



Selbstwert entwickeln – Mehrwert schaffen

Entdecke deine Stärken

Angelika Lucke

Bevor Übersetzungsdienstleistungen vermarktet werden können, muss ein klares Profil über das Produkt und die dahinterstehenden Personen bzw. das Unternehmen erarbeitet werden. Dieses Profil erhalten Sie, indem Sie z. B. sowohl besonders kritische als auch erfolgreiche Situationen und Ihr Verhalten darin analysieren.

Neue Kunden gewinnen, die richtigen Preise erzielen, das eigene Unternehmen erfolgreich vermarkten – neben der eigentlichen Arbeit als Übersetzer oder Dolmetscher sind das ganz zentrale Aufgaben, die wir nahezu täglich zu bewältigen haben, um dauerhaft die gewünschte Marktposition zu erhalten. Dabei ist es unerheblich, ob wir freiberuflich als Einzelunternehmer unterwegs sind oder ein Unternehmen mit eigenen Mitarbeitern führen.

Zum Glück stehen für jeden dieser Bereiche mehrere Meter Fachliteratur in den Buchhandlungen bereit, so dass jeder ein ihm entsprechendes Werk finden sollte. Ein Wochenende Lektüre, einige Checklisten durcharbeiten, vielleicht noch ein Konzept schreiben und ein paar Internet-Recherchen durchführen, und schon sind wir auf Erfolg getrimmt. Damit wäre das Thema denn auch erledigt. Oder doch nicht? Das Problem liegt vor dem ersten Schritt. Bevor beispielsweise eine Marketing-Strategie ausgearbeitet wird, gilt es doch, die Frage zu beantworten – und zwar präzise – wer oder was überhaupt zu vermarkten ist. Wo liegen meine Stärken, die mich im Vergleich mit vielen Kollegen auszeichnen? Auf welche besonderen Erfahrungen kann ich bauen? Mit anderen Worten: Was sind meine persönlichen Alleinstellungsmerkmale? Je intensiver wir uns mit diesen und ähnlichen Fragen befassen, desto schärfer wird auch unser eigenes berufliches Leistungsprofil. Nehmen

wir den Begriff des Profils einmal bildlich und führen uns die Profile – Stirn, Nase, Kinn usw. – von Familie, Freunden, Nachbarn vor Augen, erkennen wir recht schnell, dass es da sicher Ähnlichkeiten gibt, vor allem aber Unterschiede. Mit dem beruflichen Profil verhält es sich genauso.

Persönliche Stärken ermitteln

Nun wird in der erwähnten Fachliteratur sogar ausdrücklich darauf hingewiesen, wie schwierig es ist, die eben beschriebene Betrachtung durchzuführen. Das hat einerseits psychologische Gründe, denn viele von uns sind mit dem Lehrsatz „Eigenlob stinkt“ aufgewachsen, es gehört einfach nicht zum guten Ton, positiv über sich selbst zu sprechen. Daher können wir zwar sofort eine lange Liste unserer Schwächen herunterzählen, auf diese achten wir auch regelmäßig und versuchen, uns zu (ver)bessern; unsere positiven Eigenschaften, Kenntnisse und Fähigkeiten aber kennen wir oft gar nicht oder hinterfragen sie gerne in dem Sinn, ob sie denn wirklich positiv seien, oder ob man darüber überhaupt sprechen dürfe. In diesem Zusammenhang sei auch auf die Mehrdeutigkeit des Wortes „verdienen“ hingewiesen. „Ich verdiene nicht genug“ heißt, dass ich weniger Geld aufs Konto bekomme, als ich benötige. Aber habe ich es wirklich „verdient“, mehr Gewinn zu machen? Ist meine Arbeit bzw. bin ich das wert? Hier wird der direkte Zusammenhang zwischen Selbstwert und dem Wert, ausgedrückt in Euro, ganz offensichtlich.



Der zweite Grund, warum die Erarbeitung eines persönlichen Profils schwierig erscheint, ist der Mangel an Methodik. Zwar werden Fragen in dem Stil „Welche persönlichen Stärken haben Sie?“ oder „Welche beruflichen Erfolge hatten Sie bisher?“ angeboten, allerdings wird jeder, der seiner starken Seite nicht gerne bewusst begegnet, eher mit einem Schulterzucken reagieren und möglichst gleich zum nächsten Punkt übergehen. Dabei kann es ungemein spannend sein, sich einmal selbst den Spiegel vorzuhalten und auch die Zusammenhänge zu betrachten, die zwischen Stärken und Erfolgen bestehen.

