

IMAGE?



04



Matschnig

COACHING ZONE ► **MUTTER TERESA HATTE ES.** Nicht minder ausgeprägt ist es bei Angelina Jolie. Die Vogue-Chefredakteurin Anna Wintour und Barack Obama haben es so und so: Sie besitzen Ausstrahlung – oder Charisma. Es handelt sich um unterschiedlichste Persönlichkeitstypen, die Wirkung erzeugen, jeder auf seine Art und Weise. Jeder mit einem eigenen Stil. Und mit überzeugenden persönlichen Auftritten, die – auch wenn es mal nicht so gut läuft – zeigen: Ich bin ich! Und ich bin von mir überzeugt! Das Wort Charisma kommt aus dem Griechischen und bedeutet „Gnadengabe“. Früher verstand man darunter von Gott gegebene Güter. Heute verbinden wir den Begriff vor allem mit Offenheit. Charismatische Menschen sind sich ihrer Selbst bewusst und haben eine gute Portion an Selbsterfahrung. Sie lieben den Umgang mit anderen Menschen, sind moti-

GEWINN!

Besondere Kennzeichen: keine? Was früher gewünscht war, kann heute die Karriere bremsen. Immer mehr Unternehmen suchen Nachwuchskräfte mit individuellem Profil. Für Young Professionals beginnt damit ein Balanceakt: Wie gelingt es mir, einen angemessenen Stil zu entwickeln, der zu mir passt und mir im Business hilft? Die Antwort fällt nicht leicht, aber die Suche danach lohnt sich. Denn ein gutes äußeres Erscheinungsbild ist ein guter Karrieremotor. Von André Boße

Kurzes Brainstorming: Drei Eigenschaften, die jeder Chef von seinen Nachwuchsführungskräften verlangt? Entscheidungsfreudigkeit, Authentizität, Individualität. Chefs suchen schließlich Typen mit Profil. Mit Stil. Denn solche Typen sind es, die das Image einer Firma positiv prägen können. Der blasse Mitläufer hat daher in einem Unternehmen ausgedient. Oder? Das dachte Rainer Wälde auch. Doch dann machte der Stilexperte und Gründer der Typ Akademie eine Beobachtung, die ihn stutzen ließ. „Ich wartete auf meinen ICE von Limburg nach Frankfurt“, erzählt er. „Weil ich Zeit hatte, schaute ich mir die Menschen genauer an, die mit mir auf den Zug warteten. Von 100 Leuten trugen 97 ein Standard-Business-outfit. Die Männer dunkle Anzüge, weiße Hemden, brave Krawatten. Die Frauen Kostüme ohne spannende Nuancen.“ Typen mit eigenem Stil? Fehlanzeige. Und zwar auch bei den vielen Young Professionals, die auf ihren Zug ins Büro warteten. Jetzt könnte man denken, dass diese Businessmenschen zwar äußerlich wie Pinguine wirken, aber im Beruf individuell und exzellent sind. Aber der Stilexperte bezweifelt das, denn er glaubt, dass zwischen der äußeren Erscheinung und der inneren Antriebskraft ein Zusammenhang besteht. „Einer wirklich starken Persönlichkeit gelingt es, die zwei Ebenen zu kombinieren.“

Wenn Wälde an seine eigenen Erfahrungen als Berufseinsteiger zurückdenkt, erinnert er sich an die Maxime: „Bloß nicht auffallen.“ Doch das ist heute anders. Unternehmen suchen gezielt nach Menschen, die sich etwas zutrauen. „Und da wäre ich als Chef doch skeptisch, wenn mein neuer Mitarbeiter es nicht hinbekommt, einen eigenen Stil zu leben und sich stattdessen im grauen Mainstream versteckt.“ Für den Autor vieler Bücher über Stil- und Persönlichkeitsfragen ist die Kleidung mehr als nur das äußere Gewand eines Menschen. „Sie ist ein wichtiger Indikator für die Antwort auf die Frage, ob ich es mit einem Menschen zu tun habe, der sich gefunden hat. Oder anders gesprochen: der eine Marke ist.“

