

## Interview

## Marke „ich“

Die Vermarktung der eigenen Person ist wichtig, um Erfolg zu haben

RAVENSBURG - Eigenlob stinkt. Nicht. Viele Menschen halten es für verpönt, sich wie ein Produkt zu vermarkten. Petra Wüst ist Expertin für die persönliche Markenbildung und Selbstmarketing. Im Interview mit Eva-Maria Peter erklärt Wüst, warum das Eigenmarketing für das berufliche Vorankommen, aber auch für private Anerkennung unerlässlich ist.

**Was ist die Marke „ich“? Weshalb braucht jeder Mensch eine Marke?** Eine Marke beinhaltet ein klares Profil mit bestimmten Eigenschaften. Jeder Mensch trägt eine Marke in sich – die Marke „ich“. Je klarer die Marke und das Profil einer Person sind, desto besser sticht sie aus einer Masse heraus. Ziel ist es, eine unverwechselbare Identität und einen Wiedererkennungswert herauszuarbeiten. Die persönliche Marke sollte entwickelt, geschärft und fokussiert werden. Wer alles für alle sein will, ist für niemanden das Richtige. Wer seine Stärken erkennt und weiß, welche Emotionen er mit seiner Marke bei anderen wecken möchte, kann sein sogenanntes Marken-Mantra, sprich seinen Leitsatz und das Leitbild seiner Persönlichkeit, festlegen.

**Was können Menschen von Produktmarken lernen?**

Erfolgreiche Menschen sind wie erfolgreiche Marken. Eine Produktmarke macht ein klares Versprechen. Wir wissen genau, wofür eine Marke steht und was zum Beispiel einen Mercedes von einem BMW unterscheidet. Obwohl beide Autos zur selben Klasse gehören, stehen sie für etwas anderes. Das ist bei Personenmarken ähnlich. Jeder Mensch hat bestimmte Eigenschaften, die ihn von anderen abgrenzen. Es ist wichtig, die Markeneigenschaften klar nach außen zu kommunizieren, damit der Gegenüber einen auch so wahrnimmt. Die



Jeder Mensch sollte eine persönliche Marke entwickeln – meint Petra Wüst, Expertin für Selbstmarketing aus Basel. Das mache es im Berufs- und Privatleben einfacher.

GRAFIK: COLOURBOX.DE

Waschmittelmarke Persil kommuniziert mit dem Slogan: „Da weiß man, was man hat.“ Der Spruch ist zwar nervig, aber klug. Vertrauen entsteht, wenn jemand berechenbar ist und klar ist, was einen erwartet.

**Wie ist „Selbstvermarktung“ am besten erlernbar?**

Dazu sollte jeder Mensch seine individuellen Besonderheiten und Stärken erkennen und in den Vordergrund rücken. Viele Menschen machen sich kaum Gedanken über ihre Stärken. Aber die eigenen Schwächen sind meistens bekannt, weil sie uns tagtäglich auffallen. Schwächen werden überbewertet. Aus Marketingsicht ist dies fatal, da letztlich nur die Stärken verkauft werden können. Sowohl durch eine Eigenanalyse als auch durch Fragen an Freunde und Arbeitskollegen kann herausgefunden werden, welches die herausragenden persönlichen Eigenschaften sind. Selbstmarketing ist ein ständiges Arbeiten an der eigenen Person. Menschen müssen lernen, auch für sich selbst Verantwortung zu übernehmen. Routinen und Verhaltensmuster müssen verändert werden. Eine persönliche Marke kann auch etwas Leises sein. Ziel ist es, den individuellen Wert und die typische Besonderheit der

eigenen Persönlichkeit zeigen zu können. Es geht um Authentizität, nicht um Entertainment.

**Und Eigenlob stinkt sicher nicht?**

Das ist der dümmste Spruch, den je ein Mensch gesagt hat. Eigenlob ist in der heutigen Zeit sehr wichtig. Bescheidenheit ist nichts Schlechtes, aber man soll sein Licht nicht unter den Scheffel stellen. Ein sympathisches Kommunikationsverhalten und eine aufgeschlossene Rhetorik sind wichtig, um selbstbewusst auf eigene Leistungen aufmerksam zu machen. Vor allem Frauen haben Mühe, über gute Leistungen zu sprechen und sich stärker in den Vordergrund zu rücken. Sie sorgen sich, dass sie arrogant wirken könnten, und haben Angst, dass sie dann nicht mehr gemocht werden. Je mehr Profil ein Mensch hat, desto mehr eckt er auch an. Die Leute, die sich sorgen, arrogant zu sein, würden niemals arrogant wirken. Die wirklich Arroganten stellen sich diese Frage gar nicht.

