

Beruflich Profi oder Amateur?

Dirk Preußners

Beruflich Profi oder Amateur?

Was Sie als Ingenieur,
Naturwissenschaftler
oder Informatiker
über Ihren beruflichen Erfolg
wissen müssen

Dirk Preußners
Vertriebskompetenz für Ingenieure
Kaiserstraße 31
80801 München
www.preussners.de

ISBN 978-3-540-77423-5

e-ISBN 978-3-540-77424-2

DOI 10.1007/978-3-540-77424-2

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

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

© 2008 Springer-Verlag Berlin Heidelberg

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland vom 9. September 1965 in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtsgesetzes.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Herstellung: LE- \TeX Jelonek, Schmidt & Vöckler GbR, Leipzig

Einbandgestaltung: WMXDesign, Heidelberg

Gedruckt auf säurefreiem Papier

9 8 7 6 5 4 3 2 1

springer.com

Vorwort oder Warum Sie dieses Buch lesen sollten

Wenn Sie fachlich kompetent sind, Ihre Kompetenz jedoch nicht sichtbar machen, dann ist das so, als würden Sie als 5-Sterne-Koch in einer Imbiss-Bude Pommes und Currywurst zubereiten. Niemand könnte ahnen, welche hervorragenden Kochkünste Sie beherrschen. Gleiches gilt für Sie als Ingenieur, Naturwissenschaftler oder Informatiker: Bevor man Sie als kompetent wahrnimmt, müssen Sie erst einmal kompetent wirken.

Fast jeder hält sich in gewisser Weise fachlich für kompetent. Doch was muss man tun, um auch von anderen als fachlich kompetent eingestuft zu werden? Diese Frage wird umso wichtiger, je weniger man seinem Gegenüber bekannt ist. Welche Anhaltspunkte hat jemand, der Sie kennen lernt, um Ihre Kompetenz einschätzen zu können? Zunächst doch nur Ihr Erscheinungsbild und die wenigen Worte, die Sie bei Ihrer eigenen Vorstellung und in den ersten Sätzen des Gesprächs von sich geben. Genau darin liegt der Knackpunkt.

Insbesondere bei neuen Kontakten müssen Sie zunächst bis zu einem gewissen Punkt gelangen, ab dem Sie die Möglichkeit haben, Ihre Fachkompetenz unter Beweis zu stellen. Bis zu diesem Zeitpunkt werden ausschließlich Ihr Aussehen, Ihr Auftreten und das, womit Sie sich umgeben, als Maßstab für Ihre Kompetenz herhalten müssen. Das heißt, bevor jemand Ihre tatsächliche Fachkompetenz bewerten kann, schätzt er Sie nach der von Ihnen ausgestrahlten Fachkompetenz ein. Je fähiger Sie wirken, desto größer sind Ihre Chancen, Gehör zu finden, Ihre Fachkompetenz einsetzen zu können und letztlich Ihre Ziele zu erreichen.

Meistens werden nur ein oder zwei Anhaltspunkte Ihres Äußeren und Ihres ersten Auftretens ausgewählt, um Sie als kompetent oder inkompetent einzustufen – ob Ihnen das gefällt oder nicht. Tatsache ist, dass diese anfängliche Einschätzung den weiteren Verlauf der Beziehung entscheidend beeinflusst. Menschen, die sich sachkundig

und fähig darstellen, werden meist automatisch so behandelt, als ob sie ihre Kenntnisse und Fähigkeiten schon unter Beweis gestellt hätten. Sie werden tendenziell von vornherein als leistungsfähig, energiereich und professionell angesehen und ihnen werden häufig verantwortungsvollere Aufgaben übertragen als Personen, deren Kompetenz kaum oder gar nicht sichtbar wird.

Ich zeige Ihnen in diesem Buch, wie Sie Ihre vorhandene Fachkompetenz sichtbar oder noch sichtbarer als bisher machen können. Dieses Buch stellt keine wissenschaftliche Abhandlung dar. Es lädt nicht durch Uni-Gelehrtheit, sondern durch Praxis-Schläue dazu ein, zahlreiche Punkte, die zum Sichtbarmachen Ihrer Kenntnisse und Fähigkeiten beitragen, zu überdenken und Verbesserungen vorzunehmen.