Der Mensch als Marke – das klingt zunächst einmal negativ. Doch wenn man den Begriff Marke als eine Kopplung von Eigenschaften versteht, die zusammen ein einheitliches Ganzes ergeben, sieht die Sache anders aus. „Viele junge Menschen geben jedoch kein einheitliches Bild ab, sondern leben in zwei Welten“, analysiert Wälde. „Da ist auf der einen Seite der Feierabend auf der Skihütte und auf der anderen der Alltag im Büro.“ Nicht nur die Kleidung wechselt komplett, sondern auch die Sprache und der Umgangston. Wälde warnt: „Wer dauernd in zwei unterschiedlichen Identitäten lebt, findet als junger Mensch seinen ‚roten Faden‘ nicht.“ Doch der ist wichtig, wenn es um die Karriere geht. „Wer mit sich selbst im Einklang lebt und souverän auftritt, dem gönnt man etwas. Der erlebt einen sehr wichtigen Erfolgsfaktor: Gunst.“

viert, leidenschaftlich und verfügen über ein gutes Einfühlungsvermögen. „Ein jeder trägt eine produktive Einzigkeit in sich, als den Kern seines Wesens; und wenn er sich dieser Einzigkeit bewusst wird, erscheint um ihn ein fremdartiger Glanz, der des Ungewöhnlichen“, schrieb Friedrich Nietzsche. Doch es stellen sich Fragen: **▲ Wer bin ich, und wer will ich sein?** Wie finde ich meine Besonderheit? Was macht mich zufrieden? Um das zu erkennen, muss man vorerst eines: über sich selbst nachdenken. Eine richtige Herausforderung. Es ist eine der schwierigsten Aufgaben, ein „objektives“ Bild über sich selbst zu finden. Aber lassen Sie sich nicht entmutigen, das gehört dazu. Nur wenn Sie aus eigener Kraft diese Hürde schaffen, sind Sie auf dem richtigen Weg. Viele eifern Prominenten oder Vorbildern nach, übernehmen Verhaltensweisen oder Stilrichtungen, ja sogar Einstellungen. Doch an ihnen wirken diese nicht. Ihre Präsenz ist nur geliehen, sie verpufft wie eine Seifenblase in der Luft. Ausstrahlung kann man auch nicht wie ein neues Kostüm erwerben, noch kann man sie anlegen wie eine Schauspielerrolle. Sie kommt von innen heraus und muss sich selbst entfalten. Unsere Erfahrungen und das, was wir aus den Erfahrungen gelernt haben, formen unsere Individualität. Vorbilder sollen bis zu



Fotolia/Volodymyr Krasnyk

So lässt sich zum Beispiel das politische Karrierephänomen zu Guttenberg erklären: Während die Wähler ihm weiterhin jedes Amt zutrauen und kleinere oder größere Affären keine Auswirkung auf die Beliebtheit zu haben scheinen, hat sein Ministerkollege Guido Westerwelle schnell die „Gunst der Stunde“ verloren. „Zu Guttenberg hat seinen Stil gefunden und lebt ihn jederzeit souverän“, sagt Wälde zu dessen steiler Politkarriere. Westerwelle wirke dagegen mittlerweile alles andere als souverän. „Es scheint, als müsse er seine Rolle noch finden.“ Für Sven Müller, Geschäftsführer der Hamburger Imagepflege-Agentur People Branding Management, zeigt sich an diesem Beispiel, dass in der Politik oft nicht die Leistung zählt, sondern der Eindruck, den ein Politiker auf die Wähler macht. „Die Menschen wünschen sich in hohen Positionen starke charismatische Persönlichkeiten.“ Politiker, die neben ihren fachlichen Stärken ein gutes und nachhaltiges Image mitliefern können, haben seiner Meinung nach einen Vorsprung in der Wählergunst. Und das ist auch gut so, „schließlich geht es darum, die Menschen mitzunehmen und für die eigenen Themen zu begeistern“.

