



DU HAST DEN JOB!

Erfolgreich bewerben
mit Personal Branding

Urte Hotje

Du hast den Job!

Urte Hotje



Erfolgreich bewerben
mit Personal Branding

REDLINE | VERLAG

**Bibliografische Information der Deutschen
Nationalbibliothek**

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie. Detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über **<http://dnb.d-nb.de>** abrufbar.

Für Fragen und Anregungen

info@redline-verlag.de

1. Auflage 2021

© 2021 by Redline Verlag, ein Imprint der Münchner Verlagsgruppe GmbH,
Türkenstraße 89
80799 München
Tel.: 089 651285-0
Fax: 089 652096

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Die gewählte männliche Form bezieht sich immer zugleich auf weibliche, männliche und diverse Personen. Auf konsequente Doppelbezeichnung wurde aufgrund besserer Lesbarkeit verzichtet.

Redaktion: Marileen Kullmann

Umschlaggestaltung: Karina Braun

Umschlagabbildung: Shutterstock: Flache Vektorgrafik, Jobsuche, Rekrutierung, Arbeitsgruppe, freiberufliche Tätigkeit, Web-Grafik-Design von Viktoria Kurpas (konvertiert)

Satz: Helmut Schaffer, Hofheim a. Ts.

Druck: CPI books GmbH, Leck

ISBN Print 978-3-86881-840-6

ISBN E-Book (PDF) 978-3-96267-303-1

ISBN E-Book (EPUB, Mobi) 978-3-96267-304-8

Weitere Informationen zum Verlag finden Sie unter

www.redline-verlag.de

Beachten Sie auch unsere weiteren Verlage unter www.m-vg.de

INHALT

PERSONAL BRANDING

Was Bier mit Deiner Bewerbung zu tun hat

Was ist Personal Branding?

SCHRITT 1: WER BIST DU?

Die Entdeckungsreise zu dir selbst

Alles wird G.U.T.

SCHRITT 2: WOFÜR STEHST DU?

Der Goldene Kreis

Dein persönliches Brand-Statement

SCHRITT 3: WAS IST DEINE MARKE?

Mit allen fünf Sinnen

SCHRITT 4: WER IST DEINE ZIELGRUPPE?

SCHRITT 5: WIE KOMMUNIZIERST DU?

Absolut notwendig

Professioneller Auftritt

Absoluter Profi

DAS GROÖE FINALE: DEIN VORSTELLUNGSGESPRÄCH

Vorbereitung auf das Vorstellungsgespräch

Spickzettel zur Vorbereitung auf das Bewerbungsgespräch

Outfit

UND JETZT LOS!

ÜBER DIE AUTORIN

ANMERKUNGEN

PERSONAL BRANDING

Ein Arbeitgeber für das gesamte Berufsleben?

Dies wird in der nahen Zukunft nicht mehr realistisch sein, nimmt doch die Häufigkeit der Arbeitsplatzwechsel aufgrund der sich ändernden Arbeitswelt für Arbeitnehmer rasant zu. Dies bringt eine höhere Fluktuation, potenzielle Wechsel in andere Branchen und die Notwendigkeit mit sich, sich als Arbeitnehmer immer wieder neu bewerben und auf dem Arbeitsmarkt behaupten zu müssen.

Für dich heißt das, dass du dich im Laufe deines zukünftigen Arbeitslebens häufiger als bisher mit dem Thema Bewerbungen auseinandersetzen musst.

Bei zum Teil mehr als hundert Kandidaten für eine offene Stelle reicht die reine Qualifikation auf dem Papier nicht mehr aus. Du musst als Gesamtpaket attraktiv für deinen zukünftigen Arbeitgeber sein. Es gilt, dich als Marke, als Personal Brand, zu etablieren.

Was Bier mit Deiner Bewerbung zu tun hat

Wer kennt ihn nicht, den legendären Werbeslogan der Biermarke Jever:

»Wie das Land, so das Jever. Friesisch-herb.«¹

Diese Werbung hat einen extrem hohen Wiedererkennungswert, so mancher wird den herben Biergeschmack auf der Zunge spüren, sobald er den Werbespot oder eine gedruckte Anzeige sieht.

Darum geht es auch bei deiner Bewerbung: Dass du dich klar positionierst, präsentierst, wer du bist und was dich ausmacht. So sorgst du dafür, dass nach dem Lesen deiner Bewerbung oder nach einem Vorstellungsgespräch ein klares, unverwechselbares Bild von dir entsteht; du stichst – um bei dem Bild der Jever-Werbung zu bleiben – wie ein Leuchtturm aus der Menge der anderen Bewerber heraus.