Die nötige Kompetenz zu besitzen, ist die unabdingbare Voraussetzung für beruflichen Erfolg. Nur werden sich wahrscheinlich keine oder nur mäßige Erfolge einstellen, solange andere nicht wahrnehmen, dass Sie fachlich brillant sind. Sie können sich fachlich noch so stark weiterbilden und verbessern, wenn Sie dies nicht ausstrahlen vermögen, dann nutzt Ihnen das vermutlich wenig. Um Ihre Außenwirkung verändern zu können und eine überzeugende Ausstrahlung zu gewinnen, müssen Sie auch Ihre innere Einstellung überprüfen und gegebenenfalls anpassen.

Profis, die sich kontinuierlich erfolgreich weiterentwickeln, gleichen sich hinsichtlich ihrer inneren Einstellung, ihrer Denk- und Handlungsweisen und der Wirkung, die sie nach außen erzielen. „Die Gewinner erkennt man am Start, die Verlierer auch“, sagt der amerikanische Volksmund. Und ich bin der Meinung, dass das zutrifft. Die Art und Weise, wie Sie über *etwas* denken und wie Sie *etwas* tun, ist die Art und Weise, wie Sie über *alles* denken und wie Sie *alles* tun!

Es gibt bestimmte Regeln, die man befolgen sollte, um deutliche Erfolge zu erzielen. Diese Regeln sollten Sie kennen und beachten. Und Sie sollten wissen, was hinter diesen Regeln steckt, damit Sie sie im Business jederzeit anwenden können. Um diese Regeln geht es im vorliegenden Buch.

Dieses Buch richtet sich an alle Ingenieure, Naturwissenschaftler und Informatiker, die ihre Fachkompetenz gegenüber Kunden, Geschäftspartnern, Vorgesetzten, Mitarbeitern und Kollegen noch

sichtbarer machen wollen, um ihre beruflichen Ziele leichter und effizienter zu erreichen.

Sicherlich haben Sie bereits Bücher zu den Themen Erfolg, Karriere und Business-Etikette gelesen. Doch das Buch, das Sie jetzt in Händen halten, ist anders. Es besticht durch seine absolute Praxisnähe. Gespräche mit Fach- und Führungskräften aus der Industrie sowie mit Unternehmern und Freiberuflern über Situationen des alltäglichen Geschäftslebens haben zum Inhalt beigetragen. Dies sind wertvolle Erfahrungen und Erkenntnisse, die ich an Sie weitergebe. Zahlreiche Ideen und Anregungen, wie Sie Ihre Fachkompetenz verstärkt sichtbar machen und damit Ihren beruflichen Erfolg steigern können, liegen vor Ihnen. Hier geht es nicht um richtig oder falsch, sondern darum, was sich in der Praxis gezeigt und bewährt hat.

Lassen Sie Seite für Seite auf sich wirken. Wenn Sie durch dieses Buch auch nur einen förderlichen Denkanstoß erhalten, dann – so meine ich – hat sich das Lesen für Sie bereits gelohnt.

Im ersten Teil des Buches liefere ich Ihnen gute Gründe, sich detailliert mit der Frage auseinanderzusetzen, wie Kompetenz sichtbar gemacht werden kann. Im zweiten Teil beleuchte ich die Bedeutung der inneren Einstellung und der klaren Ausrichtung auf Ziele. Im dritten Teil bekommen Sie die Instrumente an die Hand, die Sie für die Umsetzung brauchen. Jeder der aufgeführten Faktoren gleicht einem Musikinstrument, in der Gesamtheit ergibt sich ein Orchester. Je virtuoser die Instrumente gespielt werden und je harmonischer sie aufeinander abgestimmt sind, desto größer der Wohlklang und desto begeisterter das Publikum.

Viele frische Ideen und gutes Gelingen wünscht Ihnen

München, im Februar 2008

Dirk Preußners

Anmerkung: Um das Lesen zu erleichtern, habe ich ein einheitliches grammatikalisches Geschlecht gewählt.

