

REDLINE | VERLAG

K A R I N R U C K

**SOUVERÄNER
AUFTRITT
FÜR FRAUEN**

Dos and Don'ts
für die clevere Selbst-PR



WOMEN @ BUSINESS

Karin Ruck

Souveräner Auftritt für Frauen

Karin Ruck

Souveräner Auftritt für Frauen

Dos and Don'ts für die clevere Selbst-PR

REDLINE | VERLAG

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie. Detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

ISBN 978-3-86881-017-2

© 2009 by Redline Verlag, FinanzBuch Verlag GmbH, München
www.redline-verlag.de

Redaktion: Leonie Zimmermann, Landsberg am Lech
Lektorat: Monika Schuch, Rosenheim
Umschlaggestaltung: Weiss Werkstatt München
Umschlagabbildung: plainpicture – bilderlounge
Satz: Jürgen Echter, Landsberg am Lech
Printed in Germany

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Trotz sorgfältiger Kontrolle übernehmen Verlag und Autorin keine Haftung für die Inhalte der in diesem Buch genannten Internetadressen und der Links. Für den Inhalt dieser Internetadressen und Links sind ausschließlich deren Betreiber verantwortlich.

Inhaltsverzeichnis

Anmerkung	7
Vorwort	9
Einleitung: Frauen und Selbstmarketing	11
1 Selbstmarketing	15
Warum Marketing in eigener Sache?	15
MARKE – die Erfolgsformel für Frauen	18
Erfolg = Fachwissen + Selbstmarketing.....	26
Die Instrumente I: Potenziale und Ziele	32
2 Metamorphose	43
Die Kunst der Veränderung – mit Weiblichkeit punkten	43
Expertinnen-Beitrag: Kompetente Wirkung ohne viele Worte.....	46
Noch fleißig – oder schon erfolgreich?.....	54
Expertinnen-Interview: Mut zum Wechsel	56
Expertinnen-Beitrag: Mentoring und Selbstmarketing – passt das zusammen?	61
Die Instrumente II: Networking, Mentoring und Empfehlungen	67
3 Raus ins Rampenlicht	93
Step by Step – der Selbstmarketing-Fahrplan	93
Der erste Eindruck	96
Expertinnen-Interview: Die eindrucksvolle Präsentation	104



Expertinnen-Interview: Karriere mit Business-Outfit und Etikette	109
Die Instrumente III: Kommunikation & Co.	118
4 Bravo! Ihr Applaus!	129
Anerkennung, Lob und Feedback	129
Expertinnen-Interview: Hilfe, die Hütte brennt! Stress und Karriere.....	138
Die Instrumente IV: Einstellung, Motivation und Kontrolle	147
5 Die Praxis	161
Üben, üben, üben: Der Trainingsplan für Ihre Selbst-PR.....	161
Der Erste-Hilfe-Koffer für Ihren souveränen Auftritt	168
Zusammenfassung	177
Kurzportraits	179
Surftipps	183
Literaturtipps	187
Stichwortverzeichnis	189
Über die Autorin	191



Anmerkung

Um das Arbeiten mit diesem Buch für Sie möglichst einfach und effizient zu gestalten, haben wir wichtige Textpassagen mit folgenden Icons gekennzeichnet:



Achtung, wichtig



Aufgabe, Übung



Das sollten Sie auf jeden Fall vermeiden.



Beispiel



Tipp



Vorwort

»Warum sollten wir uns ausgerechnet für Sie entscheiden?« Kommt Ihnen diese Frage bekannt vor? Im Vorstellungsgespräch, im Personalgespräch, in der Präsentation – jede Frau weiß, dass diese Frage früher oder später kommen wird. Jetzt gilt es, gut vorbereitet zu sein und souverän antworten zu können. Sie laufen im Marketing in eigener Sache zu Höchstform auf, weil Sie sich selbst gut einschätzen können, Sie kennen Ihre Kompetenzen und brennen für die neue Aufgabe. So einfach ist das ...

