

Bringen Sie Suspense in Ihr Selbstmarketing!

«Wir sitzen zusammen an einem Tisch und unterhalten uns. Unter dem Tisch befindet sich eine Bombe. Wenn die Bombe explodiert, ohne dass das Publikum es vorher wusste, ist das ein Schock – eine Überraschung. Wenn aber das Publikum weiss, dass unter dem Tisch eine Bombe ist und dass sie in fünf Minuten explodieren wird, dann entsteht Spannung. Das Publikum wünscht sich, dass Sie und ich den Tisch verlassen. Das ist Suspense.»

Peter Näf

So erklärte Alfred Hitchcock François Truffaut im Buch «Mr. Hitchcock, wie haben Sie das gemacht?», was Suspense bedeutet – und worin es sich von Surprise unterscheidet. Ein Gedanke, der sich auch auf Ihre Geschichten im Selbstmarketing übertragen lässt.

Warum es sich lohnt, im Bewerbungsgespräch auf die Frage «Stellen Sie sich bitte vor» umgekehrt chronologisch zu erzählen, habe ich im Artikel «Was bleibt eher haften - Anfang oder Schluss einer Erzählung?» bereits erläutert. Der Grund: Die Spannung fällt ab, wenn Sie den Höhepunkt – Ihre aktuelle Situation – erst am Ende schildern. Dann geht die Bombe hoch, wenn die Interviewenden gedanklich schon woanders sind.

Suspense vs. Surprise

Im Storytelling zur Illustration von persönlichen Stärken sind die Geschichten meist überschaubar. Sie können diese daher in gewohnter, chronologischer Reihenfolge erzählen – mit der Überraschung am Schluss, wie die Pointe bei einem Witz. Durch die Kürze der Geschichte können Sie den Spannungsbogen ohne Hilfskonstruktion halten – vorausgesetzt Sie erzählen sie interessant.

Manche Erfolgsgeschichten dauern allerdings länger – etwa wenn Sie ein Projekt schildern, das sich über Monate oder Jahre erstreckte.

Eine Kundin erzählt mir eine solche Geschichte: Sie baute bei einem Unternehmen eine Plattform für die Koordination internationaler Projekte auf. Das Projekt war technisch anspruchsvoll und organisatorisch komplex, da sie funktionsübergreifend über viele Länder hinweg Mitarbeitende dafür gewinnen und koordinieren musste.

Mehr Columbo als Tatort

Sie stiess auf zahlreiche Widerstände und schaffte es dank Verhandlungsgeschick, taktischem Gespür, Hartnäckigkeit sowie ihrem erstaunlichen Überblick, diese zu überwinden. Die Geschichte war zwar interessant, aber da wenig unmittelbar Dramatisches darin geschah, auch etwas lange.

Wie sie die Geschichte interessanter hätte erzählen können – entdeckte ich zufällig: Ganz beiläufig sagte Sie eines Tages im Zusammenhang mit dem Projekt: «Niemand hatte mich gebeten, eine Plattform zu entwickeln». Dieser Aspekt war für mich neu – und der perfekte Aufhänger für ihre Geschichte: Indem sie nach der Ausgangslage das Resultat schildert, weiss ich als Zuhörer mehr als die Protagonisten in der Geschichte – ganz wie bei Hitchcock. Das weckt die Neugier zu erfahren, wie sie auf diese Lösung gekommen ist und mit welchen Massnahmen sie ihr Ziel erreicht hat.

Es ist wie bei Inspektor Columbo in der gleichnamigen Krimi-Serie: Das Opfer ist tot, der Täter bekannt. Beim «Tatort» käme jetzt der Abspann. Aber bei «Columbo» fängt der Spass erst an: Wir beobachten den Detektiv dabei, wie er das Rätsel löst. Eine Dramaturgie, die über 67 Folgen und 30 Jahre hinweg wunderbar funktioniert hat.

#jobinterview #selbstmarketing #storytelling

Weitere Artikel zu Karrierethemen
finden Sie auf meiner Homepage
<https://karrierecoaching.ch/artikel/>

