

Selbstmanagement:

## Gute Leistungen gut kommunizieren



(Bild: Andrey Popov – Fotolia)

**Spezialisten leisten Hervorragendes, tun sich jedoch meist schwer damit, ihre Leistungen anderen Menschen angemessen nahezubringen. Dabei in doppelter Hinsicht problematisch: Ihnen bleiben nicht selten verdiente Anerkennung versagt, Vorgesetzten und Kollegen gehen wichtige Informationen verloren.**

Gute Ergebnisse sprechen für sich. Davon gehen viele aus – nicht nur Fachleute wie Wissenschaftler und Ingenieure. De facto reichen gute Leistungen jedoch nicht. Neben rein fachspezifischen Qualifikationen spielt heute mehr denn je die Fähigkeit zur zielgerichteten Kommunikation eine wesentliche Rolle. Die Art der Verständigung gegenüber Vorgesetzten und Team kann darüber entscheiden, ob es auf der Karriereleiter rauf oder runter geht. Letztendlich braucht jede gute Leistung auch Mitarbeiter, die sie entsprechend gut verkaufen. Aber worauf kommt es dabei genau an? Wo liegt die Balance zwischen zu viel und zu wenig Kommunikation? Was sind die richtigen Transportmittel eines gesunden – aktiven wie auch passiven – Selbstmarketings? Hier einige wichtige Grundregeln:

### **E-Mails: Informieren Sie noch – oder kommunizieren Sie schon?**

Nicht selten gehen gerade Spezialisten und Führungskräfte davon aus, dass ein „sich gegenseitig auf dem Laufenden halten“ vollkommen ausreicht und quasi „von selbst“ funktioniert. Allerdings stellt das Klicken auf die Weiterleiten-Funktion im E-Mail-Programm noch keine Kommunikations-Maßnahme dar. Was macht eine Nachricht wirklich wertvoll? Dos und Don'ts in der beruflichen Kommunikation per E-Mail:

**1. Weniger ist mehr – schaffen Sie Übersicht.**

→ Nur ein Thema pro E-Mail: Vermeiden Sie es, mehrere Themen im Rahmen einer E-Mail-Nachricht zu kombinieren. Weitere Themen könnten als weniger relevant empfunden und vom Empfänger überlesen werden.

- Keine E-Mail länger als eine halbe Seite: Zu lange E-Mails erzeugen unnötigen Druck und schrecken ab. Beschränken Sie sich auf die wesentlichen Inhalte Ihrer Botschaft.
- Schreiben Sie lesefreundlich: Lange, durchgängige Fließtexte wirken leseunfreundlich. Deutlich konzentrationsfördernder sind Texte, die durch regelmäßige Absätze unterbrochen sind. Aufzählungszeichen, Zwischenüberschriften etc. sorgen für Struktur und Übersicht.

### **2. Worum geht es?**

Schaffen Sie die Möglichkeit klarer Zuordnung: Formulieren Sie Betreffzeilen kurz, möglichst präzise und zutreffend, z.B. „Aktualisierte Budgetzahlen Projekt XY“, „Info bzgl. neuem Lieferanten“, „Zwischenstand Verhandlung mit XY“, „Neue Ergebnisse Test: 45 RTG“ o.ä.

### **3. An wen und warum? Der richtige Umgang mit An & CC**

- Als direkte Empfänger sollten nur Ansprechpartner berücksichtigt werden, die tatsächlich aktiv mit den Inhalten Ihrer Nachrichten umgehen sollen. Formulieren Sie hierbei Arbeitsaufträge oder Handlungsempfehlungen konkret.
- Als CC-Empfänger sollten Kollegen, die über Sachstände informiert werden sollen, berücksichtigt werden.
- Vermeiden Sie die Verwendung der BCC-Funktion. Das „blinde“ Einkopieren geheimer Mitleser kann intrigant wirken.

