

Freudvoll Unternehmerin sein: Gutes Image braucht Selbst-Bewusstsein

Selbst-Bewusstsein stärken

Warum sind Sie mit Ihren Leistungen für bestimmte KundInnen die beste Wahl? Worin unterscheiden Sie sich von Ihren MitbewerberInnen? Und welchen Nutzen haben die KundInnen davon, dass Sie mit Ihren Leistungen etwas Besonderes bieten? Mal ehrlich: Würden Sie sich selbst - an Stelle Ihrer KundInnen - für Ihre eigenen Leistungspakete entscheiden?

Diese strategischen Fragen dienen dazu, das eigene Unternehmen mit den Augen der KundInnen wahrzunehmen. Das ist zentrale Voraussetzung für Ihren Erfolg, denn Ihr Gewinn entsteht durch Zahlungseingänge Ihrer KundInnen. KundInnen beurteilen aus ihrer Perspektive ihren Nutzen, die Qualität und damit den Wert Ihrer Leistungen. Sie prägen das Image Ihres Unternehmens.

Falle Bescheidenheit

Gefälligkeit, Hilfsbereitschaft und Bescheidenheit sind Tugenden, zu denen viele von uns erzogen wurden. Wenn frau aus ihrem Hobby, aus persönlichen Talenten und kreativen Ideen Business entwickeln möchte, muss sie die eigene Werteskala hinterfragen und zugunsten anderer Prinzipien der Professionalität zurechtrücken: Vielen kostet es Überwindung, die eigenen Leistungen selbstbewusst ins rechte Licht zu rücken. Frau muss schon über den eigenen Schatten springen, um Leistungspakete abzugrenzen und ein angemessenes Honorar einzufordern. Weit offen ist die eigene Denkfalle als geldgierig oder egoistisch zu gelten, wenn frau nicht nur die Qualität der Leistungen sondern auch den eigenen unternehmerischen Erfolg zielstrebig verfolgt.

„Das ist ja gar nichts Besonderes.“ „Das war ja ganz einfach.“ „Ich hab ja nur ...“ Viele Menschen haben es perfektioniert, ihre Leistung reflexartig runter zu spielen, wenn sie Wertschätzung für das von ihnen Geschaffene erfahren. Ist schon eine komische Geschichte, dass viele von uns so ausgehungert nach Anerkennung sind und sich dann so schwer tun, sie anzunehmen. Umgekehrt trifft uns die Kritik anderer sehr heftig. Und oft sind wir selbst unser strengsten Richter. Allzu gut haben wir kritische Autoritätspersonen verinnerlicht. Dass Menschen in ihrer Wesensart leider nicht perfekt sind, dafür können wir ja bei anderen durchaus Verständnis entwickeln. Dass das aber auch auf mich selbst zutrifft, ist schon eine harte Nuss! Studien zeigen eindeutig, dass sich vor allem Frauen tendenziell eher zur Bescheidenheit als zum Selbstbewusstsein neigen: In einem großen Unternehmen haben sich alle Führungskräfte einerseits selbst eingeschätzt und haben andererseits Feed-back von ihrem Umfeld bekommen. Während sich die Männer im Mittel um mehr als 10 % besser eingeschätzt haben als sie eingeschätzt wurden, war es bei den Frauen umgekehrt.

Erfolgreich in souveräner Leichtigkeit

Hartnäckig hält sich der Irrglaube, dass eine Leistung nur dann ein Erfolg ist, wenn sie schwer gefallen ist. Hart, fleißig, ernsthaft und aufopfernd zu arbeiten ist in vielen Köpfen nach wie vor die Anforderung an sich selbst. Doch verbissen erreicht man viel weniger. Das fördert den Tunnelblick und Stress. Spielerisch und humorvoll lassen sich Herausforderungen viel besser meistern. Wenn Dinge leicht von der Hand gehen, spricht das für die eigene Leistungsfähigkeit. „Lasst uns arbeiten wie Kinder spielen.“ ist ein lohnendes Motto, um leistungsstark und lebensfroh private und berufliche Verantwortungen zu tragen. Glück und Zufriedenheit, Spaß und Freude sind trainierbar – und die solide Basis für nachhaltigen Erfolg. Karl Böhm hat gemeint: „Glücklichsein ist ein

Maßanzug. Unglückliche Menschen sind jene, die den Maßanzug Anderer tragen wollen.“ Das gilt auch für Erfüllung und Erfolg.

