gesprächspartner eine andere Variante der Erlebnisse.

Gemeint ist nicht, dass Sie die Unwahrheit sagen sollen, sondern dass Sie aus Ihrem Kompetenzpotenzial jeweils die Fähigkeiten auswählen, die Ihr Selbstmarketing unterstützen.



© Cartoon  
Erik Liebermann

**Über den Erfolg im Leben entscheidet das Fremdbild**

© Dr. phil. Dipl.-Ing. Helmut Huber