

Die praktische Seite der Selbstvermarktung

Ingo Vogel schafft es mit seinem Buch „So verkaufen Sie sich richtig gut. Erfolgreich mit Selbst-PR“ sich von der Masse abzuheben.

„Wenn ein junger Mann ein Mädchen kennen lernt und ihr erzählt, was für ein großartiger Kerl er sei, so ist das Reklame. Wenn er ihr sagt, wie reizend sie aussehe, ist das Werbung. Wenn sie sich aber für ihn entscheidet, weil sie von anderen gehört hat, er sei ein feiner Kerl, so sind das Public Relations.“ Das soll der deutsche Unternehmer Alwin Münchmeyer einmal gesagt haben. Aber wie schaffe ich das? Wie mache ich gute Public Relations für mich? Eine Firma hat dafür eine eigene Abteilung oder engagiert eine Firma. Natürlich könnte ich mir auch eine Firma suchen und ihr sagen, sie soll eine PR-Kampagne für mich starten, aber wenn man an die Kosten denkt, wäre eine Investition von gut neun Euro sicher günstiger.

So viel kostet Ingo Vogels Buch „So verkaufen Sie sich richtig gut. Erfolgreich mit Selbst-PR“. Laut Klappentext ein Ratgeber, der ohne Umwege zum Ziel führt: Andere von sich zu begeistern und zu überzeugen, egal ob beim Bewerbungsgespräch, Gehaltsverhandlungen oder beim Flirt.

Der Autor ist namhafter Verkaufsrhetorik- und Power-Coach, unter anderem arbeitet er für DaimlerChrysler und Siemens. Er weiß wovon er redet, bzw. schreibt. Wie in einem Schulbuch versucht er den Leser in sieben Schritten (man könnte auch „Lektionen“ oder „Schulstunden“ sagen) für die erfolgreiche Selbstdarstellung fit zu machen. Vieles kennt man oder hat es zumindest schon oft gehört. Auch gibt es inzwischen schon eine Unmenge von Büchern über Selbstvermarktung, Auftreten und ähnliches. Warum sollte man also gerade dieses Buch kaufen?

Vogels Stärke liegt eindeutig in der Rhetorik. Was verständlich ist, wenn man weiß, dass laut ihm nur sieben Prozent eines Gesprächs der Inhalt macht – den Rest erledigen Körpersprache und Ausdruck. So vermittelt er einem die „Top-Unwörter“, aber auch die „Magic Words“ der Selbstvermarktung. Auch hilft er einem die richtigen Formulierungen („44 Power-Sprache-Formulierungen“) zu finden und richtig einzusetzen. Teilweise erinnert es an Arthur Schopenhauers „Eristische Dialektik. Die Kunst Recht zu behalten“.

Doch hilft er nicht nur dabei, möglichst nicht in eine Krise zu geraten, sondern gibt mit dem Kapitel „Sicher und souverän in der Krise“ auch Tipps, wie man aus einer

solchen wieder heraus kommt und sie wieder ins positive wendet. Ganze 222 „erfolgreiche Antworten auf typische Einwände“ hält das Buch parat.

Es ist einfach und leicht verständlich geschrieben und hebt sich gerade dadurch von so manchen Büchern aus diesem Bereich ab. Es ist keine wissenschaftliche Arbeit, zumindest nicht so präsentiert. Er verzichtet auf Theorien, sondern bringt „seinem Schüler“ die einzelnen Schritte mit vielen praktischen Erfahrungen näher. Sehr unterhaltsam, vor allem für Leute aus der „Handy-Generation“, ist die SMS-Übung. Mit der berühmten und oft benutzen „Short Message“ über das Handy zeigt er, wie man schnell und einfach seine persönliche Überzeugung aufbauen und rüberbringen kann.

Am Ende des Buchs folgen – wie es zu einer guten Schulveranstaltung gehört – einige Test zur „persönlichen Erfolgskontrolle“. Sie helfen einem noch einmal das Gelernte richtig anzuwenden und umzusetzen. Auch die Beispieldialoge zeigen auf, wie man es richtig macht.

Was etwas spärlich ausfällt ist die Rubrik „Literaturempfehlungen“, aber bei dem Überangebot an Selbstvermarktungsratgebern und –Büchern ist dieses Thema auch wirklich eher zu vernachlässigen.

Aber abgesehen von dem scheinbar vernachlässigten Hinweis auf weiterführende Literatur, werden die Erwartungen, die mit dem Klappentext geweckt wurden, erfüllt? Um sich Vogels einfachen und verständlichen Stil zu bedienen: Ja!

Vogel, Ingo: So verkaufen Sie sich richtig gut.
Erfolgreich mit Selbst-PR. Ullsteinverlag 2005.