

## Personal Branding

# Die Pflege der Marke «Ich»

Für Unternehmer sowie Führungskräfte ist ein starker Auftritt heutzutage wichtiger denn je. Er schafft Aufmerksamkeit, die letztlich dem ganzen Unternehmen zugute kommt. Wer bewusst an seinem Personal Brand arbeitet, überlässt nichts dem Zufall und nutzt gekonnt die Vorteile der heutigen Informationsgesellschaft für sich und sein Unternehmen.

› Andrea Miolo-Eberhard

Die Unternehmer tragen viel Verantwortung – für die Mitarbeitenden und die eigenen Geschäfte sowie auch gegenüber Kunden, Lieferanten und anderen Ansprechpersonen. Die Erwartungen an Unternehmer sind entsprechend hoch und vielfältig. Gerade deshalb ist es wichtig, dass jeder weiss, wofür Sie als Unternehmer stehen, welche Ihre Standpunkte sind und wie Sie in bestimmten Situationen handeln. Je prägnanter sich eine Führungskraft positioniert, desto stärker wirkt ihr Auftritt, und ihr Einfluss steigt.

### Eigenes Profil schärfen

Laut dem amerikanischen Wirtschafts-magazin «Forbes» ist Personal Branding, also die Pflege und bewusste Positionierung der eigenen Marke, das überragende PR-Trend-Thema im Jahr 2018. Das erstaunt nicht. Mit zunehmender Digitalisierung hat auch die «Vermarktung» der eigenen Person an Bedeutung gewonnen. Personal Branding ist jedoch nichts Neues. Gerade CEOs grosser Unternehmen pflegen dies schon lange aktiv. Neu ist allerdings, dass sich mit der Digitalisierung die Spielregeln und Möglichkeiten stark verändern. Das Tempo

hat sich massiv erhöht. Gleichzeitig gibt es dank neuer Kanäle viel mehr Möglichkeiten und die Effizienz des Personal Branding kann dadurch deutlich gesteigert werden.

Nie zuvor war es einfacher, seine eigene Persönlichkeit in kurzer Zeit einem brei-

ten Publikum zu präsentieren. Dank sozialer Medien kann sich jeder als Experte für etwas anpreisen und sein Profil schärfen. Für Stellensuchende bieten die sozialen Netzwerke zum Beispiel eine einfache Möglichkeit, sich in ein positives Licht zu rücken. Auch sogenannte Influencer profitieren von den sozialen Medien und verdienen viel Geld damit, die eigene Person zu vermarkten.

### kurz & bündig

- › Beim Personal Branding geht es darum, herauszukristallisieren, was die eigene Persönlichkeit ausmacht, und sich bewusst und an den richtigen Orten zu positionieren. Ziel ist es, langfristig die Marke «Ich» aufzubauen.
- › Wer nur halbherzig auftritt oder banale Mitteilungen auf Social Media hinterlässt, hat schon von Anfang an verloren.
- › Wer seine Identität festigen will, muss seine Kernbotschaft bewusst wiederholen. Auch hier besteht die Kunst darin, Wiedererkennung zu schaffen, ohne zu langweilen.

Beim Personal Branding geht es aber um mehr als diese Art der Selbstdarstellung. Es geht darum, herauszukristallisieren, was die eigene Persönlichkeit ausmacht, und sich bewusst und an den richtigen Orten zu positionieren. Ziel ist es, langfristig die Marke «Ich» aufzubauen.

### Profilierungs-Grundsätze

Man muss sich also fragen: «Wofür stehe ich?» Gleich vorweg: Die meisten Leute haben keine Antwort darauf. Und schon gar nicht eine, die auf den Punkt gebracht ist und in einem Satz ausformuliert werden kann. Genau darum geht es aber beim Personal Branding. Haben Sie Mut, sich kurz zu fassen. Lassen Sie Unnützes weg. Bringen Sie auf den Punkt, wer Sie

sind, was Sie wollen, für welche Werte Sie einstehen, welche Visionen und welche Haltung Sie haben. Es lohnt sich.

Das Resultat der Identitätsfindung ist, dass Ihr ganzes Tun und Handeln diesem Identitäts-Leitsatz, dem Markenkern, untergeordnet wird. Hat man Klarheit über seine Marke, erscheint es plötzlich ganz logisch, was zu tun ist. Und genau dies ist der Schlüssel des Personal Branding: Positionierung und Handeln stimmen überein.

