

Kurier
22. April 2006

GASTKOMMENTAR

Leistungsschau oder Penetranz

PR-Beraterin Helga Tomaschik über den feinen Grat zwischen professioneller Präsentation und peinlicher Selbstdarstellung

Natürlich kennen Sie die peinlichen Typen, die jede Gelegenheit ergreifen, um sich selbst in strahlendes Eigenlob zu tauchen. Gnadenlos überziehen sie Gesprächspartner mit einem Monolog, der nur ein Thema kennt: Sich selbst und die eigenen Leistungen. In jeder Anekdote spielen die Selbstdarsteller die gloriose Hauptrolle.

Selbstvermarktung ist notwendig und jeder ist für sich selbst der beste Werbeträger. Eigene Leistungen zu beschreiben, gehört zum professionellen Verhalten. Menschen, die man kennen lernt, wollen wissen, mit wem sie es zu tun haben. Es ist nicht schlimm, wenn jemand aus Freude über einen gelungenen Coup an einem Abend die Geschichte mehrmals erzählt – vor wechselndem Publikum. Emotionen zu zeigen, macht sympathisch.

Der Unterschied zwischen professioneller Leistungsschau und anbietenden Selbstinszenierung liegt in der Penetranz. Selbstdarsteller sind an Gesprächen und vor allem am Gesprächspartner nicht interessiert. Einwände und Informationen, die von anderen kommen, werten sie lediglich als Pausenfüller. Notorische Selbstdarsteller gebärden sich als unfehlbare Zampanos, verkaufen jede ihrer Leistungen mehrfach, reklamieren den Erfolg von Teamarbeit grundsätzlich für sich und merken nicht einmal wie ihre Glaubwürdigkeit ins Bodenlose absinkt.

SELBSTEINSCHÄTZUNG Die Show, die sie tagsüber im Büro abziehen, wird auch abends beim Networking fortgeführt. Anders als Menschen mit realitätsnaher Selbsteinschätzung



BENEDIKT V. LOEBELL

wollen sie selbst im Small-Talk gewinnen. Da werden Gesprächspartner, die klassische Musik nicht ausstehen können, über die Kammermusik Beethovens belehrt oder Fußball-Verweigerer mit möglichen Match-Konstellationen der kommenden WM sekkert.

Wenn Sie auf ein solches fehlgeleitetes Exemplar der Leistungsgesellschaft treffen: Bewahren Sie die Nerven und suchen Sie sich so schnell wie möglich andere Gesprächspartner. Das Leben ist einfach zu kurz, um sich auch nur einen Abend langweilen zu lassen.

Helga Tomaschik ist geschäftsführende Gesellschafterin der PR-Agentur Lang & Tomaschik Communications und betreut Kunden wie Raiffeisen und AWD.