### **4. Der große Verteiler? Besser nicht!**

Vermeiden Sie allzu große Verteiler nach dem Motto „An meinen Chef & Verteiler Central Western Europe in CC“. Faustregel: Sind mehr als zehn Ansprechpartner relevant, sollte ggf. ein Meeting oder ein Conference Call einberufen werden.

### **5. Informieren oder kommunizieren? Nachrichten gehaltvoller machen**

- Vermeiden Sie das bloße Weiterleiten von Nachrichten.
- Ziehen Sie Essenzen aus den mitgeschickten Anhängen und Links, erstellen Sie kurze Zusammenfassungen der Inhalte. Weisen Sie explizit auf Besonderheiten hin, formulieren Sie auch hierzu konkrete Handlungsempfehlungen oder Arbeitsanweisungen, z.B. „Liebe Kollegen, im beiliegenden PDF finden Sie die

neuesten Testergebnisse. Folgende Besonderheiten sind aufgefallen: 1,2,3,... Ich möchte die Kollegen der Abteilung ABC bitten, bis xx.yy.zz Lösungsvorschläge zu den Fehlern D und G zu erarbeiten..."

**Persönliche Kommunikation:  
Kein Meeting ohne Ergebnisse**

Nicht selten sind Besprechungen ein Paradebeispiel für das Scheitern beruflicher Kommunikation. Denn im Vorfeld – und in der Nachbereitung – fehlt es meist an Konsequenz und Vorbereitung. Hier zwei Grundregeln für Meetings:

**1. Ohne Agenda und Timing geht es nicht.**

Ohne vorgegebenen thematischen und zeitlichen Rahmen ufern Besprechungen leicht aus. Beispiel: 09:00 Uhr: Testergebnisse, 09:30 Uhr: Budgetfixing, 10:00: nächste Schritte.

**2. Protokolle führen.**

→ Teamleiter sollten zu jeder Besprechung ein Protokoll führen bzw. führen lassen. Denn: Eindeutige Verantwortlichkeiten, Zeitschienen und Leistungsbezüge wirken häufig wahre Wunder und führen zu mehr Aufmerksamkeit und Anerkennung für hervorragende Leistungen.

→ Für alle Meeting-Teilnehmer gilt: Eigene Notizen machen! Nur so können Sie ggf. später das Protokoll des Sitzungsleiters ergänzen oder korrigieren. Denn: Nur was im Protokoll steht, gilt als abgestimmt und anerkannt.

**Die Königsdisziplin:  
aktives Selbstmarketing**

Wer die Karriereleiter nach oben steigen möchte, sollte sich bewusst machen: Ein Chef kann nie alle Mitarbeiter gleichermaßen im Blick haben. „Reden ist Silber, schweigen ist Gold“ gilt also nicht für zeitgemäßes Projektmanagement. Im Gegenteil. Häufig fokussieren Vorgesetzte gerade diejenigen Mitarbeiter, deren Projekte Probleme aufweisen und im Gespräch sind. Also Achtung: Projekte mit „Läuft schon“-Charakter geraten schnell ins Hintertreffen der persönlichen Wahrnehmung des Chefs. Hier einige wichtige Hinweise für gelungenes, aktives Selbstmarketing:

**1. Die heimliche Karriere? Besser nicht!**

Suchen Sie das persönliche Gespräch mit dem Chef. Sprechen Sie unter vier

Augen offen Ihre Karriereziele, Vorstellungen und Wünsche an.

**2. Im Gespräch bleiben: regelmäßige Berichte**

Berichten Sie Ihrem Vorgesetzten unaufdringlich, aber regelmäßig über Ihre positiven Arbeitsergebnisse und Leistungen. Wählen Sie einmal pro Woche ein herausragendes Arbeitsergebnis und berichten Sie Ihrem Chef hierüber. Ggf. kann dies auch schriftlich erfolgen. Beantworten Sie hierbei die Fragestellungen: Worum geht es? Wie liefen die Projekte im Vorfeld? Welche Maßnahmen habe ich ergriffen? Welche Ergebnisse habe ich erzielt? Halten Sie Ihren Bericht möglichst knapp, aber aussagekräftig.

