Auf ins Personal Branding: Wer sich zeigt, wird gesehen!

Ein Beitrag von Marlene Hartinger

MARKENENTWICKLUNG /// Personal Branding klingt im ersten Moment nach großer Marketingoffensive und XXL-Postern der Hauptstraße entlang. Doch das verfehlt, was eigentlich dahintersteckt. Anstelle von flacher Eigenwerbung mit Leuchtreklame und Megafon geht es um eine persönliche Verortung, fernab von Perfektion und oberflächlicher Retouche. Dass das Personal Branding für jeden von uns ein wichtiges Thema sein sollte – dafür plädiert die Berliner Unternehmerin, Moderatorin und Speakerin Tijen Onaran.

Ob Studierende, Fachkräfte jeglicher Couleur, Zahnärzte und/oder (dentale) Unternehmensgründer – für alle macht es Sinn, ihren persönlichen Kern nicht nur zu kennen, sondern ihn auch nach außen sichtbar zu machen. Und zwar in einer gezielt selbstbestimmten und damit überzeugenden und authentischen Art und Weise. In welchen Kontexten sich ein klares Personal Branding entfalten kann, skizziert Tijen Onaran in ihrem neuen Buch *Nur wer sichtbar ist, findet auch statt*. Anhand eigener Erfahrungen, praktischer Beispiele und zahlreicher Tipps wird klar: Die Kunst des Personal Brandings sollte jeder kennen und beherrschen, denn wir brauchen es heutzutage in vielerlei Kontexten.

Interesse geweckt? *Nur wer sichtbar ist, findet auch statt*, ist Ende 2020 im Goldmann Verlag erschienen und als Taschenbuch erhältlich.

Das bin ich!

Vereinfacht gesagt, vermittelt das Personal Branding anderen, wofür wir stehen, welche Themen und Standpunkte unsere sind, welche Kompetenzen und Ambitionen uns auszeichnen, welche Schnittstellen wir mit anderen Personen und Themen haben, kurz: Das Entwickeln einer klaren Personenmarke macht uns und unserem Gegenüber deutlich, was wir können, wollen und tun.

Personal Branding – Employer Branding – Business Branding

Im Kontext eines Praxisunternehmens kommt das Personal Branding gleich mehrfach zur Wirkung: Zum einen wird über die Personenmarke deutlich, was eine Zahnärztin oder einen Zahnarzt von anderen abhebt. Sowohl in der eigenen Persönlichkeit als auch in der fachlichen Expertise. Daraus entsteht ein klares Angebot, das andere sehen und auf das sie reagieren können – Mitarbeiter und Patienten können sich dazu positionieren, sich dafür oder auch dagegen entscheiden. Zum anderen fließt die Personenmarke direkt in die Wahrnehmung der Praxis mit ein und ist wesentlicher Teil einer Unternehmensmarke. Damit wirken hier drei Prozesse gleichzeitig: Die Personenmarke (Personal Branding) beeinflusst die Arbeitgebermarke (Employer Branding) und auch die Unternehmensmarke (Business Branding). Es lohnt sich also, ob zu Beginn der beruflichen Laufbahn oder zu einem späteren Zeitpunkt, diese Prozesse zu verstehen und aktiv zu gestalten.

Tijen Onaran ist Expertin auf dem Gebiet des Personal Branding. Sie hat zudem das Unternehmen Global Digital Women gegründet, das sich für mehr Sichtbarkeit und Empowerment von Frauen in der Digitalbranche einsetzt.

© Urban Zintel 2019

Interview

Frau Onaran, in Ihrem neuen Buch plädieren Sie für ein bewusstes Sichtbarmachen der eigenen Kompetenzen und fassen das unter dem Begriff des Personal Branding zusammen. Warum sollte sich jeder, beruflich wie privat, mit dem Personal Branding auseinandersetzen?

Sichtbarkeit schafft Unabhängigkeit. Wenn ich weiß, wofür ich stehe, weiß ich auch, wohin ich möchte. Ob es im Privaten oder Beruflichen ist: Sichtbarkeit beginnt mit der Frage: Was möchte ich im Leben erreichen und warum mache ich das (beruflich), was ich mache? Was ist mein Antrieb? Je besser ich diese Fragen für mich beantworte, desto leichter wird es mir fallen, sichtbar zu werden und für das einzustehen, was mir wichtig ist. Sichtbarkeit hilft auf so vielen Ebenen – ob es darum geht, sich beruflich zu verändern, sein Netzwerk zu erweitern oder auch zu verhandeln. Je klarer und sichtbarer meine Position ist, desto besser kann ich netzwerken. Ich kann noch so gut in meinem Job sein, wenn meine Leistung nicht sichtbar ist, weil ich das Gefühl habe, jemand muss „mich entdecken“, werde ich ewig warten.

