Selbstdarstellung

Als ich mit Merkel essen war . . .

Namedropping ist eine Kunst. Ob in der Kaffeeküche oder in der Konferenz - wer auf einen bekannten Kopf verweist, kann sich Respekt verschaffen. Oder sich blamieren.

15.10.2008, von ANNA LOLL



○ töhnend schiebt der Münchner Banker beim Glockenbacher Italiener seinen Espresso von sich weg. Sein Arzt sei gut, aber jedes Mal kommentiere

Alle Wichtigen waren natürlich dabei

© KLIKK

dieser, wie er die eine oder andere Berühmtheit behandelt hätte: "Ständig lässt er so Sachen fallen: Na, als ich dem Ribery letztens eine Spritze gegeben habe, als ich den Ballack während des Endspiels genäht habe", erzählt der Bayer. Ihn interessiere aber nicht, was sein Doktor bei irgendwelchen Fußballspielern getan habe, sondern dass er seine Arbeit gut mache, schimpft der Patient. "Das geht einem wirklich auf die Nerven." Ein typischer Fall von Namedropping. Er selbst mache so etwas natürlich nicht, meint der Banker. Selbstverständlich nicht. Wer gibt auch schon gerne zu, dass er es nötig hat, sich

als besonders wichtig darzustellen? Tatsächlich tun wir es aber alle, immer wieder und in den unterschiedlichsten Momenten: das Nennen eines Namen, einer Beziehung oder eines Unternehmens. Meist mit dem bewussten oder

unbewussten Ziel, die eigene Position zu verbessern oder zu festigen. Oft ist dies notwendig und wird zum Beispiel in einer fachlichen Diskussion oder einem Vortrag sogar erwartet. "Wenn man argumentiert, braucht man Fakten und für die Fakten eine Quelle", sagt Peter H. Ditko, Gründer und Geschäftsführer der Deutschen Rednerschule. Dafür könne man eine Untersuchung, ein Medium oder eben einen Namen angeben. Je bekannter der Name sei, desto wichtiger und akzeptabler dann auch das Argument. "Das zeigt Sachkompetenz", sagt Ditko. Der Rhetorikberater kennt jedoch auch den Mechanismus der reinen Selbstdarstellung, für den Namedropping ebenso benutzt wird: Man beziehe sich auf einen anderen Menschen und hoffe, dass etwas von dessen Glanz auf einen abfalle. Im Positionierungsspiel um sozialen Status und Prestige eine altbekannte Strategie. Logik kommt gegen Gefühl Mehr zum Thema nicht an

Selbstdarstellen, aber richtig>

alles von mir>

logisches Argument komme gegen ein gefühltes Argument an, sagt Ditko. Durch

Selbstdarstellung im Internet: Ich zeige

die Nennung einer dritten Referenzperson und deren assoziierte Eigenschaften

Verstärkungstechnik.

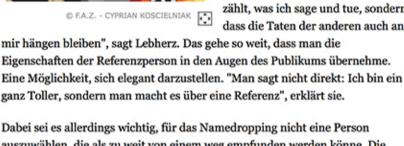
Dahinter steckt, dass das Gefühl am Ende den Verstand schlägt. Kein

Oft falle sie nicht auf, vorausgesetzt, der Anwender geht geschickt vor.

bediene man sich einer sehr sinnvollen, in der Rhetorik oft effektvoll genutzten Warum dies funktioniert, weiß Carmen Lebherz, Assistentin am

dass die Taten der anderen auch an

Psychologischen Institut der Universität Zürich, Lehrstuhl für Sozial- und Wirtschaftspsychologie. Sie forscht zu Namedropping. "Studien zeigen, dass nicht nur das zählt, was ich sage und tue, sondern



auszuwählen, die als zu weit von einem weg empfunden werden könne. Die Kategorie müsse stimmen, betont die Wissenschaftlerin. Professor und Nobelpreisträger passe zum Beispiel. Erzähle ein Berufseinsteiger aber von seinen regelmäßigen Kaffeegesprächen mit dem Vorstandschef, könne nicht nur Misstrauen zum Wahrheitsgehalt der Aussage aufkommen. Namedropping

doch vom Unternehmensoberhaupt entfernt ist. Der Bezug auf andere sei deshalb immer eine Gratwanderung, warnt Lebherz. Man müsse sich bewusst sein, dass die Technik kippen könne. Besser nicht mit fremden Federn Als Lügner entlarvt zu werden kann fatale Folgen haben. "Wenn man angibt, letztens mit der Bundeskanzlerin zum Essen gewesen zu sein, muss das auch der Wahrheit entsprechen", betont Ditko. Doch selbst wenn dies der Fall ist, sollte man sich immer noch gut überlegen, mit wessen Federn man sich schmückt. Hat man gestern noch erzählt, der Vorstandschef halte so viel von der eigenen Arbeitsweise, heute steht dieser aber leider unter Korruptionsverdacht - keine gute Sache für das eigene Image. "Am besten wählt man nur Persönlichkeiten, bei denen man sicher sein kann, das nichts passiert", sagt der Rhetoriker. Auch

wenn das ein schwieriges Unterfangen sei, gibt er zu. Risiko sei beim Namedropping immer dabei. Nur mit dem Papst könne man sich wohl recht

sicher wähnen, meint er augenzwinkernd.