Auf individuelle Stärken konzentrieren

Im Leistungssport konzentriert man sich zu 80 % auf das Stärken der Stärken. Schwächen finden dort nur dann Beachtung, wenn sie für den Erfolg kritisch sind. Ansonsten werden sie als Teil der individuellen Persönlichkeit akzeptiert. Als Grundsatz gilt „Mehr von dem tun, das sich bewährt hat“ und von daher werden Erfolge wesentlich gründlicher analysiert als Niederlagen. Es zahlt sich aus, sich immer wieder bewusst zu machen, was schon gelungen ist und welche Stärken diese (Teil-)Erfolge ermöglicht hat. Damit geht man gut gerüstet in die nächsten Herausforderungen. Schließlich ist das, was viele Frauen beruflich und privat meistern, dem Ausdauer- und Leistungssport absolut ebenbürtig.

Mit Freude erfolgreich sein

„Cinderella-Komplex“ nennt man in der Psychologie das Phänomen, dass viele Menschen nach wie vor häufig Angst davor haben, ihre eigenen Stärken und Erfolge zu zeigen. Vorsichtshalber machen sie sich dann klein und gefällig, um so dem traditionellen Klischee der Liebenswürdigkeit besser zu entsprechen. Weit offen stehen die „Nettigkeits- und Kumpelfalle“. Sie arbeiten intensiv und fleißig im Hintergrund und hoffen, dass sie an ihren Schuhen erkannt werden, um dann den gerechten Lohn für ihre Leistungen zu erhalten. Im realen Leben finden sich aber ganz schnell andere, die sich mit fremden Federn schmücken und dann den Erfolg der Frauen als den ihren verkaufen.

Daher ist es so wichtig, dass Menschen lernen, sich gerne in ihrer ganzen Größe aufzurichten, liebevoll ihren Selbstwert zu pflegen und (Teil-)Erfolge genüsslich zu feiern. Übrigens Arroganz und Präpotenz darf nicht mit Selbstbewusstsein verwechselt werden. Das sind andere Symptomformen der weit verbreiteten Krankheit des verletzten Selbstwertgefühls „so wie ich bin, bin ich nicht o.k.“ Selbstbewusst zu sein heißt, ein wertschätzend realistisches Bild von mir zu haben. Gesundes Selbst-Vertrauen „Ich werde das schaffen. Schließlich habe ich schon Vieles gemeistert und immer wieder gute Erfahrungen mir gemacht.“ ist die beste Voraussetzung, dass mir auch die KundInnen Vertrauen schenken und gibt mir die Kraft auch Durchhänger und Rückschläge zu überwinden.

Aus Erfolgen Kraft schöpfen

Auch hier steht eine Falle weit offen: Viele neigen dazu, Misserfolge sehr persönlich zu nehmen - als neuerlichen Beweis der schon immer angenommenen eigenen Unfähigkeit. Umgekehrt fällt es oft schwer, sich mit den Erfolgen zu identifizieren. Die Wurzeln des Erfolgs werden dann nach außen geschoben. „Da hab ich halt Glück gehabt.“ „Es war ein tolles Team.“ „Die Umstände waren günstig.“ Napoleon hat bei Beförderungen gerne diejenigen ausgewählt, die Glück haben. Er war davon überzeugt, dass diese viele Fähigkeiten mitbringen: Glückspilze schätzen Situationen umfassend ein, erkennen Chancen und meistern Risiken, sind gut vorbereitet und startklar, wenn sich Chancen bieten, sind vorausschauend und bringen sich damit nicht in missliche Situationen, in denen sie dann Pech hätten.

