



Stellen Sie sich ins Rampenlicht!

Setzen Sie nicht allein darauf, dass Ihr Vorgesetzter schon an Ihrer Arbeit erkennt, was für ein „Diamant“ Sie sind. Insbesondere wenn Sie Ihr Umfeld häufiger gewechselt haben und sich ausserhalb der klassischen Karriereleiter bewegen, müssen Sie anderen verstärkt Ihre Qualitäten vor Augen halten. Ihr Motto sollte sein: „Tue Gutes und sprich darüber!“ Ihre Strategie dabei ist, als Kompetenz- und Informationsträger wertvoll zu werden. So kommen Sie Ihrem Ziel näher, Ihren eigenen Marktwert zu steigern.

Übung: Berufliche Bestandsaufnahme

Lassen Sie Ihren beruflichen Werdegang nochmals Revue passieren. Zeichnen Sie dazu auf einem Blatt Papier Ihren beruflichen Werdegang als eine kurvige, gerade oder schräge Linie. Markieren Sie den Punkt, an dem Sie heute stehen. Markieren Sie Höhe-, Tief- und Wendepunkte und beschreiben Sie kurz, was dazu geführt hat, welche Ihrer Stärken dort zum Einsatz kamen und was Sie gelernt haben. Zeichnen Sie dann Ihre Linie in die Zukunft. Fragen Sie sich, wie Ihre Entwicklung weitergehen soll. Was können Sie dafür tun? Bauen Sie diese Ideen in Ihre Strategie und in Ihr tägliches Handeln ein.

Einflussfaktor: Erfolge kommunizieren

Stellen Sie Ihr Licht nicht unter den Scheffel. Überlegen Sie sich: Bei welchen Gelegenheiten könnten Sie Ihren Kollegen, zukünftigen Entscheidern oder Meinungsmachern über Ihre Erfolge berichten? Stellen Sie sich nicht als „Überflieger“ dar, sondern informieren Sie möglichst sachlich und in wenigen nachvollziehbaren Schritten, was Ihren Erfolg ausmacht, wozu es Ihrem Team, der Abteilung und dem Unternehmen nützt und wie Sie dies vollbracht haben. Achten Sie dabei darauf, dass Sie sich nicht mit „fremden Federn“ schmücken. Erwähnen Sie lobend die Unterstützung und die Leistung anderer – aber seien Sie selber auch nicht zu bescheiden!

Einflussfaktor: Sich als Experte profilieren

Ein weiterer zentraler Punkt ist, dass Sie von anderen als **Kompetenzträger** und **Vertrauensperson** angesehen werden, der man wichtige Aufgaben zutraut und die man gerne um Rat bittet. Dies erreichen Sie, indem Sie die Wahrnehmung Ihrer Person mit bestimmten Themen verknüpfen. Machen Sie sich hierzu ein paar Gedanken. Die folgende Liste kann Sie dabei unterstützen:

- Wann fühlen Sie sich glücklich in Ihrem Beruf und bei Ihrer Arbeit? Welche Tätigkeiten üben Sie dann aus? Welche Ereignisse tragen dazu bei?
- Was können Sie wirklich gut? Was können Sie besser und worüber wissen Sie mehr als viele in Ihrem Umfeld?
- Wo gibt es zusätzliche Aufgaben und Fragestellungen in Ihrer Organisation oder in Ihrer Branche? Welchen Beitrag zur Lösung können Sie leisten?
- Welche Möglichkeiten haben Sie – insbesondere solche, die Sie bisher nicht genutzt



- haben – hier ein Zeichen zu setzen, ohne dass Ihr regulärer Job darunter leidet?
- Wie können Sie Ihre Ideen und Erfolge einem grösseren Publikum präsentieren (z.B. über Fachzeitschriften, Newsletter, Firmenveranstaltungen, Tagungen)?
 - Wenn Sie Aufwand und Ertrag abwägen, was scheint Ihnen am erfolgversprechendsten? Wohin gehen die Zukunftstrends?