Einfach? Weit gefehlt! Manche Frauen kennen ihr Karriereziel, haben aber keinen Plan, wie sie dahin kommen sollen. Andere wiederum sind bereits am Ziel, jedoch unzufrieden mit dem Ergebnis. Und dann gibt es Frauen, die bereits vieles wissen, auch schon einiges umgesetzt haben und einfach neuen Input suchen. Nein, das Rad wird in Sachen Selbstmarketing hier nicht neu erfunden. Das Motto »Frauen, die Welt steht euch offen!« hat nach wie vor Gültigkeit. Doch die Vorzeichen haben sich geändert. Heute sind Beruf, Karriere und Familie nicht mehr voneinander zu trennen. Eine Frau kann Karriere machen – mit Kleinkind, Familie & Co. –, sofern sie sich mit Lust und Leidenschaft engagiert, ein tragfähiges Netzwerk aufgebaut hat und die Spielregeln der Männer beherrscht. »Oha, die Männer!«, denken Sie jetzt. Nein, es kommt kein Aufruf zum Kopieren männlicher Strategien. Vielmehr versteht sich dieses Buch als Appell, doch endlich den weiblichen Weg Richtung Karriere und Erfolg zu gehen. Denn Frauen haben Klasse, sie zeigen es nur noch zu selten.

Dieses Buch könnte nicht ohne die Mithilfe von kompetenten Ratgeberinnen, Sparringspartnern und Interviewpartnerinnen den Weg zu seinen Leserinnen schaffen. Ein großes Dankeschön gilt daher an dieser Stelle Dr. Heidemarie Krüger, Manuela Schneider,



Christine Heinze, Gabi Brede, Lis Droste und Roswitha Birk-Becht. Ingo sage ich danke für die wunderbaren Diskussionen und Anregungen. Und meiner Literaturagentin, Christine M. Huber, ein besonderer Dank fürs Rückenfreihalten und den stets kritischen Blick. Danke!

Doch jetzt zu Ihnen, liebe Leserin. Sie spielen hier die Hauptrolle. Es geht um Ihren Auftritt, um Ihr Marketing in eigener Sache. Souverän, erfrischend, clever und mit einer großen Portion Charme. Eben wie die Frauen von heute so sind ...

Eine anregende und vergnügliche Lektüre wünscht Ihnen

Ihre *Karin Ruck*



Einleitung: Frauen und Selbstmarketing

Das ist wahrlich keine Liebe auf den ersten Blick, die Frauen dem Selbstmarketing entgegenbringen. Die meisten Frauen, die ich bei der Recherche zu diesem Buch gefragt habe, meinten, dass Selbstmarketing etwas für Schaumschläger und Angeber ist. Zu laut, zu aufdringlich, einfach zu viel. Das passt doch nicht zu Frauen! Aha ...

Beim Blick in die Literatur, in Fachzeitschriften und Zeitungen (auch wieder zur Recherche) fällt mein Blick auf diese Schlagzeilen:

z.B.

»Frauen in der Karrierefalle«

in: Beruf und Chance, Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 13.10.2007

»Frauen und das Spiel um die Macht«

in: Südkurier vom 30.04.2008

»Frauen auf dem Vormarsch?«

in: Handelsblatt perspektiven vom 28.11.2008

»Die Wirtschaft wird weiblich«

in: Handelsblatt perspektiven vom 04.01.2008

»Frauen in die Aufsichtsräte«

in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 03.12.2008

»Erfolgreiche Frauen starren zurück«

in: Handelsblatt vom 05.12.2008

»Allein unter Männern«

in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 20.09.2008

»Zetsche sucht eine Frau«

(Dieter Zetsche, Daimler-Chef und Frauenförderer; Anmerkung der Autorin)

in: Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung vom 19.12.2008



»Warum Frauen die Finanzkrise managen sollten«

in: SPIEGEL ONLINE vom 04.01.2009

»Was ist mit den Frauen los?«

in: Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung vom 08.02.2009

Und was jetzt? Von Fallen, Macht, Aufsichtsräten ist die Rede. Vom »Megatrend Frauen« spricht der Trendforscher Matthias Horx und es wird deutlich: Frauen sind auf dem Vormarsch. Hört sich toll an, doch wie sieht die raue Wirklichkeit in den Unternehmen aus?