### Grundsatz 1: Mit persönlichen Auftritten überzeugen

Und wenn man einmal weiss, wer man ist und wofür man steht, geht es darum, sich dort zu zeigen, wo die wichtigsten Ansprechpartner sind: bei den Kunden, Mitarbeitenden, Lieferanten, in der Branche usw. Die digitalen und sozialen Medien verfügen über interessante Angebote und ermöglichen unter Umständen einen sehr effizienten Zugang zu den Zielgruppen. Doch bevor Sie nun alle Kanäle gleichzeitig bespielen, stellen Sie sich die Frage, wen Sie erreichen möchten. Es ist völlig unmöglich, überall gleichermassen präsent zu sein – allein schon aus zeitlichen und finanziellen Gründen.

Seien Sie offen für digitale Kanäle und Social Media und nutzen Sie diese Kanäle bewusst für sich. Sie erreichen damit rasch ein grosses Publikum. Vergessen Sie aber nicht, sich auch persönlich zu zeigen. Wer sich nur noch hinter digitalen Medien versteckt, verliert rasch den Bezug zu den wichtigsten Zielgruppen. Deshalb gilt der erste Grundsatz: Persönliche Auftritte haben Priorität.

### Grundsatz 2: Immer vorbereitet sein

Der zweite Grundsatz im Personal Branding heisst: Sämtliche Auftritte werden immer vorbereitet. Dazu zählen persönliche Mitarbeiter- und Kundengespräche ebenso wie öffentliche Auftritte vor Publikum oder Beiträge in Social Media oder anderen Medien. Grossartig präsentieren ist in der Regel kein angeborenes Talent, sondern vor allem Übungssache. Und:

## Grundsätze für ein erfolgreiches Personal Branding

**Identitätsfindung:** Markenkern in einem Satz

**Grundsatz 1:** Persönlich überzeugen

**Grundsatz 2:** Gute Vorbereitung

**Grundsatz 3:** Wiederholung schafft Wiedererkennung

Souverän auftreten und andere für die eigene Sache begeistern ist ein wichtiger Teil von Personal Branding. Damit wird es rasch klar: Es steckt richtig viel Arbeit dahinter. Wie schreibe ich eine gute Rede oder einen Beitrag, der interessiert? Wie baue ich die richtigen Pointen ein und wie gelingt es mir, dass der Funke überspringt und ich mein Publikum fesseln kann?

Wer nur halbherzig auftritt oder banale Mitteilungen auf Social Media hinterlässt, hat schon von Anfang an verloren. Die Vorbereitung ist eine Wertschätzung, die Ihrem Gegenüber auffällt. Wie oft waren Sie selbst in einer Sitzung oder an einer Veranstaltung und haben bemerkt, dass Ihr Gegenüber nicht vorbereitet war? Das nervt und hinterlässt immer einen schwachen Eindruck. Und genau dies soll verhindert werden. Eine gute

Vorbereitung hilft einem zudem, der eigenen Marke treu zu bleiben und Schnellschüsse zu vermeiden.

Und: Lassen Sie sich nicht durch das schnelle Tempo der heutigen Zeit unter Druck setzen. Wenn Sie nichts zu sagen haben, dann sollten Sie es lassen. Viel wichtiger ist, dass Sie bei Ihren Auftritten für Highlights sorgen. So bleiben Sie in Erinnerung.

### 3. Grundsatz: Sich wiederholen und Wiedererkennung schaffen

Der dritte Grundsatz beim Personal Branding heisst: Wiederholen Sie sich. Denn wer seine Identität festigen will, muss seine Kernbotschaft bewusst wiederholen. So wird sie in den Köpfen verankert. Und auch hier besteht die Kunst darin, Wiedererkennung zu schaffen, ohne zu langweilen. <<



### Porträt



#### Andrea Miolo-Eberhard

Kommunikationsberaterin, Inhaberin, Geschäftsführerin

Andrea Miolo-Eberhard, lic. oec. HSG, gründete vor 15 Jahren die Kommunikationsagentur The PR Factory in Zürich. Gemeinsam mit ihrem Team betreut sie nationale und internationale Unternehmen und Institutionen in allen Fragen der Kommunikation.



### Kontakt

andrea.miolo@thepfactory.ch, www.thepfactory.ch