Übrigens: Kundengewinnung, Preisverhandlungen und Marketing sind ja in erster Linie Kommunikationsprozesse. Kommunikation hat, wie wir wissen, nicht nur mit Worten, sondern vor allem auch mit Verhalten zu tun. Was zählt, ist nicht nur, was wir sagen, sondern zu einem viel größeren Teil, wie wir es sagen. Und die Psychologie lehrt uns, dass unser Verhalten von unserem Selbst-

bild gesteuert wird. Wenn ich also von mir selbst weiß, dass ich „die kompetente Übersetzerin für das Projekt der Firma X“ bin, dann „sende“ ich auch dieses Selbstbild, z. B. in einem Telefongespräch, und zwar nicht, indem ich diese Aussage wörtlich ausspreche, sondern vielmehr durch die authentische Kraft, die in meiner Argumentation mitschwingt. Habe ich unter dieser Voraussetzung also nicht die viel größeren Chancen, den Auftrag auch zu bekommen?

Eine wertvolle Grundlage für den beruflichen Erfolg ist also das Wissen um die persönlichen Stärken, um das Wertvolle, das wir in uns tragen und anderen zu deren Nutzen in Form einer Dienstleistung anbieten können. Mit der Zeit kann dieses Wissen in Verbindung mit erzielten Erfolgen und positiven Rückmel-



dungen aus dem Umfeld zur Gewissheit werden, also von der Verstandes- auf die Gefühlsebene übergehen: Der Selbstwert wird zum Selbstwertgefühl!

Das eigene „Power Profile“

Als Einstieg gerade für den Ungeübten, der erstmals vor den Spiegel seiner eigenen Stärken tritt, ist die Arbeit mit einer Checkliste sehr gut geeignet. Über 40 Eigenschaften, wie sie im Berufsleben relevant sein können, von A wie „arbeitet fehlerfrei“ über K wie „konfliktfähig“ bis Z wie „zuverlässig“ sind in dem Katalog enthalten, den ich gerne zu diesem Zweck einsetze, wobei Ergänzungen natürlich immer noch möglich sind.

Anhand einer Skala geht es nun um eine persönliche Einschätzung, eine Selbstbeurteilung, wie stark die jeweilige Eigenschaft beim Einzelnen ausgeprägt ist. Wer ehrlich mit sich selbst ist, kommt i. d. R. zu einer ziemlich breiten Streuung. Einige wenige Eigenschaften werden mit „sehr gut“, wenige andere mit „ziemlich schlecht“ bewertet, der Rest liegt irgendwo dazwischen.

Unterschiede bei Selbst- und Fremdeinschätzung

Besonders interessant wird diese Betrachtung dann, wenn man aus dem Kreis der Familie, Freunde und Kollegen eine sog. Fremdbeurteilung (oder auch mehrere) einholt. Im Vergleich beider Profile wird man manche Ähnlichkeiten oder Übereinstimmungen finden, in manchen Punkten aber auch erhebliche Abweichungen. Übereinstimmungen sind Bestätigungen, Abweichungen sind meistens keine Fehler, sondern Bereiche, die vertieft betrachtet werden sollten. Was bedeutet es z. B., wenn ich selbst meine Arbeitsergebnisse als durchschnittlich fehlerfrei beurteile, die Fremdbeurteilungen dieser Eigenschaft aber durchweg „sehr gut“ sind? Die Antwort könnte lauten, dass meine eigenen Maßstäbe in Bezug auf gute Arbeitsergebnisse extrem hoch liegen, so dass ich sie selbst kaum erreichen kann, während für andere die Messlatte deutlich tiefer liegt und demnach meine Arbeit als „überdurchschnittlich“ bewertet wird. Was sich zwischen Selbst- und Fremdeinschätzung verändert, ist also der Maßstab, nicht die Arbeit als solche.

Mit diesem einfachen Hilfsmittel ist es also gelungen, uns dem, was uns ausmacht, ein Stück weit zu nähern. Weil das Ziel darin besteht, gerade die besonderen Merkmale herauszuarbeiten, also das, was uns von anderen unterscheidet, kann es durchaus passieren, dass eine Eigenschaft, die uns eigentlich ganz lieb ist, quasi in die zweite Reihe rutscht und nicht unter den Top 5 oder Top 7 erscheint. Macht nichts: Auch diese Eigenschaft bleibt uns ja erhalten.

Wer nun einwenden möchte, dass schließlich jeder von sich behaupten könne, dass er fehlerfrei arbeite oder besonders zuverlässig sei, der sollte bedenken, dass es hier ausschließlich um den Dialog mit uns selbst geht. Wir profitieren umso mehr davon, je aufrichtiger wir uns selbst gegenüber sind. Unsere Stärken können uns zum Erfolg verhelfen, das Identifizieren unserer Schwächen dient dazu, Aufgaben, Projekte oder Methoden zu vermeiden, die uns nicht entsprechen. Wir wollen uns auch nicht als etwas darstellen, was wir nicht sind, sondern aufmerksam, gespannt und möglichst objektiv in den Spiegel sehen. Es geht um Selbst(er)kenntnis, nicht Selbstdarstellung – noch nicht.