„Einzigartigkeit ist kein Wettbewerb. Es gibt niemanden, der einzigartiger ist als du. Finde etwas, das dich von anderen unterscheidet, ohne dass es darum geht, besser zu sein.“

Nur wer sichtbar ist, findet auch statt

ANZEIGE

Sie drucken das. FotoDent® IBT

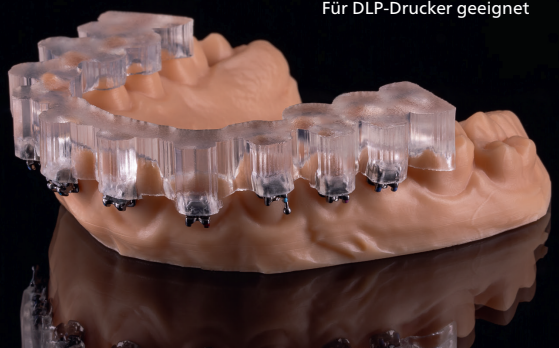
Dreve

Lichthärtender Kunststoff zur Herstellung von transparenten, kieferorthopädischen Übertragungsschienen mittels 385 nm-LED-basierter Stereolithographieverfahren. Überprüfung der korrekten Bracketpositionen jederzeit möglich – vor und nach dem Verkleben.

- Optimale Flexibilität
- Einfaches Entfernen
- Für alle gängigen Bracketsysteme

www.dentamid.dreve.de

FotoDent® IBT 385 nm
Für DLP-Drucker geeignet



Personal Branding = Selbstinszenierung? Eher nicht, wie Sie sagen! Worin liegt denn der Unterschied?
Bei Sichtbarkeit geht es nicht um Inszenierung, es geht um Positionierung. Wenn ich mich inszeniere, spiele ich eine Rolle. Wenn ich mich positioniere, habe ich mir vorher genau überlegt: Was sind meine Werte, was ist meine Haltung und wozu will ich eine Meinung teilen oder auch nicht? Gerade in Deutschland schwebt über dem Thema des Personal Branding das Damoklesschwert der Inszenierung, da wir es nicht gewohnt sind, dass Menschen sich exponieren. Es herrscht die Auffassung, dass Leistung und Sichtbarkeit sich ausschließen à la: Was macht die Person den ganzen Tag außer, zum Beispiel, auf Social Media aktiv zu sein. Dabei ist Kommunikation aktiver Bestandteil von Leistung. Nur, wenn ich darüber rede, was ich kann, werden andere Menschen auch auf die Idee kommen, mich um Rat zu fragen, meine Expertise einzuholen oder mir einen Job anzubieten.

„Eine gute Personenmarke beziehungsweise ein gutes Social Me ist geprägt von der Fähigkeit, Menschen zu ermutigen, aufzuklären und zu befähigen – Menschen folgen Menschen. Darum ist im beruflichen Kontext eine starke Personenmarke die Basis für gute Zusammenarbeit."

Nur wer sichtbar ist, findet auch statt

Ist das Personal Branding nur ein digitales Thema?
Personal Branding beginnt analog. Ich muss mir genau überlegen: Wer sind drei bis fünf Menschen, denen ich in Erinnerung bleiben sollte? Die Antwort dieser Frage hängt davon ab, welches Ziel ich mir für meine Sichtbarkeit vorgenommen habe. Mit diesen Menschen kann ich regelmäßig in Kontakt bleiben, sie auf dem Laufenden halten, *was* ich mache und *wie* ich es mache. Dabei geht es nicht darum, jeden Tag anzurufen, sondern von Zeit zu Zeit auch aktiv um Rat zu fragen, um sich in der eigenen Positionierung auch weiterzuentwickeln. Das Digitale ist der Kommunikationsweg. Mein Tipp: Fokus! Lieber auf **einem** Social-Media-Kanal unterwegs sein, Zeit investieren und gute Positionierung betreiben, als auf **jedem** zu sein und keinem gerecht zu werden.

