

Die Vermarktung der Marke «Ich»

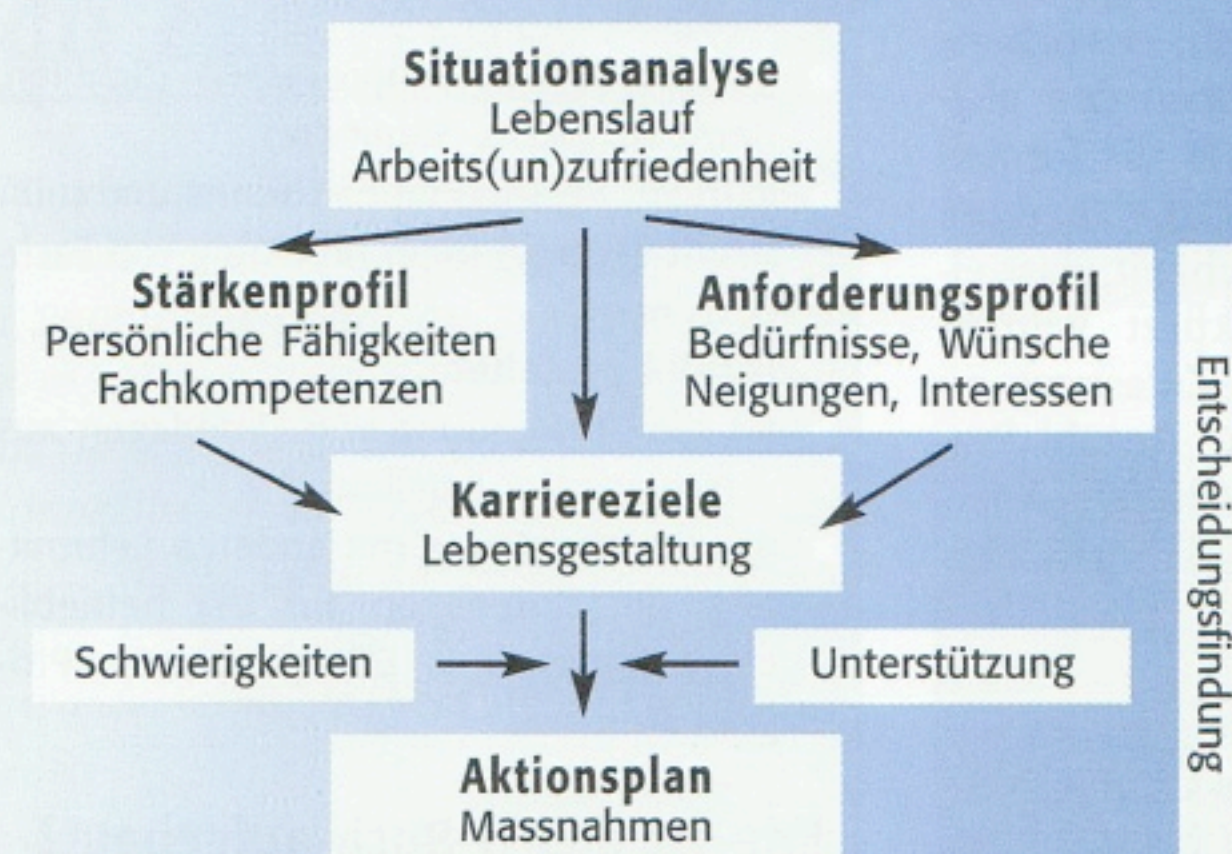
Die erfolgreiche Gestaltung der beruflichen Karriere ist stark davon abhängig, wie man sich auf dem internen und externen Arbeitsmarkt positionieren und profilieren kann. Wer nicht weiss, was er kann und was er will, steht schon im vornherein auf verlorenem Posten.

In der heutigen Arbeits- und Berufswelt werden insbesondere an Mitarbeitende des Kaders laufend höhere und vielseitigere Anforderungen gestellt. Es ist ein Muss, sich immer wieder beruflich und persönlich neu zu orientieren, um nicht zum Spielball in einem sich ständig verändernden Umfeld zu werden. Wer glaubt, den Status quo über Jahre hinweg beibehalten zu können,

klärt. Gleichzeitig müssen die Chancen und Grenzen im bestehenden und/oder im gewünschten Arbeitsumfeld untersucht werden. Daraus resultiert eine realistische Einschätzung der beruflichen und persönlichen Optionen. Dann müssen die individuellen beruflichen Zielsetzungen überprüft, den Anforderungen des Unternehmens oder des Arbeitsmarktes angepasst

und so weit wie möglich präzisiert werden. Schliesslich werden erfolgversprechende Strategien für die angestrebte berufliche Ausrichtung und allenfalls für die Stellensuche entwickelt. Bedeutsam ist es, immer wieder verbindliche Entscheidungen zu treffen, deren Konsequenzen abzuschätzen und Abschied von unrealistischen und zu hohen Ansprüchen an sich selbst zu nehmen (s. Abb. 1).