Megatrend Frauen?

- ❑ Eine Frau im Vorstand unter den 100 umsatzstärksten deutschen Unternehmen
- ❑ Elf Frauen im Vorstand der Top 200 in Deutschland
- ❑ 7,8 Prozent Frauenanteil in den Aufsichtsräten der 200 größten Unternehmen Deutschlands

(Quelle: Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung, Berlin)

Von Vormarsch kann da – noch – keine Rede sein. Auch wenn man auf die Einkommensverhältnisse von Frauen und Männern in Deutschland schaut, gerät frau ins Grübeln: Frauen verdienen für gleiche Arbeit und bei gleicher Arbeitszeit hierzulande im Schnitt rund 23 Prozent weniger als Männer (Quelle: Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung OECD, Paris). Gibt es Proteste? Streiks? Geschrei? Nein, nichts. Ein kleiner Funke Hoffnung: Das Frauennetzwerk Business and Professional Women Club (BPW) veranstaltet jährlich bundesweit einen »Equal Pay Day«. An diesem Tag wird auf die Ungleichbehandlung von Fraueneinkommen aufmerksam gemacht und rote Handtaschen sind das Symbol für diese Ungerechtigkeit. Da ist zu hoffen, dass sich genügend Frauen (und Frauennetzwerke!) in Deutschland engagieren, tüchtig trommeln und rote Handtaschen schwingen.

Es klingt geradezu paradiesisch, dass sich Länder wie Lettland einen Frauenanteil von 44 Prozent und Norwegen mit 40 Prozent Frauen in den Aufsichtsräten auf die Fahnen schreiben. Sanktionen



inklusive: Wird der 40-prozentige Frauenanteil in den Aufsichtsräten norwegischer Unternehmen nicht erfüllt, dann droht die Zwangsauflösung. Geht doch!

Was läuft hier in Deutschland schief? Frauen verdienen in der Regel weniger, sie sind in Führungspositionen unterrepräsentiert, stellen aber den höchsten Anteil an Studienanfängern in Universitäten. Ein Heer von fleißigen Arbeitsbienen, die gern lernen, aber kein Interesse an Karriere und Erfolg haben? Das wäre zu klischeehaft, zu einfach. Nennen wir es die Hürden, die Frauen noch zu nehmen haben, bevor Verhältnisse wie in Norwegen oder Lettland herrschen.



Sechs Hürden, die Frauen in ihrem Erfolg behindern:

- Frauen stapeln gern tief und entschuldigen sich zu oft.
- Sie netzwerken zu wenig.
- Sie wollen geliebt werden.
- Sie planen ihre Karriere nicht langfristig.
- Sie haben keine Vorbilder und kaum Mentorinnen.
- Sie sagen nicht oft genug Nein.

Typische Hürden

Und an diesen Hürden wird unter anderem in diesem Buch gearbeitet. Der souveräne Auftritt einer Frau soll die Karriere, den Erfolg unterstützen. Das gelingt nur, wenn Frauen eine genaue Vorstellung davon haben, was sie wollen und was nicht. Sie sollten klare Ziele entwickeln und an deren Umsetzung arbeiten, sich in Netzwerken engagieren und sich untereinander unterstützen und vernetzen. Sie brauchen nicht Everybody's Darling sein, um Anerkennung im Team zu haben. Oft genügt bereits ein klares, freundliches Nein an der richtigen Stelle, um sich durchzusetzen.

Die Leistung und sich selbst sichtbar zu machen, das gelingt vorzüglich in Netzwerken. Vernetzung ist ein Erfolgsfaktor im Selbstmarketing einer Frau. Sich auszutauschen, voneinander zu lernen, sich zu unterstützen, an gemeinsamen Zielen zu arbeiten,





Selbstmarketing heißt, den persönlichen Stil zu entwickeln und die eigene Leistung für andere sichtbar zu machen!