Einflussfaktor: Sie sich in Meetings positionieren

Auch Besprechungen sind eine Chance, sich ins passende Licht zu rücken. Nutzen Sie auch diese Gelegenheit, sich zu präsentieren, in dem Sie Ihre Kenntnisse, passende Ideen, fundieren Konzepte, konstruktive Verbesserungsvorschläge mit den jeweiligen Zuhörern teilen. Beachten Sie dabei folgende **Grundregeln**:

- Wenn Sie sich den Anwesenden vorstellen, **setzen oder stellen Sie sich gerade hin**. Dann nehmen Sie **Blickkontakt** auf – zuerst mit den wichtigsten Personen im Raum und dann mit dem Rest. Nennen Sie deutlich Ihren Namen und Ihre Funktion. So wirken Sie selbstbewusst und es wird deutlich, dass Sie etwas inhaltlich Wichtiges beizusteuern haben.
- Bereiten Sie sich vor und machen Sie keine „halbdurchdachten“ **Vorschläge** – es sei denn, Brainstorming ist gefragt.
- Nehmen Sie sich vor, eine **Mindestzahl an Wortmeldungen** beizusteuern. Wenn Sie dies nicht konsequent durchziehen, bleiben Sie eine „graue Maus“! Stimmen Sie dabei die Anzahl und die Art der Wortbeiträge auf das jeweilige Meeting, d.h. auf Anlass und Gruppengrösse, ab: Persönliche Themen in kleiner Runde wirken sympathisch, in grosser Runde sind sie fehl am Platz. Zu wenige Beiträge in kleinerer Runde wirken schüchtern. Viele „flache Anmerkungen“ oder Wiederholungen des bereits Gesagten wirken in einer Runde von "High-Potentials" geschwätzig.
- **Stehen Sie in grösseren Runden auf**, wenn Sie einen längeren Wortbeitrag machen möchten, damit man Sie auch wahrnimmt.
- Machen Sie sich selber nicht zu einem „Bedenkenträger“, indem Sie häufig Probleme aufzeigen. Sollten Sie welche haben, kommen Sie mit einem **konstruktiven Vorschlag**, den Sie dann zur Diskussion stellen.
- **Vermeiden Sie „verbale Weichspüler“**, d.h. benutzen Sie eine kraftvolle, interessante Sprache mit kurzen Sätzen und einprägsamen Schlüsselbegriffen: Aufmerksamkeit hervorrufen: interessant, revolutionär, innovativ, sensationell, grossartig usw.

-> **Kompetenz betonen**: erfahrungsgemäss, fundiert, sorgfältig, zielorientiert usw.

-> **Wichtiges hervorheben**: wesentlich, massgeblich, entscheidend, unverzichtbar, absolut usw.

-> **Aktualität betonen**: Setzen Sie fachbezogene Trendbegriffe äusserst sparsam ein. Damit zeigen Sie, dass Sie wissen, was läuft, ohne dass Sie als „Sprechblasenproduzent“ eingestuft werden. Vermeiden Sie „Fachjargon“ und Fremdwörter, wenn Sie nicht sicher sind, dass alle Sie verstehen.



- **Lassen Sie sich nicht ständig unterbrechen.** Falls notwendig zeigen Sie Ellenbogen: „Lassen Sie mich bitte ausreden.“ „Ich bin noch nicht fertig.“ „Moment, ich möchte noch etwas sagen.“
- **Rechtfertigen Sie sich nicht für Ihre Meinung.**

Jetzt wünsche ich Ihnen, dass Ihr Umfeld mit diesen Massnahmen schnell erkennt, was für ein „Diamant“ Sie sind. Wenn Sie noch schneller vorankommen wollen, schlage ich Ihnen ein persönliches Coaching vor – nehmen Sie einfach mit mir Kontakt auf.