

# Kopfsprung von der Theorie in die Praxis



Power in der Praxis:  
Simakom-Schulleiter Lex Ambühl  
und Silvana Leasi

Wie eine erfolgreiche ehemalige Studentin zur erfolgreichen Marketingfachfrau wurde: Die Luzernerin Silvana E.S. Leasi erzählt, weshalb sie als Akademikerin auch noch den Weg der berufsbegleitenden Weiterbildung beschritten hat. Und es dabei aufs allerhöchste Treppchen schaffte.

**E**igentlich wollte sie gar nicht hin. Immerhin war Silvana E.S. Leasi in der Nacht vor der Marketingfachleute-Diplomfeier erst gerade aus Rom zurückgekehrt, wo sie ihren 30. Geburtstag gefeiert hatte. Und das Gefühl, dass es ihr in der Prüfung ausserordentlich gut gelaufen, hatte sich bei ihr auch nicht eingestellt. Doch dann kam der Anruf von Lex Ambühl. Der Schulleiter der Luzerner SIMAKOM, wo sich Leasi auf die Prüfung vorbereitet hatte, wusste, dass eine oder einer seiner 34 Schüler an der Marketingfachleute-Prüfung ziemlich imposant abgeräumt hatte. Also rief Ambühl Leasi an:

«Du kommst doch auch an die Diplomfeier nach Interlaken, oder?» Da konnte Leasi nicht Nein sagen. Sie sollte es nicht bereuen.

## Ungewöhnlicher Weg

An jenem 25. Juni dieses Jahres war Leasi die grosse Abräumerin. Sie gewann den Swiss Marketing Award als beste aller 683 erfolgreichen Absolventen. Und das mit einer Durchschnittsnote von 5,5, was es so vorher noch nie gegeben hat. Ganz nebenbei heimste Leasi auch noch den Award im Fach Marketing mündlich ein. Diese Ballung an Leis-

tung ist ungewöhnlich. Noch ungewöhnlicher hingegen ist Leasis Werdegang: Vor ihrem Siegeszug als angehende Marketingfachfrau hatte die Luzernerin schon als Akademikerin reüssiert, sie absolvierte an der Uni Bern ein fünfjähriges Psychologie-Studium. Der Weg vom Lizentiat zum eidgenössischen Fachausweis - das ist auch für Schulleiter Ambühl komplett neu: «In der Geschichte unserer Schule, die bis 1999 zurückdatiert, sah ich so etwas noch nie.» Für einen geschickten Schachzug hält er es allemal: «Wie Silvana Leasi dem hochtheoretischen Studium eine Weiterbildung im prakti-

schon Umfeld hat folgen lassen, fasziniert mich. Ein hochintelligenter Move!»

Was war es, dass Leasi dazu bewegt hat, dem lic.phil. noch einen eidg. FA draufzusetzen? Eine neue Arbeitssituation, eine Empfehlung, eine Erfahrung - und ihr angeborener Drang, sich neuen Situationen auszusetzen und von ihnen zu profitieren: so könnte man es wohl im Telegrammstil zusammenfassen.

## Auf Augenhöhe kommunizieren

Was ein eidgenössischer Fachausweis wert ist, das weiss Leasi aus nächster Nähe: «Mein Bruder hat einen eidg. FA als Buchhalter, daher wusste ich um die Aussage dieses Papiers.» Und auch wenn für die Akademikerin selber zunächst nicht geplant war, einen solchen Ausweis zu erlangen, so wurde es nach dem Studium bei ihrer Anstellung als Beraterin beim Hergiswiler Marktforschungsunternehmen GfK doch zum Thema: «Mein Wechsel dort von der quantitativen zur qualitativen Marktforschung brachte vermehrten Kontakt mit Marketingleitern und CEO aller möglichen Branchen - von der Baubis hin zur Pharmabranche - mit sich. «Dabei merkte ich vermehrt, dass mir ein Marketing-Background fehlt». Leasi begann sich umzusehen nach einer Weiterbildung, die ihr hier weiterhelfen könnte. Ständigem wäre wohl ein Nachdip-

lomstudium gewesen, dass dann zu einem Master geführt hätte. Firmenintern allerdings riet man ihr zum Marketingfachleute-Fachausweis. Ein Rat, den sie - auch im Hinblick auf die guten Erfahrungen ihres Bruders - annahm. Ihr Eindruck heute: «Es war die richtige Wahl. Das Nachdiplomstudium wäre wieder Theorie pur gewesen, der Fachausweis hingegen ist viel mehr «down to earth». Es ist Praxis pur.»

Natürlich gab es da und dort auch kritische Stimmen zu ihrem unkonventionellen Weiterbildungsentscheid: «Setzt Du Dich jetzt wirklich mit den Assistenten in einen Klassenraum?» hat Leasi beispielsweise zu hören bekommen. Geschwätzt, das sie nicht schert. Denn jetzt, mit diesem Fachausweis im Rucksack, «kann ich mit unseren Ansprechpartnern wirklich auf Augenhöhe kommunizieren - das ist sehr viel wert in der täglichen Arbeit.» Ein alltägliches Tool wie ein Customer Relationship Management, oder kurz CRM - darüber kann Leasi nun aus dem Stand mitreden. Produktlebenszyklus? Eine bekannte Sache, let's talk about it.