**Wie wichtig ist die Selbstvermarktung über digitale Kanäle?**

Im Jahr 2005 habe ich mein erstes Buch zum Thema Selbstmarketing geschrieben. Damals wurden die digitalen Möglichkeiten noch nicht ernst genommen. Heute sind diese ein wichtiger Bestandteil zur Selbstvermarktung. Der eigene Online-Auftritt dient als Referenz. Viele Unternehmen prüfen die Aktivitäten ihrer Bewerber in der digitalen Welt. Die Pflege der Kanäle ist sehr zeitintensiv. Vorab sollte jeder überlegen, welche Kanäle zur Persönlichkeit und zu den eigenen Zielen passen. Weniger ist auch hier mehr: lieber ein richtig gepflegtes Profil als überall halbherzig. Ein Profil auf Xing ist meistens sinnvoll. Auch LinkedIn, das internationale Xing, wird immer beliebter. Für jemanden, der selbstständig ist, ist eine Homepage essentiell. Von Blogs rate ich eher ab, da die wenigsten Menschen Zeit haben, lange Blogbeiträge zu lesen.

**Wie funktioniert der perfekte Smalltalk?**

Die Angst, sich zu blamieren, ist sehr tief in uns. Mit Stress und unter Druck funktioniert ein Smalltalk nicht. Wenn eine Person alleine dasteht, bietet sich ein Smalltalk immer an. Genauso gut kann man sich einer Gruppe anschließen und sich in ein laufendes Gespräch einbinden. Es ist hilfreich, mögliche Gesprächsthemen vorher zu überlegen. Als Einstieg bietet sich tatsächlich das Wetter an oder ein anderes neutrales Thema, wie beispielsweise die Ferienzeit. Gesellschaftliche Fragen sind für den Einstieg unangebracht. Bei einem intelligenten Smalltalk werden Aspekte aus der Antwort aufgegriffen. Genauso unkompliziert wie der Beginn des Gesprächs ist auch das Ende. Es ist völlig in Ordnung, sich nach zehn Minuten höflich zu verabschieden.

**Seminar „Marke „ich““**

Die Schwäbisch Media Akademie veranstaltet ein Seminar zum Thema „Marke „ich“: Mich erfolgreich positionieren“. Das zweitägige Seminar findet jeweils am 22. und 23. September 2015 und am 4. und 5. November 2015 im Medienhaus von Schwäbisch Media in Ravensburg statt. Die Kursgebühr beträgt 1500 Euro. Anmeldungen können an die E-Mail-Adresse [akademie@schwaebisch-media.de](mailto:akademie@schwaebisch-media.de) geschickt werden. Nähere Informationen: [www.schwaebische.de/akademie](http://www.schwaebische.de/akademie)

## Nach der Ausbildung in die USA

BONN/ESCHBORN (sz) - Noch bis zum 11. September können sich junge Menschen bis 24 Jahre, die entweder eine Berufsausbildung abgeschlossen haben oder sich in ihrem letzten Ausbildungsjahr befinden, für einen einjährigen Auslandsaufenthalt in den USA bewerben. Das Parlamentarische Patenschafts-Programm (PPP), das der Deutsche Bundestag gemeinsam mit dem Amerikanischen Kongress anbietet, ist eine Kombination aus berufsbezogenem College-Besuch und Praktikum in einem amerikanischen Unternehmen. Seit dem Beginn des Programms im Jahr 1983 haben rund 5000 junge Berufsanfänger aus Deutschland und den USA die Chance genutzt, mit einem Auslandsaufenthalt ihre persönlichen Zukunfts- und Karriereaussichten zu verbessern.

Nachdem kürzlich von den USA grünes Licht für die weitere Finanzierung des PPP gegeben wurde, stehen auch im nächsten Jahr wieder 75 Stipendienplätze für junge Berufstätige zur Verfügung. Die Kosten für die Vor- und Nachbereitung, den College-Besuch, die Unterbringung in Gastfamilien sowie die Reise- und Versicherungskosten werden vom Deutschen Bundestag und dem Amerikanischen Kongress übernommen.

Informationen und Bewerbungsunterlagen für das PPP gibt es bei der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH telefonisch (0228-4460-1172, -1339), per E-Mail ([usapp@giz.de](mailto:usapp@giz.de)) oder im Internet ([www.giz.de/usapp](http://www.giz.de/usapp)).

## Weniger befristet Beschäftigte

WIESBADEN (AFP) - Der Anteil der befristeten Arbeitsverträge an der Gesamtbeschäftigung ist in den vergangenen Jahren leicht gesunken. 2014 hatten 8,1 Prozent der Beschäftigten ab 25 Jahren einen befristeten Job, 2011 waren es noch 8,9 Prozent gewesen, wie aus Zahlen des Statistischen Bundesamts hervorgeht. In früheren Jahren hatte die Quote deutlich niedriger gelegen; 1993 etwa hatten lediglich 5,7 Prozent der Beschäftigten über 25 einen zeitlich befristeten Vertrag.