Imageberatung auch für Felix Magath

Genau das ist auch der Anspruch, den ein Unternehmen an seine jungen Führungskräfte stellt. Image ist also zwingend ein Karrierethema. Ein gutes Außenbild hebt vorhandene Stärken hervor. Es wirkt wie ein Motor für die eigenen Qualitäten. Doch nützt es nichts, wenn der Stil, der das Image prägt, nicht souverän gelebt wird. Denn dann ist er weder überzeugend noch nachhaltig. Sven Müller legt daher jedem Berufseinsteiger nahe, genauso wie ein Unternehmen oder ein Prominenter von Beginn an und zu jeder Zeit das eigene Image im Blick zu haben. „Der erste Eindruck ist wichtig, aber Auftreten und Reputation sind notwendige Wegbegleiter im gesamten Verlauf der Karriere“, sagt der Experte für Personal Branding, der in dieser Hinsicht beispielsweise Felix Magath berät. Müller empfiehlt Young Professionals eine gut dosierte Mischung aus gesundem Selbstbe-

wusstsein und der Kommunikation der eigenen Stärken, also der persönlichen Story. „Entscheidend ist eine gewisse Leichtigkeit. Die Authentizität ist von großer Bedeutung. Das Image muss stimmig sein“, sagt er und erklärt, was das bedeutet. „Der Bauch und der Kopf des Adressaten müssen der Story folgen können. Andernfalls hat der erste Eindruck keinen Bestand und die Enttäuschung ist hinterher umso größer.“

Wobei diese Story nicht zwingend eine Aneinanderreihung von Erfolgen sein muss. Vielleicht sogar nicht sein darf – denn nichts ist langweiliger als jemand, der immer gewinnt. „Attraktive Verlierer sind oft interessanter als langweilige Gewinner“, urteilt Sven Müller und denkt dabei zum Beispiel an die russische Tennisspielerin Anna Kournikova, die in ihrer Profikarriere nicht ein einziges Einzelturnier gewonnen hat und trotzdem jahrelang die besten Werbeverträge abschloss. Viele ihrer Kolleginnen haben härter trainiert, mehr gespielt und häufiger gewonnen. Doch die attraktive Blondine bot die bessere Geschichte – und hatte aus wirtschaftlicher Sicht den größeren Erfolg als ihre fleißigeren Kolleginnen. Reicht gutes Aussehen also alleine schon aus? „Es ist mit Sicherheit nicht hinderlich“, relativiert Müller – wobei es um mehr als erotische Ausstrahlung geht. „Sportliche Fitness steht beispielsweise für eine persönliche Dynamik und Durchhaltevermögen in Stresssituationen.“

Vorbild mit Stil: Ulrich Wickert

Auf die Frage, ob sich Young Professionals zu Beginn ihrer Karriere die Dienste einer Imageagentur sichern sollten, antwortet Müller, vorher sei Grundlagenarbeit notwendig, nämlich **die Suche und die Pflege eines eigenen Stils**. „Die Basis für alles, was danach kommt, sind starke Soft Skills, Sicherheit in den Umgangsformen sowie ein großer Einsatz und Wille, die Ziele zu erreichen.“ Ein Mentor kann diesen Prozess wertvoll unterstützen, sagt der Imageexperte; wenn man Glück hat, findet man diesen in der eigenen Firma. „Erst, wenn sich nachhaltige persönliche Erfolge eingestellt haben und sie sich eine gewisse Parkettsicherheit angeeignet haben, können sie auf imagefördernde Maßnahmen zurückgreifen, auch mit Hilfe Dritter“, so Müller, der bei Imagefragen warnt: „In diesem Prozess sollte der zweite Schritt nicht vor dem ersten gegangen werden.“ Dass die ersten Schritte zu einem eigenen und gleichzeitig angemessenen Stil holprig sein können, bestätigt Ulrich Wickert, der sich als ehemaliger „Mr. Tagesthemen“, Experte für Genießerfragen sowie Bestsellerautor ein ausgezeichnetes und nachhaltig gutes Image erarbeitet hat. Dabei fing Wickert eher verwegen an: „Als junger Mensch fand ich es ‚cool‘, mit vergammelten Jeans und langen, ungepflegten