## Doktorhut oder Marketingleiter?

Dass jemand nach der akademischen Ausbildung einen praxisnahen Lehrgang wählt, ist selten. Umso interessanter ist es, von einer solchen Person firsthand zu erfahren, was denn nun die Unterschiede sind zwischen Uni und Vorbereitung auf den Marketingfachleute-Fachausweis. Eine Differenz, sagt Leasi, liegt im Thema der Belastung: «Ich habe neben der Vorbereitungszeit an der SIMAKOM hundertprozentig weiter gearbeitet - das war schon eine Belastung neben der Schule.» Zwar habe sie auch wäh-

rend der Uni gearbeitet, dabei sei aber die Studierarbeit klar der «Hauptjob» gewesen. Zwar weiss Leasi, wie man verschiedene Tasks unter einen Hut bringen kann. Immerhin hat sie sich selber auf die Marketing-Zulassungsprüfung vorbereitet. Doch die Doppelbelastung - Job bei GfK in der Welt der Praxis, daneben die Marketingfachleute-Schulzeit im praxisnahen Raum - war ein Brocken: «Ich hatte quasi zwei Hauptjobs.»

Und doch würde Leasi diesen Weg auch anderen empfehlen, die von der Uni kommen und sich danach das praktische Rüstzeug aneignen wollen: «Es ist vom Zeit- und Finanzaufwand her eine gute Sache, es schaut ein anerkannter und wertvoller Abschluss raus und es verleiht neue Blickwinkel.» Würde sie einmal selber ein Team führen, sagt Leasi, «und hätte ich in diesem Team Leute von der Uni, dann würde ich diesen zur Marketingfachleute-Weiterbildung raten. Man versteht den Kunden danach noch besser und spricht seine Sprache.» Oder noch kürzer: «Vorher versteht man, wovon die Leute sprechen. Aber mit dem Fachausweis checkt man es dann auch richtig.»

Da fragt sich eigentlich nur noch, ob Leasi bei einer zusätzlichen Weiterbildung eher aufs akademische oder aufs praxisnahe Pferd setzen würde. Hier wird Schnelldenkerin Leasi, ansonsten immer rapidissimo zur Stelle mit einer wohl ausformulierten Antwort, erstmals etwas nachdenklich: «Es sind noch keine Wege vorgespurt», sagt sie, «aber wenn Marketing meine Hauptrichtung bleiben sollte, dann dürfte der Fall klar sein. Dann liegt mir der Marketingleiter sicher näher als der Doktorhut.»

Abgeräumt an der Marketingfachleute-Diplomfeier:  
Swiss-Marketing-Präsident Uwe Tännler mit  
Award-Gewinnerin Silvana Leasi



## TAKE IT LEASI

Was kann man lernen von einer frischgebackenen Marketingfachfrau, die die Prüfung derart furios bestanden hat? Silvana Leasi kann mit ein paar Tipps helfen. Wundermittel hat sie aber keine auf Lager: «Nichts machen funktioniert definitiv nicht.»

Als Neuropsychologin geht Silvana Leasi natürlich mit einem tiefen Hintergrundwissen ans Thema Wissensvermittlung und Wissens-Verinnerlichung heran: «Lernen ist trainierbar», sagt die Luzernerin, «gut lernen kann wirklich jede und jeder. Es geht einfach immer darum, mit einem guten Quantum an Wiederholung den Stoff zu verankern.» Das, sagt Leasi, stärke die Synapsen, bringt die Gehirnwindungen quasi so zum Glühen, dass gelesene oder gehörte Informationen zueinander passen und sich vernetzen. Dazu gehört natürlich die Disziplin, sich auch dann zum Lernen und Wiederholen hinzusetzen, wenn einem einmal nicht gerade danach zu Mute ist. Natürlich wohnt der Wiederholung ein etwas fades Element inne. Das muss man ertragen und dem Vorgang mit all seinen Redundanzen am besten die positiven Seiten - die stetige qualitative Vertiefung des Stoffes - abgewinnen. Was zum zweiten generellen Tipp führt: «Nie den Spass verlieren. Den Spass an der Weiterbildung, auch aber den Spass am Leben neben der Weiterbildung. Wer das ganze in einen Claim packen möchte, könnte zum Beispiel darauf kommen: Gutes Lernen ist wie ein Cocktail. Gemixt aus gleichen Teilen Wiederholung, Disziplin und Spass.»

Weil es ohne Arbeit leider noch keine und keiner zum Meister gebracht hat, hier noch drei Hinweise, wie man es zu Spitzenleistungen à la Leasi bringen kann:

- **Fallstudien lösen.** Aber nicht nur eine. Sondern noch eine. Und noch eine. Und noch einmal eine. Fallstudien sind das A + O der Prüfungen. Wer insbesondere die Methodik erkennt, hat schon einen grossen Schritt vorwärts gemacht.
- **Präsenz zeigen.** Theoretische Kenntnisse eignet man sich nicht nur mit Büffeln zu Hause, sondern vor allem auch in der Schule an. Clevere Schülerinnen und Schülern können sich mit konzentrierter Arbeitsweise an der Schule sogar einiges an Lernaufwand zu Hause einsparen.
- **Diszipliniert sein.** Auch wenn der Schädel mal brummen sollte nach einer nächtlichen Ausschweifung: Wenn man sich vorgenommen hat, am Sonntag Nachmittag drei Stunden hinzusetzen, dann sollte man das auch wirklich machen.