Inhaltsverzeichnis

Teil I Unsichtbares sichtbar machen	1
1 Kompetent zu sein, reicht nicht aus	3
1.1 Wie macht eine Banane ihre Kompetenz sichtbar? ...	3
1.2 Wie macht ein chinesisches Importauto seine Kompetenz sichtbar?	5
1.3 Wie machen Sie Ihre Kompetenz sichtbar?	5
1.4 Sie sind das Produkt	7
1.5 Es ist Ihre Entscheidung	8
1.6 Profi mit Profil	9
2 Was Sie ausstrahlen	11
2.1 Was denken Sie?	12
2.2 Gut fürs Image	13
2.3 Statussymbole: Schein oder Sein?	13
3 Ihr Weg nach oben	15
3.1 Unterschiedliche Reaktionen	15
3.1.1 Ihr Vorgesetzter	15
3.1.2 Ihre Kollegen	16
3.1.3 Ihre Mitarbeiter	16
3.1.4 Ihre Kunden und Geschäftspartner	17
3.1.5 Ihr Partner/Ihre Partnerin	17
3.2 Das rechte Maß	17
Teil II Ihre innere Einstellung	19
1 Ihre Erfolgshemmer: Bremsen lösen und in Fahrt kommen	21
1.1 Die richtige Nahrung für den Geist	22
1.2 Den Ärger beherrschen	23
1.3 Bescheidenheit ist eine Zier?	24
1.4 Der Ausweg aus dem Jammertal	25

2 Ihre Ausrichtung: Ohne Ziel kein Ankommen	26
2.1 Erfolg hat viele Gesichter.....	26
2.2 Ziele bestimmen.....	27
2.3 Balance halten.....	29
3 Ihr Können: Stärken stärken	31
3.1 Stimmt Ihr Kurs?.....	31
3.2 Die vier Garanten.....	34
3.2.1 Energie.....	34
3.2.2 Kommunikationsfähigkeit.....	34
3.3.3 Selbstbewusstsein.....	35
3.3.4 Kritikfähigkeit.....	35
4 Ihre einzigartigen Merkmale: Nutzen aufzeigen	36
5 Ihr Marktwert: Regie übernehmen	39
5.1 Investieren Sie weiter.....	39
5.2 Cappuccino ja, Weiterbildung nein.....	40
5.3 Werden Sie aktiv.....	41
6 Ihr Networking: Beziehungen knüpfen	42
6.1 Der Nutzen.....	42
6.2 Es müssen stets neue Kontakte hinzukommen.....	43
6.3 Wie Sie an neue Kontakte kommen.....	45
6.4 Werden Sie ein Networking-Profi.....	46
7 Ihre Haltung: Andere anerkennen und wertschätzen	47
7.1 Mangelnde Wertschätzung.....	47
7.2 Eine Statusfrage.....	48
7.3 Auf die Echtheit kommt es an.....	48
8 Ihre Misserfolge: Groß und stark werden	50
8.1 Es geht nicht ohne Misserfolge.....	50
8.2 Mut zum Risiko.....	51
8.3 Verantwortung übernehmen.....	51
Teil III Ihre äußere Wirkung	53
1 Ihr Körper: Vitalität zeigen	55
1.1 Körpermaße.....	55
1.2 Was zur Körperpflege gehört.....	56

2 Ihre Körpersprache: Nichts bleibt geheim	58
2.1 An der Körpersprache arbeiten	58
2.2 Stehen	59
2.3 Sitzen	60
2.4 Augenkontakt und Mimik	60
2.5 Gäste im Büro empfangen	61
3 Ihre Distanzzonen: Nähe durch Abstand	63
3.1 Die Distanzzonen	63
3.1.1 Intime Zone: unter 0,5 m	63
3.1.2 Persönliche Zone: ca. 0,5-1,5 m	64
3.1.3 Gesellschaftliche Zone: ca. 1,5-3 m	64
3.1.4 Öffentliche Zone: mehrere Meter	64
3.2 Der Umgang mit den Distanzzonen	64
4 Ihre Kleidung: Raupe oder Schmetterling	67
4.1 Sich kleiden für den Erfolg	67
4.2 Unverzeihliche Ausrutscher	68
4.3 Was Kleidung ausdrückt	69
4.4 Dresscode für Herren	70
4.5 Dresscode für Damen	73
4.6 Haben Sie alles getan?	74
5 Ihre Sprache: Klartext sprechen	76
5.1 Zu Ihrer Person passend	77
5.2 Akzent und Dialekt	78
5.3 Positive Verstärkung	78
5.4 Was Sie meiden sollten	79
5.5 Den nächsten Schritt festlegen	79
5.6 Weniger reden, mehr zuhören	80
5.7 Telefongespräche: Seien Sie ganz Ohr	81
5.8 Verhandlungen und Konflikte	82
6 Ihre Begrüßung: Sekundenschnell überzeugen	84
6.1 Mit dem gebührenden Respekt	84
6.2 Hektik ade	85
6.3 Ihre Werbebotschaft	86
7 Ihre Visitenkarte: Unentbehrlich für den Erstkontakt	88
7.1 Die Visitenkarte als Aushängeschild	88