Haaren ins Büro zu gehen. In diesem Look glaubte ich, meinen persönlichen Stil gefunden zu haben. Ein Stil, der natürlich die Chefs ärgerte. Das war auch der Sinn. Damals war ich zwar davon überzeugt, richtig zu handeln. Heute halte ich es für kindisch.“

Einen Stil, der nicht mehr unnötig provozierte, aber dennoch nicht austauschbar war, fand Wickert erst im Laufe eines längeren Prozesses. Seine Technik: beobachten und adaptieren. „Vorbilder haben einen Einfluss“, sagt er, „man lernt von dem Verhalten, vom ‚Stil‘ anderer Personen, die man achtet.“ Hilfreich waren zudem seine Erfahrungen im Ausland. „Ich habe in den USA und in Frankreich, aber auch bei Dreharbeiten in China gelernt, mehr Respekt vor anderen Menschen zu haben. Das bedeutet unter anderem auch, toleranter und höflicher mit seiner Umgebung umzugehen.“ Wickerts Rat an Young Professionals, die sich in Führungspositionen wiederfinden: der eigenen Vorbildfunktion gewiss werden. „Als ich lernte, dass ich als Fernsehjournalist selbst ein Vorbild geworden war, habe ich nicht nur meinen Kleiderstil, sondern auch den Umgang mit Interviewpartnern so geändert, dass ich dem jeweiligen Gegenüber den entsprechenden Respekt gezollt habe.“

Klingt alles anstrengend und nach harter Arbeit? Genau das darf es aber nicht sein. „Stil kann Spaß machen“, sagt Wickert. Wer seinen Stil dagegen als Pflicht betrachtet, macht zwar vielleicht oberflächlich alles richtig – scheitert aber auf der menschlichen Ebene. Wickert: „Man sollte sich vergegenwärtigen, dass guter Benimm nach Knigge nicht die Frage beinhaltet, ob man mit Messer oder Gabel richtig umgeht.“ Sein Buch trägt nicht umsonst den Titel ‚Über den Umgang mit Menschen‘. „Jeder Stil sollte daher getragen werden vom Respekt der Menschen untereinander. Wer Stil findet, pflegt und entwickelt, der wird dadurch zu einer Persönlichkeit. Und das macht stark.“

BERUFSTZIEL-
Imagetipps gibt es auch
auf Twitter:
<http://twitter.com/BerufSTziel>



Fotolia/Eric Isselé

einem gewissen Grad für Motivation sorgen. Doch das Streben nach dem Sein des anderen lässt uns auf Dauer scheitern. Immer ein Vorbild an unserer Seite – das ist der Tod der Individualität! Vorbilder animieren zur Nachahmung, und Nachgeahmtes führt auf lange Sicht zum Stillstand. Vor allem züchtet der permanente Blick auf das Vorbild aber Unzufriedenheit, da wir dem permanenten Vergleich ausgesetzt sind. Eine Kopie ist niemals so gut wie das Original. Und verabschieden Sie sich von dem Gedanken, dass Sie jedem gefallen können. Für junge Menschen kann ein Vorbild eine positive Triebfeder darstellen. Doch ich wünsche ihnen, dass sie ihre Vorbilder mit der Zeit loslassen und ihre „Freiheit“ finden, in der sie sich wohlfühlen. Also rate ich jedem Young Professional: Zwängen Sie sich nicht in ein Kostüm, das nicht passt, sondern erkennen Sie Ihren eigenen Stil. Und bedenken Sie: Es gibt kein Kostüm, das allen gefällt. **Leben Sie nicht für die anderen, sondern für sich.** Sie können sich nicht ein Leben lang verstellen. Diese Entscheidung bringt natürlich Konsequenzen mit sich. Doch ein Mensch mit Ecken und Kanten kann mehr bewegen als ein beliebig austauschbarer 08/15-Typ. Wägen Sie ab, ob der Gewinn der „Ausstrahlung“ sich für Sie lohnt. ◀