Im nächsten Schritt verlassen wir vorgefertigte Checklisten und richten den Blick auf unsere bisherigen beruflichen Erfolge. Es geht dabei um einzelne, in sich geschlossene Episoden, die sich in

einem kürzeren oder längeren Zeitraum abgespielt haben und die ein Highlight in unserem Berufsleben waren. In einem aktuellen Werbespot ist von „meiner ganz persönlichen Mondlandung“ die Rede – genau darum geht es.

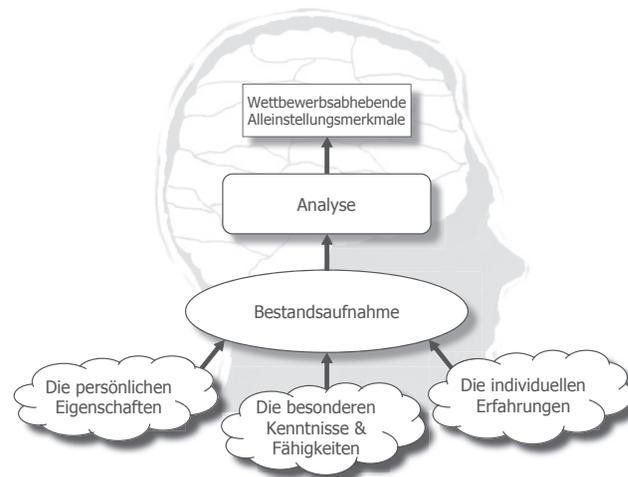
Beispielsweise erzählte mir eine Kollegin kürzlich von der massiven Reklamation eines Kunden, die sich als ungerechtfertigt herausstellte, weil die angeblich fehlenden Textteile ihr nicht zur Verfügung gestellt worden waren. Da es sich um Marketing-Unterlagen für eine kurz bevorstehende Messe handelte, bestand größter Termindruck. Durch geschicktes Umverteilen anderer Projekte gelang es dieser Kollegin, die restlichen Texte innerhalb von 24 Stunden zu übersetzen, und zwar unter Berechnung eines angemessenen Eilzuschlags. Darüber hinaus hat sich dieses Ereignis so positiv auf die Kundenbeziehung ausgewirkt, dass sie nun fast alle Übersetzungsaufträge dieses Unternehmens bekommt.

Wenn wir die sog. Retro-Result-Methode an diesem Beispiel einmal anwenden wollen, sind insgesamt vier Fragen zu beantworten: Worin bestand das Problem? Was habe ich gemacht, um das Problem zu lösen? Was war das Ergebnis? Welche meiner persönlichen Eigenschaften habe ich dafür eingesetzt?

Zunächst zum Problem: Offensichtlich ging es nicht nur darum, kurzfristig noch ein paar Seiten zu übersetzen. Vielmehr

Mehrwert durch Selbstwert

PPP – Das persönliche *Power Profile*® entsteht



© Angelika Lucke 2007. Alle Rechte vorbehalten.

Seite 1 / 12



bestand für den Auftraggeber die Gefahr, eine bestimmte Kundengruppe nicht über Produktneuheiten informieren zu können. Ein Teil des Messezwecks wäre also nicht erreicht worden. Das Hauptproblem war also, sicherzustellen, dass sich die bereits getätigten Investitionen für den Messeauftritt auch lohnen.

Aus einer Beanstandung wird eine engere Kundenbeziehung

Und was tat unsere Kollegin? Zunächst hat sie es geschafft, einen aufgebracht Kunden wieder in einen lösungsorientierten Dialog zu bringen. Sie hat sich des Problems angenommen, und sie hat die Chance erkannt, etwas Besonderes zu leisten, was von ihrem Auftraggeber auch so wahrgenommen wird. Sie hat organisatorisches Geschick bewiesen und sicher auch ein paar ungeplante Überstunden in Kauf genommen.

Das Ergebnis kann sich sehen lassen: Der Messeauftritt des Auftraggebers konnte wie geplant erfolgen, eine ausgezeichnete Kundenbeziehung ist entstanden.

Wenn Sie nun versuchen, anhand dieses Beispiels einige Eigenschaften aufzuzählen, die unsere Kollegin hier demonstriert hat, werden Sie erstaunt sein, wie lang die Liste wird.