Denn dann bist du eben nicht nur ein weiterer Kandidat für die ausgeschriebene Stelle zum Buchhalter, sondern du bist die perfekte Besetzung. Du verfügst zum Beispiel über Expertenwissen in einer Spezialsoftware und bist in der Lage, trockene Zahlen lebendig und leicht verständlich aufzubereiten.

Wir leben in einer von Marken dominierten Welt. Es gibt kaum einen Bereich des täglichen Lebens, in dem Marken keine Rolle spielen. Auch du bist täglich von Marken umgeben. Vielleicht bist du absoluter Apple-Fan, trägst Sneaker nur von Nike oder schwörst beim Frühstück auf Nutella?

Irgendetwas haben diese Marken, das ihre Produkte von anderen Smartphones, Turnschuhen oder Nussnougatcremes unterscheidet. Sind es die

einzigartigen technischen Features oder die unübertroffene Qualität? Das ist nur ein Teil der Wahrheit. Bei Marken sind es besonders die Emotionen, die diese Marke hervorrufen, die Markenbotschaft, die damit verbunden ist.

Hast du dir schon einmal darüber Gedanken gemacht, was genau *deine* Lieblingsmarke für dich so attraktiv macht?

Wie das alles funktioniert und wie auch du deine ganz individuelle Marke entwickeln kannst, werden wir in diesem Buch Schritt für Schritt durchspielen. Das Zauberwort hierzu heißt *Personal Branding*.

Was ist Personal Branding?

In den letzten Jahren ist Personal Branding zu einem Buzzword avanciert; es beschreibt, wie du deine ganz individuelle Marke entwickelst. Erstmals wurde Personal Branding im Jahr 1997 in dem legendären Artikel »The Brand called You« in der Zeitschrift *Fast Company* erwähnt.² Der Autor des Artikels, Tom Peters, betont den hohen Stellenwert, den Personal Branding zukünftig haben wird:

»Um heute in der Businesswelt zu überleben, ist es deine wichtigste Aufgabe, Head of Marketing für deine eigene Marke zu sein.«

Die Idee dahinter ist einfach: Du überlegst dir, was dich besonders und einzigartig macht, definierst, wofür du als Marke stehen möchtest, und kommunizierst diese Markenbotschaft an deine Zielgruppe.

Ob Cristiano Ronaldo, Donald Trump oder die junge Sängerin Billie Eilish: Sie alle sind Marken, sind unverwechselbar und stehen für ihren ganz eigenen Stil in Sport, Politik und Musik – ob man diesen nun mag und sympathisch findet oder nicht.

Wahrscheinlich bist du nun zufällig kein Präsident oder ein erfolgreicher Sportler oder ein Popstar, sondern möchtest dir einfach deinen Traumjob angeln? Kein Problem! Die gute Nachricht ist: Personal Branding funktioniert auch bei uns Otto-Normal-Menschen. Denn jeder Mensch verfügt über ein einzigartiges Set an Eigenschaften, Fähigkeiten und Erfahrungen. Die Kunst besteht darin, diese Kombination greifbar, erfahrbar zu machen und daraus eine klare Markenbotschaft abzuleiten.

Auf den Bewerbungsprozess übertragen bedeutet dies einen bedeutsamen Paradigmenwechsel: Es geht heute nicht mehr darum, nur eine bestimmte Funktion wie beispielsweise die des Projektmanagers auszufüllen. Es geht darum, dich als einmaliges Gesamtpaket zu präsentieren.

Für deine Bewerbungsunterlagen bedeutet dies, dass nicht mehr nur die formal korrekte Form ausschlaggebend

ist, sie sind als Marketingbroschüre deiner eigenen Marke zu verstehen.

Traditionelle Bewerbung	Personal Branding
Kandidat füllt gesuchte Funktion aus	Kandidat ist attraktives Gesamtpaket
Formal korrekte Form	Bewerbungsunterlagen sind Marketingbroschüre
...	...

In den folgenden Kapiteln werden wir Schritt für Schritt deine persönliche Marke erarbeiten und dich deinem Traumjob näherbringen. Hier eine kurze Übersicht der Schritte:

Schritt 1: Wer bist du?

