

Das ABC zum Personal Branding

Ursprünglich als unnötiger Trend abgetan, ist Personal Branding heute für Bewerber, Fachkräfte und Freelancer unverzichtbar. Das Prinzip ist dabei keineswegs neu - Menschen haben sich immer schon im bestmöglichen Licht präsentiert - doch die Kommunikationskanäle und Möglichkeiten haben sich in den letzten Jahren deutlich erweitert und die Anforderungen sind gewachsen.

In unserem ABC zum Personal Branding fassen wir die wichtigsten Aspekte für Bewerber, Arbeitnehmer und Freelancer zusammen. Alle Punkte sollten bei Ihrer Kommunikation und Ihrer Strategie eine Rolle spielen. Die Gewichtung fällt jedoch von Person zu Person unterschiedlich aus.

Daher gilt: Gehen Sie das ABC Punkt für Punkt durch und machen Sie sich klar, welche Bedeutung der konkrete Aspekt für Sie hat. Sollten Ihnen dabei Punkte einfallen, die in unserem ABC fehlen, freuen wir uns über Ihre Ergänzung in den Kommentaren. So viel sei noch gesagt: „Authentisch“ finden Sie ganz bewusst nicht als Begriff in unserem ABC. Bei allen Punkten setzen wir voraus, dass Sie ehrlich kommunizieren und sich Ihren Fans und Kontaktpartnern gegenüber nicht verstellen...

Anpassung

Dieser Punkt scheint dem Grundsatz einer authentischen und ehrlichen Kommunikation im ersten Augenblick zu widersprechen. Bei genauerem Hinsehen ist das jedoch nicht der Fall. Anpassung bedeutet lediglich, dass Sie Ihren Stil und Ihre Formulierungen an Ihre Gesprächspartner anpassen. Ihre Haltung und Meinung verändert sich dadurch nicht. Missverständnisse lassen sich durch eine angepasste und zielgerichtete Kommunikation jedoch vermeiden.

Bauchentscheidung

Strategie und Planung sind für den Aufbau Ihrer Eigenmarke wichtige Grundlagen. Geht es jedoch um konkrete - und teilweise auch spontane - Entscheidungen, sollten Sie auch auf Ihren Bauch oder Ihre Intuition hören. So gut eine Gelegenheit auch aussehen mag: Wenn Sie dabei ein schlechtes Gefühl haben und der neue Weg nicht zu Ihnen passt, sollten Sie sich davon fernhalten.

Chance

Reichweite und Reputation hängen eng mit der Vernetzung und den Kontakten einer Person zusammen. Manche Kontakte lassen sich strategisch und geplant herstellen, andere kommen scheinbar durch Zufall zustande. Was nach Zufall aussieht ist bei näherer Betrachtung oft jedoch eine Chance, die es zu nutzen gilt. Nur wer spontan reagiert, kann solche Chancen auch ergreifen.

Das ABC zum Personal Branding

Dankbarkeit

Es mag altmodisch klingen, doch wer sein Netzwerk nachhaltig festigen und seine Reputation stärken will, sollte dankbar sein. Diese Dankbarkeit kann sich in Dankesnoten oder Gefälligkeiten für Netzwerkpartner, kleinen Geschenken oder der Vermittlung von Kontakten ausdrücken. Begehen Sie jedoch nicht den Fehler, Dankbarkeit mit Verpflichtung zu verwechseln. Nur weil Sie jemanden dankbar sind, sind Sie ihm noch lange nichts schuldig.

Eigeninitiative

Sicher, manche Chancen ergeben sich ohne Ihr Zutun. Solche Konstellationen sind wichtig, doch verlassen sollten Sie sich nicht darauf. Zeigen Sie daher Eigeninitiative und nehmen Sie von sich aus Kontakt zu potentiellen Netzwerkpartnern auf. Fallen Sie dabei jedoch nicht mit der Tür ins Haus, sondern lassen Sie es langsam angehen.

Fortbildung

Ihre Reputation basiert im Grunde auf Ihrer Kompetenz und Ihren Fähigkeiten. Um diese auf dem aktuellen Stand zu halten, ist kontinuierliche Fortbildung unverzichtbar. Sehen Sie Ihr Engagement in diesem Bereich als direkte Investition in Ihre Reputation und Eigenmarke.