Was verstehen Sie unter Employer Branding?
Bei dem Employer Branding geht es darum, das, wofür die Organisation oder das Unternehmen steht, glaubwürdig zu kommunizieren. Dazu gehört im Übrigen auch, Fehler einzugestehen. Gutes Employer Branding macht aus, dass ich als Unternehmen auch aufzeige, woran ich noch arbeite und was bisher noch nicht gelingt. Ein klares und gutes Personal Branding zahlt definitiv auch auf das Employer Branding ein. Gutes Employer Branding lebt davon, dass Mitarbeiter zu Botschaftern des Unternehmens werden. Sie stehen für die Vielfalt des Unternehmens und zeigen unverblümt und echt, wie es wirklich ist. Je mehr ich als Organisation also die Sichtbarkeit meiner Mitarbeiter unterstütze, desto glaubwürdigeres Employer Branding werde ich erzielen.

Wie sieht es mit dem Personal Branding für Praxisinhaber aus? Warum ist es so wichtig, auch im zahnärztlichen Kontext eine Marke zu sein?
Es gibt mittlerweile einige Zahnärztinnen und Zahnärzte, die sehr gute Positionierung auf Instagram betreiben. Sie schaffen damit eine direkte Verbindung zu ihren Kunden. Gerade über das Digitale erreichen sie eine Zielgruppe, die sie sonst nicht erreichen würden. Wie werde ich heute auf Zahnärzte aufmerksam? Ich frage mein Netzwerk nach Empfehlungen und recherchiere digital. Als Zahnärztin oder Zahnarzt muss es mir gelingen, bei meiner Zielgruppe schon vor dem Gedankengang des „Ich suche einen neuen Zahnarzt" in Erscheinung zu treten. Als potenzieller Neukunde werde ich das Profil, das mir empfohlen wurde, im Hinterkopf behalten und mich bei der nächsten Entscheidung an das erinnern, was positiv in meiner Erinnerung hängen blieb. Gerade, wenn es darum geht, Kunden zu erreichen, lebt das Branding von einer Empfehlungskultur!

Welche Rolle hat das Storytelling beim Personal und Employer Branding?
Wer, wenn nicht ich, kann meine eigene Geschichte am besten erzählen? Gerade dann, wenn ich beispielsweise gegründet habe, möchten meine Kunden, Kooperationspartner, aber auch Talente, die in meinem Unternehmen arbeiten möchten, die Vision und Mission meines Unternehmens von mir als Gründer hören. Es braucht Identifikation: mit Werten, Haltungen, aber auch mit Menschen. Menschen folgen Menschen, nicht Unternehmen. Das ist in Zeiten von digitaler Sichtbarkeit wichtiger denn je. Denn die Sichtbarkeit des Gründers zahlt auch immer auf die Sichtbarkeit des Unternehmens ein. Genau dazu braucht es gutes Storytelling: Ich muss in der Lage sein, meine Geschichte des Unternehmens, aber auch die Vision, so zu erzählen, dass Menschen wissen, wofür ich stehe und was ich mit meinem Unternehmen erreichen will.

BLUE SAFETY

Die Wasserexperten

#HYGIENEOFFENSIVE

„FÜR IHRE WASSER-HYGIENE IST UNS KEIN WEG ZU WEIT!

Ob Frankfurt, Hamburg, Berlin oder München – im Rahmen unseres SAFEWATER Full Service sorgen wir in Ihrer Praxis für hygienisch einwandfreies Wasser.

Keine Anfahrtskosten, keine Technikerstunden – alles inklusive.“

Lukas Niemeyer
Verkaufsaußendienst bei BLUE SAFETY

BIOFILME UND BAKTERIEN STOPPEN

FRÜHJAHRSPUTZ FÜR DIE WASSERWEGE.

Biofilmen den Kampf ansagen
und insgesamt bis zu
1.680 € RABATT sichern!*

**Angebot gültig bis zum 30.4.2021 für SAFEWATER Neukunden; 10 EUR Rabatt pro Monat auf den regulären Netto-Preis für Praxen mit bis zu 5 Dentaleinheiten bei einer Laufzeit von 84 Monaten, 15 EUR Rabatt pro Monat auf den regulären Preis für Praxen von 6 bis 10 Dentaleinheiten bei einer Laufzeit von 84 Monaten und 20 EUR pro Monat Rabatt auf den regulären Preis für Praxen mit mehr als 10 Dentaleinheiten bei einer Laufzeit von 84 Monaten. Weitere Informationen entnehmen Sie bitte dem Angebot.*

ZWP 3/21

Vereinbaren Sie Ihren **persönlichen, kostenfreien Beratungstermin:**

Fon **00800 88 55 22 88**
WhatsApp **0171 991 00 18**

www.**bluesafety.com**/Fruehling

Hinweis: Biozidprodukte vorsichtig verwenden. Vor Gebrauch stets Etikett und Produktinformationen lesen.