Der Arbeitsmarktexperte Karl Brenke vom Deutschen Institut für Wirtschaftsforschung (DIW) führte den jüngsten Rückgang der Befristungen auf den Beschäftigungsboom auf dem deutschen Arbeitsmarkt zurück. Im vergangenen Jahr hatte die Zahl der Erwerbstätigen mit 42,6 Millionen Menschen einen Höchststand erreicht. „Die Verhandlungsposition der Arbeitnehmer ist dadurch besser geworden“, sagte Brenke der „Süddeutschen Zeitung“.

## Petra Wüst - Expertin in Sachen Self Branding



Petra Wüst (Foto: OH) ist Expertin für Self Branding und Selbstmarketing. Die Ökonomin hat ein Doktorat in Volkswirtschaft und führt seit 2004 ihr Beratungsunternehmen Wüst Consulting in Basel. Die gebürtige Schweizerin hält Seminare, macht Einzelcoachings und ist in Unternehmen oder Institutionen international als Trainerin tätig. Zudem unterrichtet sie an mehreren Hochschulen, unter anderem an der Universität Lausanne und der Hochschule Luzern. Nebenher schreibt Wüst Bücher über Self Branding, Leadership und Kommunikation.

## Kurz berichtet

## Solarstrom erstmals gleichauf mit der Atomkraft

BERLIN (dpa) - Im Juli haben alle Solaranlagen in Deutschland erstmals so viel Strom erzeugt wie die Atomkraftwerke. Die zwei Energiequellen erreichten im Juli jeweils eine Produktionsmenge von 5,18 Terawattstunden, wie aus Zahlen des Fraunhofer-Instituts für Solare Energiesysteme (ISE) hervorgeht. Das liege zum einen am sonnigen Wetter, so Fraunhofer-Experte Bruno Burger, und zum anderen an der Abschaltung des Kraftwerks Grafenrheinfeld und den Jahresrevisionen drei weiterer Kraftwerke.

## Niedrigzinsen lassen Fondsgeschäft boomen

FRANKFURT (dpa) - Die historisch niedrigen Sparzinsen sorgen für einen Boom im Fondsgeschäft. Im ersten Halbjahr 2015 flossen der Branche in Deutschland netto 109 Milliarden Euro an neuen Geldern zu, wie der Bundesverband Investment und Asset Management (BVI) mitteilte. Das war fast genauso viel wie im gesamten Vorjahr mit 116 Milliarden Euro. Besonders gefragt waren Mischfonds, die in Aktien und Anleihen investieren.

## ANZEIGEN



## FreizeitAKTIV

Das regionale Freizeitmagazin

## Auf den richtigen Pfaden

- jede Menge Freizeittipps
- spezielle Themenbereiche wie Ausstellungen & Museen, Wellnesshotels
- und Ihre Werbung
- ... das ist FreizeitAKTIV

Zeigen Sie den Leserinnen und Lesern, dass es Sie gibt und wo Sie zu finden sind.

**Erscheinungstermin:** Samstag, 12. September 2015  
**Anzeigenschluss:** Freitag, 28. August 2015

**Interessiert?**  
Tel. 0751 2955-1118, Fax 0751 2955-991119  
[anzeigenndienst@schwaebische.de](mailto:anzeigenndienst@schwaebische.de)

Schwäbische Zeitung

## Aus lecker wird köstlich

Verfeinern Sie mit Chefkoch Christian Henze Ihr bestes Rezept

Wir suchen 30 regionale Rezepte für unser Magazin „Schlemmerseiten – Regionale Lieblingsrezepte vom Sternekoch veredelt“. Fünf Leser haben die Chance, mit Christian Henze zu kochen und ihr bestes Rezept neu abzuschnemcken. Zusätzlich verlosen wir fünf Kochbücher und eine Kochkursteilnahme.

Schicken Sie uns Ihr Rezept

- Schwäbische Zeitung, Karlstraße 16, 88212 Ravensburg - Rezeptauftrag
- [rezepte@schwaebische.de](mailto:rezepte@schwaebische.de)
- [facebook/schlemmerseiten](https://www.facebook.com/schlemmerseiten)

Weitere Infos unter [schwaebische.de/schlemmerseiten](http://schwaebische.de/schlemmerseiten) und facebook



SCHWÄBISCH.MEDIA

**Küchen-Passage**  
Seit 1985 in Weingarten

**30 Jahre Jubiläums-Angebote**

**% Abverkauf %**

- 30 Musterküchen stark reduziert %
- ab eff. 0,0 % Finanzierung
- Kostenlose Entsorgung ALT-Küche
- Handwerksarbeiten zu günstigen Festpreisen aus einer Hand
- Energiesparende Elektrogeräte mit 5 Jahres-Garantie

**Die Küchenplaner mit Köpfchen**  
1000 m² Ausstellung  
Immer faire Preise!

Liebfrauenstr. 29-35, 88250 Weingarten  
Tel. 0751-560450, [www.kuechen-passage.de](http://www.kuechen-passage.de)  
Mo-Fr 9-18 Uhr, Sa 9-15 Uhr

PATE WERDEN - LEBEN RETTEN

World Vision  
Zukunft für Kinder!

[www.worldvision.de](http://www.worldvision.de)