

Selbstvermarktung ohne Ironie

Den Siegeszug des Marketings (allein des englischen Begriffs!) konnten die Älteren ja selbst verfolgen. Hier und heute gilt Marketing als Zauberformel: Mit Marketing kannst du alles verkaufen, alles!

Als Anfang der 70er Jahre Lehrbücher und Zeitschriften für Absatzwirtschaft oder Vertrieb in solche für Marketing umgetitelt wurden, wurde ich schon skeptisch. Seither werden die Begehrlichkeiten zum Kaufen und Konsumieren mit immer größerem Raffinement geweckt. Doch dem Skeptiker blieb nicht verborgen, dass die Marketing-Experten nicht nur die totale Vermarktung von Waren und Diensten betreiben, sondern dass sie es auch verstehen, sich selbst optimal zu verkaufen. Nicht ohne Ironie brachte ich für diese Kunst den Begriff „Selbstvermarktung“ ins Spiel.

Bei Hunderten von immer neuen Marketing-Varianten – City-Marketing, Guerilla-Marketing, Multi-Channel-Marketing usw. – kam es auf eine Variante mehr oder weniger auch nicht mehr an. Heute erfüllt es mich mit Stolz, dass mein Kunstwort auf fruchtbaren Boden gefallen ist. So bietet die Duisburger IHK am 25./26. September für nur 375 Euro ein Weiterbildungs-Seminar „Selbstmarketing“ an, „auch als inhouse-Training“. Also, ich brauch's nicht mehr. Ohne Ironie. **HOS**

(Der Autor Prof. Dr. Hans-Otto Schenk lehrte bis 2002 Handelsbetriebslehre an der Duisburger Uni).