könne bei zu großen sozialen Unterschieden an sich unliebsame Folgen haben. Denn unser Gehirn würde leicht einen Kontrast zwischen der genannten Person und einem selbst darstellen. Und dann wird deutlich, wie weit der Jungspund

Vor allem im Bewerbungsgespräch birgt der Bezug auf Dritte zwecks Selbstdarstellung Gefahren. In jedem Fall, wenn das Gesagte nicht richtig ist. Mit drei oder vier Anrufen habe sie ganz schnell geklärt, ob der Anwärter wie angegeben tatsächlich für jemanden in der ersten oder zweiten Ebene gearbeitet habe, sagt Kirsten Weisbender, Leiterin Talent Management bei der Commerzbank. Stimme die genannte Beziehung aber, sei es in der Vorstellungssituation oft sinnvoll, die vorherige Arbeitsbeziehung oder einen prestigeträchtigen Kunden zu nennen. "Ideal ist es dann, eine ganz konkrete Person als Referenz anzubieten", sagt Weisbender. Wenig bringe es dagegen, erzähle der Berufseinsteiger, bei welchem Professor er studiert habe - es sei denn, es handele sich wirklich um eine bekannte Koryphäe.

Wo man sozial steht oder wo man hin will In der Kantine oder beim Plausch im Gang aber wirkt intensives Namedropping auf Weisbender fast immer als Angeberei. "Als ob man ständig sagen müsse: Ich bin wichtig", meint sie. Wahrscheinlich sei das jedoch auch einfach eine Typensache. Man brauche Namedropping oder nicht. Meist habe das wohl mit Unsicherheit zu tun. Selbst wenn man Namedropping als Machtinstrument benutze, um seine eigene Position zu verstärken, beispielsweise wenn es um unternehmenspolitische Entscheidungen geht. "Da heißt es dann: Das habe ich schon mit dem und dem besprochen", sagt Weisbender. Es sei ein bisschen Hierarchie spielen: In ihrer Rolle bekämen es die Betroffenen nicht durch. Also bedienten sie sich einer Autorität, um sich durchzusetzen. Anders sei es allerdings quer über die Führungsetagen einer Branche hinweg. Da wäre

Namedropping eher als Klatsch und Tratsch zu verstehen, nach dem Motto: Wer macht was, wer hat einen neuen Job oder das Unternehmen gewechselt. Das hängt damit zusammen, dass nicht alles, was nach Namedropping aussieht, auch als solches gemeint ist. Ein völlig anderer Grund könne die Identität stiftende Wirkung sein, indem man einfach die Zugehörigkeit zu einer bestimmten Gruppe betone, berichtet Psychologin Lebherz. Egal ob es der Fanclub von FC Kaiserslautern oder die Vorstandsetage sei. Menschen, die sich oben angekommen wähnen, benutzen es aus einem anderen Grund. "Namedropping gibt an, wo man sozial steht oder wo man hin will", meint Peter H. Ditko. Ausgeprägte Persönlichkeiten können sich deswegen einer besonderen Art dieser Rhetorik bedienen: Altbundeskanzler Kohl und Strauß hätten sich als

Die Gunst des ersten Eindrucks nutzen Sei es beim Smalltalk in der Kaffeeküche, im Vorstellungsgespräch oder im Assessmentcenter bei der ersten Begegnung glaubt das Gegenüber fast alles. Psychologisch erwiesen prägt sich der

Namedropping im Büro will gelernt sein

Referenz immer selbst angegeben.

- erste Eindruck überdies besonders stark ein. Also lohnt es sich, sich hier in möglichst gutes Licht
- zu rücken. Auch mit Hilfe des Namedroppings. Wenn die anderen aber mehr über einen wissen, kann Namedropping schnell als Manipulation empfunden werden. Elegant vorgehen Namedropping ist die Kunst der indirekten Selbstdarstellung. Deswegen sollte man nicht zu proaktiv vorgehen, sondern eher versuchen, nach dem Namen gefragt zu werden. Zum Beispiel,

indem man ein Buch von einer Persönlichkeit, deren Eigenschaften man gerne mit sich

plötzlich in Ungnade. Das kann auch im Nachhinein unvorteilhaft auf einen zurückfallen.

ist, verliert dann seine Glaubwürdigkeit. Und die wiederherzustellen ist schwer.

redet.

verbunden sähe, zur Diskussion vorschlägt. Oder aber im Bewerbungsgespräch über seine Idole Sich eine bekannte und sichere Person aussuchen Sehr genau sollte man sich überlegen, in wessen Licht man sich sonnen möchte. Die genannte

Person oder das Unternehmen muss klar identifizierbare, positive Eigenschaften haben, die dem anderen sofort ohne weitere Erklärung einfallen. Risiko ist aber natürlich immer dabei. Das Gegenüber kann eventuell die genannte Person anders bewerten, oder die Referenzinstanz fällt

 Immer bei der Wahrheit bleiben Fremde Federn zum Schmuck sind erlaubt, aber sie müssen echt sein. Selbst wenn man noch so geschickt ist - die Arbeitswelt ist meist kleiner, als man denkt, und auch ein kleiner Schwindel fliegt schnell auf. Jemand, der sich über Namedropping größer gemacht hat, als er tatsächlich