**Nicht zu unterschätzen:  
das passive Selbstmarketing**

„Tue Gutes und rede darüber“ ist eines der probaten Mittel zur aktiven Karriereplanung – nicht unterschätzt werden sollte jedoch auch, was andere über einen sagen. Zur aktiven Karriereplanung gehört daher auch passives Selbstmarketing und die Zielsetzung, möglichst konstruktiv und kooperativ mit Kollegen zusammen zu arbeiten. Empfehlungen für passives Selbstmarketing:

**1. Service am Kollegen**

Stellen Sie sich selbst die Frage: Was kann ich tun, damit meine Kollegen gerne mit mir zusammen arbeiten möchten? Stellen Sie Ihren Kollegen die Frage: Was braucht Ihr von mir, damit Ihr optimal arbeiten könnt?

**2. Kooperation mit den Kollegen**

Welche Informationen, welche Leistungen benötigt Ihr von mir? Wäre es ggf. sinnvoll, dass ich Euren Aufgabenbereich einsehe, damit ich besser verstehe, wie meine Ergebnisse von Euch weiterverarbeitet werden? *hs*



**Henryk Lüderitz**

beschreibt die Herausforderungen von jungen Fach- und Führungskräften aus eigener Erfahrung: Bis vor Kurzem war er selbst hoch gehandeltes Talent in verschiedenen Unternehmen, seit 2012 ist er als Trainer selbstständig. Er kennt die Alltagsprobleme von High Potentials und zeigt, wie sich geschickt mit ihnen umgehen lässt. Dazu nennt er viele Beispiele aus der Praxis, gibt konkrete Tipps und weckt Freude an Karriere, persönlicher Entwicklung und Führung.

[hl@luederitz.eu](mailto:hl@luederitz.eu)



sponsored by



**Elektronik-Studie  
DIN-Schienen-  
Netzgeräte 2015**

**Exklusive Befragung von Elektronik-Entwicklern und -Entscheidern zum Thema DIN-Schienen-Netzgeräte**

**42,4 % der Befragten sind Entwickler  
27,3 % der Befragten sind Applikations- bzw. Systemingenieure sowie Projektleiter**

**Die Studie liefert unter anderem detaillierte Informationen zu:**

- Anwendungsfelder der DIN-Schienen-Netzgeräte
- Anforderungen an DIN-Schienen-Netzgeräte von Versorgungs- und Lastseite
- Einschätzung von Entscheidungskriterien für den Kauf einer DIN-Schienen-Stromversorgung
- Einschätzung von technischen Kriterien sowie Standards/Zulassungen und Tests
- Bewertung von Produkt- und Serviceangebot von Herstellern und Distributoren
- Verfügbarkeit und Qualität von DIN-Schienen-Netzgeräten bei Herstellern und Distributoren
- Bewertung von Produkt- und Serviceangebot von Herstellern und Distributoren
- Inkl. fünf umfangreichen Experten-Interviews u.a. zu den Themen Marktentwicklung, Technologieführerschaft und Differenzierungsmerkmale

**Hier mehr erfahren und  
DIN-Schienen-Netzgeräte Studie 2015 bestellen:  
[www.elektroniknet.de/DIN-Schienen-Studie](http://www.elektroniknet.de/DIN-Schienen-Studie)**



WEKA FACHMEDIEN GmbH  
Richard-Reitzner-Allee 2 · 85540 Haar  
[www.weka-fachmedien.de](http://www.weka-fachmedien.de)  
+49 89 25556-1383  
✉ [swinkler@weka-fachmedien.de](mailto:swinkler@weka-fachmedien.de)  
[www.elektroniknet.de](http://www.elektroniknet.de)