Oft höre ich im Zusammenhang mit dieser Übung, dass das doch ganz alltägliche Situationen seien, die einfach zum Berufsalltag gehören. Nun, einerseits stimmt das nicht ganz, denn wir würden uns nicht so klar an diesen oder jenen speziellen Fall erinnern, wenn er alltäglich gewesen wäre; andererseits kommt es auch in Alltagssituationen darauf an, wie man mit ihnen umgeht, und da hat eben jeder seinen eigenen, ganz persönlichen Weg.

Da diese Übung erfahrungsgemäß als ziemlich schwierig empfunden wird, ist es wichtig, mit einem sehr kleinen und einfachen Beispiel anzufangen, um zunächst Sicherheit im Umgang mit der Methodik zu gewinnen, und erst danach komplexere Themen zu analysieren. Mit der Zeit macht es richtig Spaß, die eigenen kleineren und größeren Erfolgsgeschichten aufzuschreiben und die entsprechenden Eigenschaften und Stärken daraus abzuleiten. Wer bisher noch nicht neugierig auf sich selbst war, der wird es spätestens jetzt.

Die soeben beschriebenen Werkzeuge liefern die wesentlichen Eigenschaften, die uns im Berufsleben ausmachen, auf die wir bauen können. Ergänzen wir nun noch das, was wir durch Ausbildung und Erfahrung an Wissen und Können gesammelt haben, und fassen abschließend alles in möglichst einem einzigen kurzen Satz zusammen, so liegt unser persönliches „Power Profile“ fertig vor uns. Und was nun?

Die bisherigen Betrachtungen und Analysen haben durchaus ihren Selbstzweck. Es hat sich als hilfreich und motivierend erwiesen, das so entstandene Bild unserer eigenen Stärken quasi in der Schublade zu haben und wenigstens immer dann einen Blick darauf zu werfen, wenn das Selbstwertgefühl im Keller ist. Die Wirkung ist besser als ein aufmunterndes Schulterklopfen, denn wir bekommen vor Augen geführt, was wir wirklich gut können und auch schon unter Beweis gestellt haben.

Wie aber eingangs dargestellt, ist nun auch die Grundlage dafür geschaffen, sich sinnvoll und erfolgreich z.B. mit der Selbstvermarktung zu befassen. Anders als oben steht nun also die Selbstdarstellung im Mittelpunkt. Weil wir uns nun aber selbst sehr genau betrachtet und damit kennen gelernt haben, weil wir uns an konkrete Situationen erinnern, die unsere Stärken auch belegen, ruht die Selbstdarstellung auf einem sicheren und festen Fundament.

Zusammenfassung

Die Gewinnung neuer Kunden, ein maßgeschneidertes Marketing oder das erfolgreiche Führen von Preisverhandlungen gehören zu den wichtigsten, aber auch schwierigsten Aufgaben im Berufsleben des Selbständigen. Diese können umso besser und souveräner bewältigt werden, je klarer Selbstwert und Selbstwertgefühl ausgeprägt sind. Bewährte Methoden helfen dem Leser, sich selbst ein klares Bild von seinen eigenen Stärken, Eigenschaften, Fähigkeiten und Erfahrungen zu machen und daraus sein persönliches „Power Profile“ abzuleiten. Dieses dient als Erfolgsgrundlage, stärkt das Selbstwertgefühl und motiviert und stabilisiert in kritischen Situationen.

Die Autorin bietet Seminare zu diesem Thema an, z. B. am 20.10.2007 in München.



Angelika Lucke

geb. 1962, ist Übersetzerin und Dolmetscherin (IEA Erlangen) und studierte Betriebswirtschaft in Nürnberg. Zwanzig Jahre Berufserfahrung in der Industrie mit Personal- und Umsatzverantwortung, seit 4 Jahren selbständig als technische Übersetzerin und Personalberaterin. Durch Zusammenbringen der Erfahrungen aus diesen Bereichen sowie durch Impulse aus ihrer Vorstandsarbeit im BDÜ-LV Bayern wurden die ersten Gedanken zu diesem Artikel sowie das Konzept für das Seminar zum gleichen Thema angestoßen.

KUCHEM KONFERENZ TECHNIK

EVENTS
PRÄSENTATIONEN
TAGUNGEN
KONFERENZEN



www.kuchem.com

Vermietung

Systemintegration

Verkauf

Kontakt Bonn
Fon (02223) 2996-0
Fax (02223) 2996-29
info@kuchem.com

Kontakt Berlin
Fon (030) 28045-170
Fax (030) 28045-172
berlin@kuchem.com

Kontakt Köln
Fon (0221) 29739-14
Fax (0221) 29739-15
koeln@kuchem.com

Ab sofort bei Kuchem:
Bosch DCN Next Generation