Netzwerke

das ist Networking live. Deshalb rate ich jeder Frau, die sich beruflich noch einiges vorgenommen hat, sich in einem Netzwerk zu engagieren. Das kann ein Frauen-Netzwerk sein, muss es aber nicht. Die Vorteile eines reinen Frauen-Netzwerkes liegen auf der Hand: Eine geschützte Atmosphäre, frauenspezifische Themen haben Vorrang und frau hat ausgiebig Gelegenheit, an ihrem ersten Eindruck zu feilen. Rituale wie die kurze Vorstellungsrunde zu Beginn eines gemeinsamen Treffens oder eines Clubabends liefern wichtige Informationen und bieten beste Trainingsmöglichkeiten in Sachen Selbstmarketing. Um den Rundum-Blick zu wahren, ist es hilfreich, auch in gemischten Netzwerken, also Netzwerken, die Frauen und Männern offenstehen, vorbeizuschauen. Die Gefahr des Tunnelblicks wird minimiert, schließlich ist es immer interessant, zu erfahren, mit welchen Themen Männer sich beschäftigen. Und die Rituale der Männer zu beobachten ...

Ein weiteres Plus für Netzwerke: Zwei Drittel aller freien Stellen in Deutschland werden nicht öffentlich ausgeschrieben, sondern über Netzwerke und Empfehlungen besetzt (Quelle: Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung IAB, Nürnberg. 2007).

Auf den nun folgenden Seiten stelle ich Ihnen zusammen mit Interviews und Beiträgen von Fachfrauen die Bandbreite des Selbstmarketings vor. Freuen Sie sich unter anderem auf Einblicke ins Mentoring, auf Präsentationen, das optimale Business-Outfit und den Umgang mit Stress. Ein souveräner Auftritt gelingt, wenn er gut vorbereitet wird und jede Menge Zeit und Raum zum Trainieren bleibt. In diesem Sinne viel Spaß ...



1 Selbstmarketing

*Niemand weiß, was in einem drinsteckt,
solange er nicht versucht hat, es herauszuholen.*

Ernest Hemingway

Warum Marketing in eigener Sache?

Kennen Sie das? Da arbeitet Frau seit Monaten an einem Projekt, macht Überstunden, streicht schweren Herzens das verlängerte Wochenende mit dem Partner, nur um die notwendigen Unterlagen pünktlich beim Vorgesetzten abgeben zu können. Und was passiert? Nichts – außer: »Danke Frau Meier. Ich schaue mir das dann bei nächster Gelegenheit durch.« Schnelles Feedback? Fehlanzeige! Ein weiterer Schritt in Richtung Projektleitung? Fehlanzeige! Was folgt, sind Frust und die Frage, wieso die Arbeit nicht so wertgeschätzt wird, wie man sich das gewünscht hat. Und genau da liegt der Hund begraben. Denn viele Frauen glauben immer noch, mit einer guten Arbeit und durch Leistung weiterzukommen. Der »Strahl-Effekt«, der unerlässlich ist, um eine sehr gute Leistung zu unterstreichen, wird einfach vergessen. Oder unterschätzt?

Viele Frauen machen sich noch keine Gedanken darüber, wie sie ihre Arbeit verkaufen. Sie sind einfach glücklich, wenn sie ihren Job richtig gut machen. Aber das reicht nicht mehr. Schauen Sie sich doch Ihre Kollegen an. Jeder – und wirklich jeder! – hat mindestens einen schlaun Spruch auf Lager, sobald er seinen Jahresabschluss, seine Projektarbeit, seinen Artikel, seinen Kundenbericht beim Vorgesetzten abliefern. Das, was Frauen oft an einen Rad schlagenden Pfau erinnert, ist nichts anderes als cleveres Selbstmarketing. Im Sinne von: »Schau her, Boss. Hier ist meine Arbeit. Die ist gut. Und ich bin es auch!« Nein, keine Sorge, Sie werden sich als Frau nicht zum stolzen Pfau

»Hier ist meine Arbeit. Die ist gut.«



Charisma

entwickeln müssen, um in Zukunft endlich die Erfolge einzustreichen, die Ihnen zustehen. Hier geht es um den weiblichen Weg, Erfolg zu haben, Karriere zu machen, Marketing in eigener Sache zu betreiben. Die plakativen Auftritte und Sprüche überlassen wir doch gern weiterhin den Männern. Frau denkt an Charisma, Charme und entwickelt Step by Step ihre Strategie zum souveränen Auftritt.