Klare Ziele und angestrebte (realistische!) Ergebnisse sind der Grundstoff wahrer und nachhaltiger Motivation: Nämlich das Bewusstsein, Sinnvolles zu bewirken und die Freude, Erfolge einzufahren! Legen Sie sich – so wie ich – einen „persönlichen Erntewagen“ an: Wann immer mir etwas gut gelungen ist oder ich positives KundInnen-Feed-back bekomme, freue ich mich darüber und stelle es in meine Sammlung. Aus meinen persönlichen erzielten Erfolgen ziehe ich an „grauen Tagen“

meine Kraft, um KundInnen aktiv unterstützen zu können! Daraus kann ich auch vieles lernen und weiterentwickeln. Es ist vernünftig, mehr von dem zu tun, das sich bewährt hat – und gleichzeitig bereit zu sein sich kontinuierlich weiter zu verbessern!

Als Unternehmerin Dienst-Leistungen erbringen

Das deutsche Wort Dienst-Leistung trifft den Nagel auf den Kopf: Einerseits geht es um Leistung, um Professionalität und Expertise. Das hat viel mit Kompetenz, Weiterbildung und Innovation sowie vor allem mit Selbst-Bewusstsein zu tun. Andererseits liegt die Wurzel des Erfolgs im Dienen: Bei allem Urheberstolz an den eigenen Produkten darf man nicht vergessen, dass sie nicht Selbstzweck haben sondern den Zweck, zur Zielerreichung, Problemlösung, Bedürfnisbefriedigung oder zur Freude und zum Genuss der KundInnen beitragen.

KundInnen sind kundig

„Der Köder muss dem Fisch schmecken und nicht dem Angler“, ist das zentrale Prinzip der KundInnen-Orientierung. Auch wenn Sie ExpertIn auf Ihrem Fachgebiet sind: Die KundInnen sind die Expertinnen für ihre Bedürfnisse, für ihre Werte und für den von ihnen wahrgenommenen Nutzen! Wertschätzung für die Sichtweise der KundInnen UND für die Sichtweise der eigenen Leistungen ist die Grundlage für nachhaltigen Erfolg. So wie ein Gegenstand fast immer im Grundriss anders aussieht als im Aufriss, gibt es auch für Ihre Leistungen neben Ihrem Selbst-Bild das genauso wichtige Fremd-Bild der KundInnen. Es braucht beides, um ein rundes Bild mit Tiefenschärfe zu bekommen! Gespräche fördern das gegenseitige Verständnis und eröffnen zusätzliche Perspektiven.

Der Nutzen ihrer Leistungen entsteht im Kopf ihrer KundInnen. Sie können KundInnen nicht wirklich von den Vorteilen überzeugen, schon gar nicht mit Nachdruck: denn Druck erzeugt Gegendruck und der wäre kontraproduktiv. Viel wirkungsvoller ist es, den KundInnen zuzuhören und zu verstehen, was ihre Wünsche sind. Fördern Sie durch interessierte Gesprächsführung und gezielte Fragestellungen, dass sich die Kundinnen selbst von den Vorzügen Ihres Unternehmens überzeugen können! Ihre Expertise und Kompetenz – fachlich und sozial – liefert dazu die Vertrauensbasis!

Hilfreich ist es, immer wieder die Sichtweise von Anderen einzunehmen: Andre Heller singt im Lied "Kumm ma mit kane Ausredn mehr" „I burg dir meine Aug'n, kannst amol aus mir auß' schau'n"



Mag.ª Monika Herbstrith
Geschäftsführendes Gesellschafterin von
Impuls & Wirkung - Herbstrith Management Consulting GmbH (www.impuls.at)
Certified Management Consultant, High Performance Coach
Trainer of the Year 2006 / 2009 / 2010 / 2011 / 2012
Excellence Award für herausragende Leistungen auf Konferenzen 2008
Autorin des Buches "leistungsstark & lebensfroh" - gem. mit Manfred Lappe

