

PERSONAL BRANDING

Zeig, was du kannst und wofür du stehst!

LEKTÜRE-EMPFEHLUNG >>> 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, im Privaten wie Beruflichen – dafür plädiert die Berliner Unternehmerin, Moderatorin und Speakerin Tijen Onaran.

Ob Studierende, Fachkräfte jeglicher Couleur, junge 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 beherrschen, denn wir brauchen es heute mehr denn je und in fast allen Kontexten unseres Lebens.

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. Im Kontext eines Praxisunternehmens kommt das Personal Branding gleich mehrfach zur Wirkung: Zum einen wird über die Personenmarke deutlich, was den Praxisgründer von anderen abhebt. Sowohl in seiner Persönlichkeit als auch in seiner fachlichen Expertise. Daraus entsteht ein klares Angebot, für das sich Mitarbeiter und Patienten entscheiden können oder auch nicht. Zum anderen fließt die Personenmarke direkt in die Wahrnehmung der Praxis mit ein und ist wesentlicher Teil einer Unternehmensmarke. Es lohnt sich also, gerade zu Beginn der beruflichen Laufbahn, diese Prozesse zu verstehen und aktiv zu gestalten. <<<



Das neue Buch von Tijen Onaran bietet viele Hinweise und wichtige Dos und Don'ts für den Weg zum eigenen Personal Branding – daher füllen zahlreiche Post-its das Exemplar der Redaktion. Das Buch ist 2020 im Goldmann Verlag erschienen und ab sofort als Taschenbuch erhältlich.

Drei Fragen an TIJEN ONARAN

Frau Onaran, in Ihrem neuen Buch plädieren Sie für einen bewussten Umgang mit und das Sichtbarmachen der eigenen Kompetenzen und fassen das unter dem Begriff des Personal Branding zusammen. Warum sollte sich jeder von uns 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, kann sie auch nicht für mich sprechen.

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.

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. <<<