Geben

Eine Grundregel des Netzwerkers lautet: Willst Du erhalten, gebe zuerst. Vor allem zu Beginn einer Beziehung oder eines Kontakts sollten Sie Ihrem Netzwerkpartner Mehrwert bieten. Dieses Verhalten sollten Sie zwar über die gesamte Beziehung beibehalten, am wichtigsten ist es jedoch zu Beginn des Kontakts.

Höflichkeit

Diese Punkt ist zwar naheliegend, wird aber oft ignoriert: Gehen Sie höflich mit Menschen um, können Sie auch auf höfliche Reaktionen hoffen. Eine Garantie für einen höflichen Umgang ist das zwar nicht, doch andere werden Ihr höfliches Verhalten - auch gegenüber unhöflichen Menschen - wahrnehmen und Ihnen hoch anrechnen.

Inspiration

Inspiration ist im Kontext des Personal Brandings eine Medaille ein zweischneidiges Schwert. Einerseits können und sollten Sie die Arbeit und Kommunikation anderer Fachkräfte und Bewerber als Inspiration für sich nutzen. Andererseits sollten Sie sich darum bemühen, mit Ihren eigenen Beiträgen andere zu inspirieren und positiv zu beeinflussen.

Das ABC zum Personal Branding

Jahresplan

Viele Bewerber, Arbeitnehmer und Freelancer legen ihre Strategie und Pläne für drei bis sechs Monate aus. Netzwerkarbeiter und Reputationsaufbau benötigen jedoch Zeit, daher ist es deutlich sinnvoller, den Aufbau Ihrer Eigenmarke auf ein Jahr anzulegen. Selbst wenn Sie diese Zeit später nicht benötigen sollten, kann die langfristige Perspektive Ihnen dabei helfen, alle relevanten Aspekte zu bedenken und vorzubereiten.

Konstanz

Euphorie und Begeisterung sind für eine überzeugende Kommunikation wichtig, haben jedoch einen entscheidenden Nachteil: Sie sind von kurzer Dauer. Beim Reputationsaufbau sind jedoch eine kontinuierliche und nachhaltige Kommunikation und konstante Arbeit erforderlich. Wer zu Beginn alle Kräfte verpulvert und dann spürbar nachlässt, sollte sich über ausbleibenden Erfolg nicht wundern.

Lernen

Neben der bereits genannten Fortbildung sollten Sie auch in anderen Bereichen aktiv an sich und Ihren Wissensstand arbeiten. Lernen ist Prozess, der - auch wenn es abgedroschen klingt - nie beendet ist. Bilden Sie sich daher auch autodidaktisch weiter und prüfen Sie, welches Potenzial Sie noch ausschöpfen können.

Meinung

Ein massentaugliches Profil ohne Ecken und Kanten hilft Ihnen zwar dabei, Konflikte zu vermeiden. Es führt jedoch auch unweigerlich dazu, dass Sie übersehen werden und keine sichtbare Eigenmarke aufbauen können. Vertreten Sie daher Ihre Meinung und Ihren Standpunkt mit Überzeugung. Das provoziert zwar Konflikte, sorgt jedoch auch für ein klar erkennbares Profil.

Netzwerk

Der Aufbau eines tragfähigen Netzwerks ist mit viel Arbeit verbunden. Ist diese abgeschlossen, können Sie sich jedoch nicht entspannt zurücklehnen. Denn auch die Pflege und kontinuierliche Erweiterung Ihres Netzwerks nehmen Zeit und Energie in Anspruch. Beides sollten Sie investieren, sonst verlieren Sie die mühsam erarbeiteten Kontakte schnell.

Das ABC zum Personal Branding

Offenheit

Kompetenz und Fachwissen sind wichtig, doch wer sich immer nur auf seinen Bereich konzentriert, setzt seiner Eigenmarke und Entwicklung damit unnötige Grenzen. Gehen Sie daher offen an neue Ansätze und Wege heran und prüfen Sie, was Sie von neuen Methoden mitnehmen und lernen können.