7.2	Facility Manager statt Hausmeister	89
7.3	Titel und Grade	90
7.4	Übergaberitual	91
8	Ihr Small Talk: Den Gesprächseinstieg ebnen	93
8.1	Der Sinn des Small Talks	93
8.2	Themen, die überzeugen	94
9	Ihre Gesprächsführung: Gemeinsamkeiten betonen	96
9.1	Auf den Gesprächspartner eingehen	96
9.2	Den Horizont erweitern	97
10	Ihr Privates: Etwas von sich preisgeben	99
10.1	Schritt für Schritt	99
10.2	Ungefragt von sich erzählen	100
11	Ihre Einladungen: Sympathie schaffen	102
11.1	Sinn und Zweck einer Einladung	102
11.2	Worauf Sie achten sollten	103
12	Ihre Tischetikette: Die Regeln für Ihren Erfolg	105
12.1	Die Bedeutung der Sitzposition	106
12.2	Wenn Sie einladen	107
12.3	Hätten Sie es gewusst?	107
13	Ihre Geschenke: Einfallsreich auswählen	110
13.1	Warum etwas schenken?	110
13.2	Was schenken?	110
14	Ihr Auto: Mehr als Blech auf Rädern	112
	Großes Auto oder kleines Auto?	112
15	Ihre Uhr: Zeigt mehr als die Zeit	115
15.1	Bitte nur das Original	115
15.2	Welche Uhr ist geeignet?	116
16	Ihre Unterschrift: Schwungvoll überzeugen	117
	Was die Unterschrift aussagt	117
17	Ihre Aktentasche: Leder oder Leder	119
17.1	Was alles nicht geht	119

17.2	Professionalität zeigen.....	119
17.3	Für die Damen.....	120
18	Ihr Büro: Spiegelbild der Arbeitshaltung	121
18.1	Ordnung halten.....	121
18.2	Das Büro bewusst gestalten.....	122
18.3	Tür zu.....	123
18.4	Effizient telefonieren.....	124
19	Ihr Besprechungsraum: Aufräumen und aufmöbeln	126
19.1	Was es alles gibt.....	126
19.2	Änderungen herbeiführen.....	127
20	Ihr Umfeld: Top-Leute, Top-Chancen	129
20.1	Lust statt Frust.....	129
20.2	Die Guten ins Töpfchen, die Schlechten ins Kröpfchen	130
20.3	Unbedingt meiden: Verlierer und Super-Verlierer....	130
20.4	Geeignete Vorbilder.....	131
20.5	Das Wachstumsklima.....	132
20.6	Der Entwicklungsprozess.....	132
21	Ihre Eigen-PR: Bekanntheit zählt	134
	Vom Vortrag über den Artikel zum Buch.....	134
	Schlusswort: Ihr Sprung in die höhere Liga	136
	Literatur	139

Teil I

Unsichtbares sichtbar machen

1 Kompetent zu sein, reicht nicht aus

Was Sie erwartet:

- Kommunikation: Kompetenz nicht nur haben, sondern auch zeigen
- Zusammenhang: Eine Reihe von äußeren Faktoren lässt auf Fachkompetenz schließen
- Profilierung: Die Person als Marke
- Professionalität: Der Profi zeigt, was er kann

Sie können noch so viele Kenntnisse und Fähigkeiten haben. Erfolg wird nur demjenigen zuteil, der es versteht, diese auch sichtbar zu machen.

Wenn Sie jahrelang gearbeitet haben, um Ihre hohe fachliche Kompetenz zu erreichen und diese dann nicht sichtbar machen, so ist das, als wenn ein Pilot einen Jumbo-Jet auf 11.000 Meter Flughöhe bringt und dann die Triebwerke ausschaltet.

1.1

Wie macht eine Banane ihre Kompetenz sichtbar?

