

Sabine Asgodom:

Eigenlob stimmt - Erfolg durch Selbst-PR

1. Kapitel:

Nur wer sich zeigt, kann entdeckt werden

Woran liegt es, ob der eine Karriere macht und der andere nicht? Woran liegt es, dass die eine Aufträge ohne Ende bekommt und die andere mühsam akquirieren muss? Woran liegt es, dass die einen in der Branche gehandelt werden und die anderen niemand kennt? An ihrem Können? Nicht unbedingt. An Ihrer Selbstdarstellung? Sehr wahrscheinlich. Ich glaube nicht, dass jemand, der gar nichts kann, sich in der „Business Class“ halten kann. Aber ich bin sicher, dass sich viele gute Leute unter Wert verkaufen, im Verborgenen wirken, unter ihren Möglichkeiten bleiben. Und das ist schade.

Dieses Buch ist nicht für Schaumschläger, Angeber, Mogelpackungen. Dieses Buch will Menschen, die wirklich etwas können, helfen, sich gut nach außen darzustellen, auf sich aufmerksam zu machen, sich ins rechte Licht zu rücken. Denn wie heißt es im Amerikanischen: „They won't like you if they don't like your show“. Es gibt zu viele ähnlich qualifizierte, da heißt es, sich durch das Auftreten und die Selbstdarstellung zu unterscheiden.

Und überall gilt: Gut sein allein genügt nicht. Man muss es auch zeigen! Nur wer sich zeigt, kann entdeckt werden. Ich selbst war viele Jahre ein Amateur in dieser Hinsicht. Ich dachte: Die anderen müssen doch sehen, wie gut ich bin. Heute weiß ich: Die anderen haben etwas anderes zu tun, als uns bei der Arbeit zuzusehen.

Wir selbst sind verantwortlich dafür, ob wir im Licht stehen oder im Schatten, ob wir als Experte/Expertin auf unserem Fachgebiet gelten oder als „ganz nett“. Nicht die anderen sind schuld, wenn wir nicht „entdeckt“ werden, sondern wir selbst können strategisch vorgehen, um den Fokus auf uns, unsere Talente, unser Potenzial, unser Angebot zu lenken.

Mitte der neunziger Jahre entdeckte ich, damals noch Redakteurin der Zeitschrift Cosmopolitan, in der amerikanischen Schwesterausgabe einen Bericht darüber, welche Kriterien dafür entscheidend sind, ob jemand befördert wird. Beim US-Konzern IBM waren Abteilungsleiter und Personalreferenten danach gefragt worden, und sie nannten vor allem drei Qualitäten, die für den beruflichen Rückenwind hilfreich wären: erstens „Performance“, also die Qualität der Arbeit, unsere Leistung; zweitens „Image“, also die Selbstdarstellung, den Eindruck, den wir bei anderen erzielen; und drittens „Exposure“, also das Maß der Bekanntheit im Unternehmen.

Was mich schier umwarf, war die Gewichtung dieser drei Kriterien:

- Leistung spielt zu 10 Prozent eine Rolle
- Selbstdarstellung macht 30 Prozent des Erfolgs aus
- Kontakte und Beziehungen sind zu 60 Prozent dafür verantwortlich, ob jemand Karriere macht oder nicht.

Als ich mich vom ersten Schock erholt hatte, wurde mir klar: Dieses Kriterien für Erfolg gelten bei uns ganz genauso. Nicht der Beste wird automatisch befördert, sondern der, der seine Qualitäten auch signalisiert, der sich bei den richtigen, wichtigen Leute bekannt macht. Wie oft haben wir uns doch alle schon gefragt: Wie hat der das geschafft?

Ich wehrte mich lange gegen diese Erkenntnis, weil ich sie ungerecht fand und zu den Menschen gehört hatte, die vor allem in Leistung investierten – noch mehr arbeiten, noch besser werden, noch selbstkritischer... Doch dann begann ich den Umkehrschluss zu ziehen: Wenn denn Erfolg von der guten Selbstdarstellung abhängt, dann müssten doch auch die, die gut sind, davon profitieren können.

Ich entwickelte eine Strategie, die ich Selbst-PR nannte, also Public Relations, Öffentlichkeitsarbeit für mich selbst. Diesen Begriff hatte es nach meiner Kenntnis vorher nicht gegeben. Meine Selbst-PR-Strategie für mehr Erfolg veröffentlichte ich erstmals 1996 hier im ECON-Verlag, erarbeitete ein praktisches Seminarkonzept daraus, und trainierte seither, grob geschätzt, mehr als 15 000 Menschen in Sachen Selbst-PR!