Was macht einen Menschen unverwechselbar? Die Stimme? Das Aussehen? Die Kleidung? Die Erfolge? Ja, ganz sicher. Doch neben den äußeren Faktoren zählen Eigenschaften wie Charisma und Charme zu den klaren Gewinnerposten. Charisma, dieses Phänomen der Ausstrahlung. Kennen Sie das? Jemand betritt den Raum und die Menschen drehen sich um, schauen fasziniert diese Person an. Sie ist nicht schöner, nicht intelligenter, nicht reicher als alle anderen – und dennoch strahlt sie etwas ganz Besonderes aus. Viele Menschen sagen über charismatische Personen, dass sie ein gewisses Strahlen verbreiten. Sie nehmen damit einen Menschen wahr, der offen, lebendig, positiv und glaubwürdig erscheint, der gut mit sich umgeht. Der sich für andere Menschen interessiert, nicht oberflächlich, sondern ehrlich und intensiv. Charisma wirkt auf den ersten Blick und macht die Persönlichkeit unverwechselbar.

Persönlichkeit ist die eine, Marketing in eigener Sache die andere Seite der Erfolgsmedaille. Beides ist notwendiger denn je. Die Zeiten sind sehr hart geworden, die Arbeitsplätze unsicherer denn je. Hunderte von Bewerbungen auf eine Stellenausschreibung sind keine Seltenheit. Wer das Glück hat und zum Bewerbungsgespräch eingeladen wird, wer beim potenziellen Kunden präsentieren darf, der hat bereits die erste Hürde genommen. Im Gespräch während der Präsentation heißt es dann, sich von der Schokoladenseite zu zeigen, um einen guten, bleibenden Eindruck zu hinterlassen. Die eigenen Stärken zu kennen, seine Schwächen einschätzen zu können, zu wissen, was andere von Ihnen erwarten, das sind die Erfolgsfaktoren, die langfristig wirken. Ihr Chef soll überzeugt davon sein, dass Sie genau die richtige Frau für den neuen Posten sind. Ohne für sich zu trommeln, Werbung für sich zu machen, dürfte allerdings aus dem Traumjob, dem Großauftrag nichts werden.



In jeder Frau stecken ungeahnte Potenziale und nur die allerwenigsten machen etwas daraus. Das wird sich ändern. Denn wie heißt es? »Die Zukunft ist weiblich.« Und damit Sie in Zukunft Ihr Licht nicht mehr unter den Scheffel stellen, finden Sie auf den nächsten Seiten Ideen, Anregungen, Tipps und Tricks für ein cleveres, weil weibliches Selbstmarketing. Den Blick richten Sie auf den selbstbewussten Weg zu Ihrem souveränen Auftritt. Vom Tageslicht ins Rampenlicht ist es dann ein kleiner, aber wichtiger Schritt. Los geht's, liebe Leserin, krempeln Sie die Ärmel hoch, legen Sie Papier und Stift für Ihre Notizen zurecht. Lassen Sie Ihren Gedanken freien Lauf. Hemingway lässt grüßen ...

Die Zukunft
ist weiblich!



Damit gelingt Ihr souveräner Auftritt:

- Persönlichkeit
- Leistung
- Engagement
- Ausstrahlung
- Soziale Kompetenz
- Mut zur Veränderung



Ihr persönliches »That's me!«-Arbeitsbuch

Führen Sie ab sofort ein Arbeitsbuch. Unter dem Motto »That's me!« halten Sie schriftlich Gedanken, Ideen, Beobachtungen, Lösungswege, Tipps und selbstverständlich alle Erfolge, die Sie im Beruf erzielen, fest. Doch in Ihr Arbeitsbuch gehören auch die Reinfälle und Schlapfen. Damit haben Sie ein tolles Instrument zur Reflexion, zum Lernen, zur Weiterentwicklung an der Hand. Und dazu gehören nun einmal beide Seiten: Erfolg und Niederlage. Wie sagte Henry Ford, der amerikanische Automobilhersteller, seinerzeit so treffend: »Ein Misserfolg ist die Chance, es beim nächsten Mal besser zu machen.«



Der Umfang Ihrer Eintragungen, die Art Ihres Arbeitsbuches – als Datei im Computer hinterlegt, als schickes, ledergefasstes Notizbuch oder einfaches Heft: Erlaubt ist alles. Nur eines sollten Sie beherzigen: Führen Sie es regelmäßig und ernsthaft.