Die „Kompetenz“ einer Banane besteht – im übertragenen Sinne – aus Frische, Geschmack, Geruch, Konsistenz, Anteile an Ballaststoffen, Vitaminen, Mineralstoffen (Eisen, Kalium, Magnesium, Mangan). Was der Konsument allerdings von einer Banane zunächst nur wahrnimmt, ist ihr äußeres Erscheinungsbild. Von diesem Erscheinungsbild schließt er aufgrund seines Erfahrungswissens auf die oben genannten unsichtbaren Faktoren.

Die Banane in Bild 1.1 lässt auf falsche Lagerung schließen oder auf mangelnde Frische. Tatsache ist, dass wir davon ausgehen können, dass diese Banane „inkompetent“ ist, also nicht unseren Erwartungen entspricht.

Die Banane in Bild 1.2 sieht aus wie aus dem Bilderbuch. Hier übertragen wir das einwandfreie optische Erscheinungsbild auf die

„Kompetenz“ der Banane und kommen mit großer Wahrscheinlichkeit zu dem Schluss, dass diese Banane frisch, der Geschmack ausgeprägt, die Konsistenz optimal und der Anteil an Inhaltsstoffen ausgewogen ist.

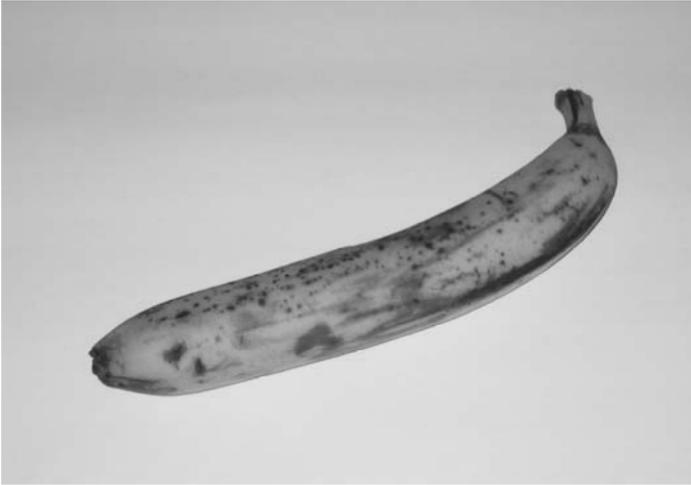


Bild 1.1 Eine Banane, die ihre Kompetenz nicht sichtbar macht



Bild 1.2 Eine Banane, die ihre Kompetenz sichtbar macht

1.2

Wie macht ein chinesisches Importauto seine Kompetenz sichtbar?

„Das Auto hier entspricht den neuesten technischen Entwicklungen“, sagt der Verkäufer und zeigt auf ein chinesisches Importauto.

Woran machen Sie als Kunde fest, ob es wirklich den technischen Entwicklungen entspricht, wie es der Verkäufer beteuert? Welche Äußerlichkeiten übertragen Sie auf das eigentliche Produkt Auto?

Vielleicht sind es: Die repräsentative Erscheinung des Autohauses, die Werbung, die Sie über dieses Fahrzeug gesehen haben, der Eindruck, den Sie vom Innenraum des Fahrzeugs haben, das professionelle Auftreten des Verkäufers, die fachkundigen Antworten des Verkäufers?

Wie dem auch sei. Eines steht fest: Sie werden das Fahrzeug nicht zerlegen, um den technischen Stand zu prüfen. Wenn Sie dieses Auto kaufen, so basiert Ihre Kaufentscheidung auf äußeren Merkmalen des Produkts und des Umfelds.

Hier einige Beispiele im Zusammenhang mit dem Kauf eines neuen Autos:

Merkmal	Sichtbarmachung von
Zuvorkommender Verkäufer	Kundenfreundlichkeit
Einwandfreie Kleidung des Verkäufers	Vertrauenswürdigkeit
Pünktlichkeit des Verkäufers	Wertschätzung
Getränke und Snacks	Großzügigkeit
Saubere Werkstatt	Professionalität
Referenzen/positive Äußerungen von Kunden	Risikominimierung

1.3

Wie machen Sie Ihre Kompetenz sichtbar?

Ein neuer Kunde, der einen Vertriebsmitarbeiter fachlich noch nicht beurteilen kann oder ein Personalchef, der einen Bewerber fachlich noch nicht einschätzen kann, überträgt das, was er von seinem Ge-