Heute ist dieser Begriff längst in die deutsche Umgangssprache aufgenommen worden, die von mir entdeckte Studie wird in unzähligen Artikeln und Büchern zitiert. Auf unzähligen Kongressen und Veranstaltungen habe ich meine Methode vorgestellt (Ich habe sie inzwischen um eine Grundlage erweitert. Sie sind die ersten, die die neue vollständige Methode nachlesen können). Und was mir am meisten Spaß macht: Ich selbst bin das beste Beispiel dafür, dass meine Methode funktioniert. Es ist tatsächlich möglich, durch gute Selbst-PR eine Art Sogwirkung zu erzielen, zu erreichen, dass Aufträge mich suchen, nicht ich die Aufträge.

Erst 1999 machte ich mich mit meinem eigenen Trainingsunternehmen ASGODOM LIVE selbständig, nachdem ich sieben Jahre lang neben meinem Job als Journalistin ab und zu Vorträge gehalten und Seminare durchgeführt hatte. Und ich schaffte es innerhalb kürzester Zeit, in die „Champions League“ der deutschen Trainingsszene aufzusteigen, was die Bekanntheit und das Umsatzvolumen betrifft. Stellen Sie sich mal vor, ich hätte es selbst nicht geschafft, mit Hilfe von Selbst-PR mein Ziel, nämlich ganz oben mitzuspielen, zu erreichen. Wäre irgendwie die Trainerin Nummer 1288 geworden. Das hätte doch bedeutet, dass meine Methode ein Käse ist, ein leeres Versprechen, einfach Schmarrn.

Aber ich kann Ihnen versichern: Sie funktioniert wirklich! Ich habe einige der besten deutschen Unternehmen als Kunden, ohne jemals akquiriert zu haben. Ich werde als Referentin auf die interessantesten Kongresse in Deutschland eingeladen, ohne jemals mich darum beworben zu haben. Ich werde als Selbstvermarktungsexpertin regelmäßig in der Presse zitiert, komme im Fernsehen und im Radio zu Wort, ohne jemals selbst einen Redakteur angerufen zu haben. Und das mit Hilfe überzeugender Selbst-PR (Wie ich dies im Einzelnen angestellt habe, werden Sie im Verlauf dieses Buches erfahren). Zu erwähnen, dass ich ansonsten natürlich genial bin, verbietet mir meine angeborene Bescheidenheit.

Nein, Quatsch, was soll's: Ich bin richtig gut! Heute weiß ich es. Und ich kann dazu stehen: Ich bin eine talentierte Rednerin, begeistere mein Publikum, mache meine Auftraggeber glücklich, reiße jeden müden Kongress herum, motiviere Menschen, bringe Dinge auf den Punkt. Ich bringe Menschen zu Lachen und zum Lernen, mache Mut und verbreite Lebensfreude, kann Menschen stärken und sie strahlen lassen. Hilfe als Coach, Konzepte und Strategien zu entwickeln und umzusetzen.

Noch vor wenigen Jahren hätte ich mir lieber die Zunge abgebissen, als so etwas von mir selbst zu behaupten. Aber heute stehe ich dazu, weil ich weiß, dass es stimmt! Nicht nur, weil ich regelmäßig positives Feedback von außen bekomme, sondern weil ich bei meinen Auftritten selbst merke, dass ich bei mir bin, bei meinen Fähigkeiten, bei meinem Lebensspass. Weil ich das tue, was ich wirklich kann. Das sage, wovon ich wirklich überzeugt bin. Weil ich Menschen mag, mich mit ihnen verbinde, mich auf sie einlasse und an ihnen wachse.

Doch dass alles dürfte ich nicht beweisen, wenn ich nicht auf mich aufmerksam gemacht hätte, wenn mir niemand eine Bühne dafür bieten würde, wenn mich nicht andere empfehlen würden, wenn Kunden nicht auf mich aufmerksam würden. Es ist mühsam, durch die Welt zu laufen und ständig „Ich bin der Größte“ zu brüllen, man erntet dabei vor allem Misstrauen oder Spott. Viel angenehmer ist es doch, wenn andere unser hohes Lied singen. Und das erreichen wir mit gelungener Selbst-PR.

Absolut hinderlich sind allerdings dabei Understatements wie „Na ja, das läuft so ganz gut...“ „So blöd bin ich wohl doch nicht...“ oder „Man schlägt sich so durch...“ Zauberhaft sympathisch – aber dämlich! Ich habe gelernt, dass ich mir selbst Möglichkeiten beschneide, wenn ich meine Wirkung zurücknehme. Dass ich weniger erreiche, wenn ich weniger verlange. Dass ich weniger Spaß habe, wenn ich mich reduziere. Dass ich allein weniger erreiche, wenn ich mich vor Menschen zurückziehe. „Eigenlob stinkt“, diesen Spruch haben wir zur Genüge gehört. Ich möchte zusammen mit Ihnen ein neues Verständnis entwickeln für „Eigenlob stimmt“.