Damit wird »That's me!« zum vertrauten Begleiter Ihrer Karriere und Ihres souveränen Auftretens. Viel Spaß und eine »flotte Feder« ...

MARKE – die Erfolgsformel für Frauen

»Mensch, bist du 'ne Marke!« Haben Sie diesen Spruch auch schon einmal gehört? Einen Menschen als Marke zu bezeichnen, klingt zunächst ziemlich verwegen. Beim näheren Hinsehen stellen Sie jedoch fest, dass der Gedanke gar nicht so weit hergeholt ist. Denn auch ein Mensch wird – genau wie eine Marke in der Wirtschaft, nehmen Sie Coca-Cola, Nivea oder Tempo – über das Image wahrgenommen, an dem ständig gefeilt und gearbeitet wird. Eine Marke wird erinnert, ist einzigartig, etwas Besonderes und darf ruhig auch etwas teurer sein. Wer hindert frau daran, sich als eigenständige, vertrauenswürdige Marke zu präsentieren? Denken Sie nur an Heidi Klum, deutsches Top-Model mit internationaler Karriere und Mutter dreier Kinder. Die Marke »Heidi Klum« ist in der Tat einzigartig – und ihr Image: freundlich, humorvoll, diszipliniert, sexy und vor allem sehr geschäftstüchtig.

To do

- Welche Frau würden Sie als »Marke« bezeichnen?
- Notieren Sie bitte in Ihrem »That's me!«-Arbeitsbuch die Attribute, die aus Ihrer Sicht diese Frau unverwechselbar und einzigartig machen.



Sie wollen sich ein eigenständiges Profil zulegen? Wahrgenommen werden und erfolgreich sein? Die folgende Erfolgsformel hilft Ihnen als Orientierung.



Die Erfolgsformel für Frauen

M – Mut
 A – Authentizität
 R – Rigorosität
 K – Kontinuität, Konzentration
 E – Energie, Engagement

Sie wollen Ihre Stärken betonen, Ihre Potenziale besser ausschöpfen? Hervorragend. Denn die Neugierde auf sich selbst ist die wichtigste Voraussetzung für das Marketing in eigener Sache. Zu wissen, was Sie gut können, wie Sie punkten, wie Sie vorteilhaft wirken, verschafft Ihnen einen ungeahnten Wettbewerbsvorteil. Um hier einmal in der Sprache der Markenwelt zu bleiben. Dazu gleich ein Praxisbeispiel der besonderen Art.

Ungeahnter Wett-
 bewerbsvorteil

z.B.

Kleine Vorstellungsrunde – großer Flop

Montagmorgen. Es ist kurz vor 9 Uhr, die Vertriebsmannschaft erwartet im Sitzungsraum die neue Vertriebschefin. Die Atmosphäre ist gelöst und freundlich. Schließlich hat man viel Gutes von der Neuen gehört. Die Frau trifft in Begleitung des Firmenchefs ein, geht beherzt auf ihre neuen Mitarbeiter zu, schüttelt jedem die Hand und stellt sich vor: »Guten Morgen. Ich bin Johanna Schmidt*, die neue Leiterin des Vertriebs.« Nach fünfzehn Mal Händeschütteln weiß nun jeder persönlich im Raum, wie die Dame heißt und wozu sie eingestellt wurde. Damit nicht genug. Der Firmenchef begrüßt seine Hoffnungsträgerin mit warmen Worten und gibt dann das Wort an sie weiter. Sie beginnt gut gelaunt mit: »Guten Morgen. Ich bin Johanna ...«.

* Name geändert