Publikation

Wer wirklich sichtbar werden und Reichweite aufbauen will, kommt um die Publikation seines Wissens und seiner Arbeit nicht herum. Diese kann in Form von Artikeln in Fachmagazinen, auf einem eigenen Blog, in Foren und Gruppen oder auf andere Art und Weise stattfinden. Wichtig ist, dass Sie mit dem gewählten Medium Ihre Zielgruppe erreichen.

Qualität

Ihre Reputation hängt direkt von der Qualität Ihrer Beiträge und Arbeit ab. Nehmen Sie sich daher Zeit, um Ihre Artikel, Videos und andere Beiträge gründlich und mit Mehrwert für Leser und Zuschauer zu verfassen. Wenn Sie hohe Qualität bieten, spiegelt sich das auch in Ihrer Eigenmarke und Reputation wieder.

Regeln

Um bei all den notwendigen Aktivitäten nicht den Überblick zu verlieren und auch in frustrierenden Phasen weiter zu machen, empfehlen wir Ihnen, sich selbst Regeln aufzuerlegen. Diese müssen nicht jeden Schritt und jedes Detail umfassen, doch Grundlagen wie Häufigkeit der Beiträge, Kommunikationsstil und andere Bereiche sollten durch sie abgedeckt werden.

Selbstbewusstsein

Bescheidenheit ist eine Tugend... die beim Personal Branding jedoch nichts verloren hat. Nein, Sie sollen sich nicht besser darstellen, als Sie sind und es geht auch nicht um arrogantes Verhalten. Doch Ihre Stärken und Kompetenzen können und sollten Sie offen und selbstbewusst präsentieren und voll hinter Ihren Aussagen stehen.

Tiefgang

Oberflächliche Beiträge ohne Erkenntnisgewinn oder Mehrwert gibt es in den verschiedenen Netzwerken zur Genüge. Heben Sie sich von diesen durch tiefgehende und inhaltlich wertvolle Beiträge - idealerweise in einem individuellen Stil verfasst - ab, können Sie dadurch punkten.

Das ABC zum Personal Branding

Unterhaltung

Liefern Sie jedoch nur tiefgehende und schwer verdauliche Beiträge, schrecken Sie dadurch auch manche Fans ab. Wir empfehlen Ihnen daher eine Mischung aus tiefgehenden und unterhaltsamen Beiträgen. Idealerweise kombinieren Sie beides in einem einzigen Beitrag.

Verständnis

Um Ihre Netzwerkarbeit zu optimieren, sollten Sie sich möglichst in die Lage Ihres Gesprächspartners versetzen können. Versuchen Sie, seine Situation und seine Anliegen und Bedürfnisse zu verstehen. Dann können Sie passend auf ihn eingehen und die Botschaft seiner Aussagen korrekt erfassen.

Wagnis

Verlässlichkeit ist für den Aufbau einer belastbaren Reputation essentiell. Dennoch sollten Sie hin und wieder Experimente wagen und sich auf Wagnisse einlassen. Wer immer in den gleichen Bahnen kommuniziert wird irgendwann langweilig und damit uninteressant. Halten Sie das Interesse Ihrer Gesprächspartner lebendig.

Xtreme

Extreme Positionen und Aktionen können Ihnen zwar jede Menge Aufmerksamkeit einbringen. Ob diese jedoch positiv ist, steht auf einem anderen Blatt. Überlegen Sie sich im Vorfeld daher genau, ob die Risiken vertretbar sind.

Youtube

Youtube steht hier stellvertretend für das Medium Video, das Sie nicht ignorieren sollten. Auch wenn die Videoproduktion zunächst abschreckend wirken mag, sollten Sie sich mit dem Medium befassen und erste Schritte wagen. Videos nehmen eine immer prominentere Rolle in der Kommunikation ein und es ist absolut sinnvoll, sich rechtzeitig mit der Entwicklung zu beschäftigen.

Ziele

Wer den Aufbau seiner Eigenmarke oder klare Ziele angeht, sollte sich nicht wundern, wenn er schlussendlich keine befriedigendes Ergebnis erzielt. Machen Sie sich vor Einstieg in den Prozess klar, was Sie erreichen wollen und wie Sie die Ziele messen können.