Abb. 1: Aktive Laufbahngestaltung



läuft Gefahr, seine Arbeitsmarktfähigkeit langsam, aber sicher zu verlieren. Der eigenverantwortliche und flexible «Lebensunternehmer» ist sich seiner Stärken bewusst, kennt seine Karriereziele und bietet aktiv seine Fähigkeiten an. Er weiss, wie er die Marke «Ich» professionell vermarkten kann.

Aktive Laufbahngestaltung

Die ständige berufliche Positionierung ist eine schwierige Aufgabe, die fundiert angepackt werden muss. Es lohnt sich, einmal zu hinterfragen, welche Erfolgsgeschichten in der bisherigen Biografie vorzufinden sind und was eigentlich die persönliche Arbeitszufriedenheit und das eigene Wohlbefinden bei der Arbeit massgeblich fördert. Wichtig sind zudem die Konkretisierung der persönlichen und beruflichen Ziele sowie der eigenen Wünsche, Interessen und Fähigkeiten. Im Vordergrund steht dabei die Analyse der eigenen Persönlichkeit: Zum einen werden ein Stärkenprofil sowie die gewünschte berufliche und persönliche Perspektive systematisch erarbeitet, zum anderen werden relevante persönlichkeitsorientierte, leistungsmässige und zwischenmenschliche Aspekte abge-

Die Marke «Ich»

Die Gestaltung der Marke «Ich» ist eine spannende und lustvolle Aufgabe. Ob es sich dabei um eine Veränderung an der momentanen Arbeitsstelle oder um die Suche nach einer neuen Tätigkeit handelt, spielt keine Rolle. Im Vordergrund steht letztlich die Professionalisierung des persönlichen Auftritts im eigenen Unternehmen und/oder auf dem Arbeitsmarkt. Es ist erstaunlich, dass im Vergleich zu den

Daniel Hinder,
dipl. Psych. IAP und
dipl. Betriebsök. FH,
ist Partner bei
solveras network for
solutions und führt
eine Praxis für
Beratungen, Trainings
und Assessments in
Bonstetten. Er ist als Laufbahnberater
und Coach für die SKO tätig.
Kontakt: Tel. 01 701 14 11;
daniel.hinder@solveras.ch.



oft lange dauernden, arbeits- und kostenintensiven Aus- und Weiterbildungen zwar die Fachkompetenz gefördert, aber dem eigenen Auftreten – der Marke «Ich» – sehr wenig Beachtung geschenkt und eine so kleine Bedeutung zugeschrieben wird. Um das Personal Marketing zu verbessern, bieten sich spezifische Kommunikations- und Verhaltenstrainings an. Für die Stellensuche können beispielsweise die Bewerbungsunterlagen aktualisiert, Qualifikationsprofile entwickelt, Spontanbewerbungen erstellt, Bewerbungsbrieve verfasst und Vorstellungsgespräche eingeübt werden. Für eine interne Veränderung können unter anderem Verhandlungsstrategien erarbeitet, Argumentationen eingeübt und damit die Selbsteffektivität verbessert werden. Schliesslich scheint es sinnvoll sich bei Bedarf die Unterstützung bei Spezialisten zu holen (s. Abb. 2).

Fazit

Wer sich als beweglicher und kompetenter «Lebensunternehmer» mit einer profilierten Marke «Ich» in der heutigen Arbeitswelt bewegt, dürfte seine eigene Karriere zielgerichteter, effizienter und letztlich erfolgreicher in die gewünschte Bahn lenken können.

Daniel Hinder

Abb. 2: Die Marke «Ich»

Arbeitsmarkt	Möglichkeiten und Chancen	- offener Arbeitsmarkt - verdeckter Arbeitsmarkt - «Professional Search»	Unterstützung von kompetenten Experten
Auftreten	Personal Marketing	- schriftliches Verkaufen - persönliche Präsentation - «Verkaufsargumente»	Verhaltens-/ Kommunikations-training
Persönlichkeit	Emotionale Intelligenz	- Selbstmanagement - Sozialkompetenz - «Vernetzung»	Ist-Analyse und Strategieentwicklung
Ausbildung	Fachkompetenz	- Aus- und Weiterbildung - berufliche Erfahrung - «Wissensmanagement»	Aneignung der relevanten Qualifikationen

Wichtig: professionelles Vorgehen!