Dieser Schritt ist der allerwichtigste im gesamten Prozess. Hier wird das Fundament deiner Marke gelegt. In diesem Schritt geht es um dich, und zwar ausschließlich um dich. Und das in allen Facetten. Du wirst herausfinden, welche Kombination deiner Kompetenzen und Eigenschaften deine einzigartige Superpower ausmacht. Du wirst verstehen, welche Werte dir im Leben wichtig sind und dich in deinem Tun leiten. Auch deine Vision von dir selbst, das, was dich antreibt, was du im Leben erreichen möchtest, werden wir beleuchten.

Schritt 2: Wofür stehst du?

Nachdem wir uns im ersten Schritt ein solides Fundament erarbeitet haben, wissen, wer du bist und welche einzigartigen Eigenschaften und Kompetenzen du mitbringst, werden wir uns in diesem Schritt damit beschäftigen, welche Aspekte deiner Persönlichkeit du für deine ganz eigene Marke hervorheben möchtest.

Schritt 3: Was ist deine Marke?

Nun fügen wir alles zusammen, was du in Schritt eins und zwei erarbeitet hast. Wir werden die einzelnen Bausteine einer Marke kennenlernen und darauf basierend deine eigene Marke aufbauen.

Außerdem werden wir dein individuelles Brand-Statement erarbeiten. Das ist der eine kurze, magische Satz, der beschreibt, wofür du mit deiner Marke einsteht.

Schritt 4: Wer ist deine Zielgruppe?

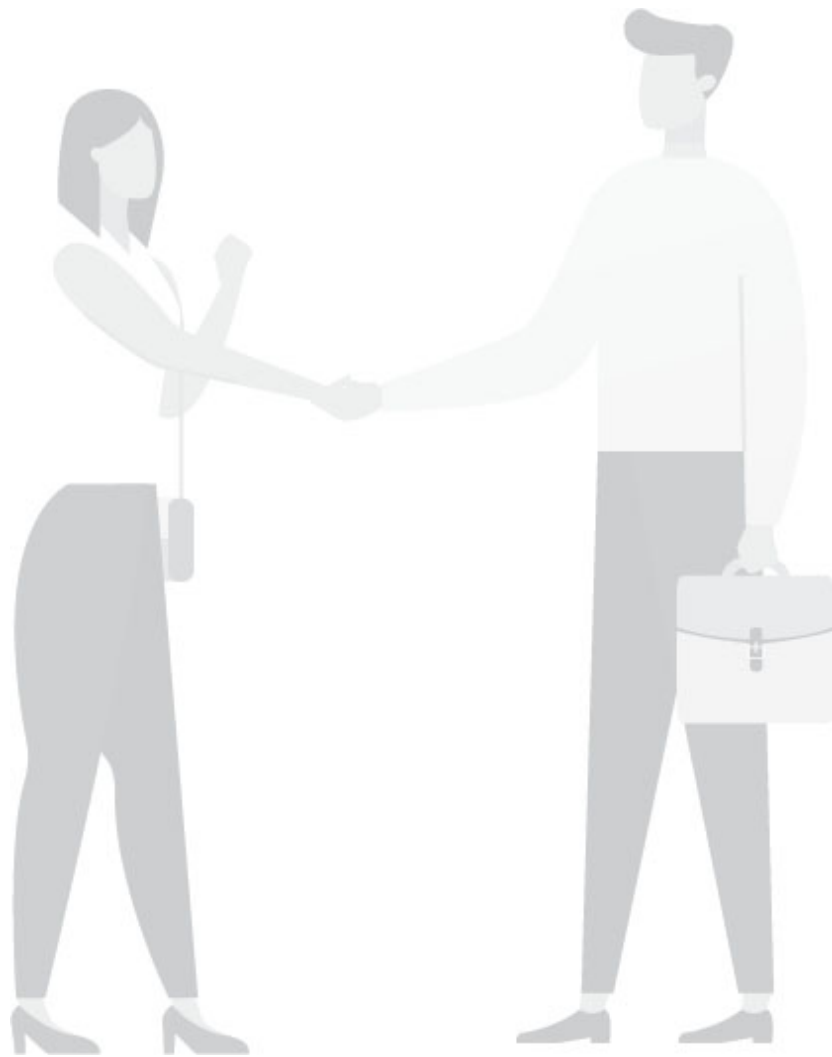
In Schritt drei hast du deine ganz individuelle Personal Brand erstellt. Sie ist einzigartig und speziell. Da ist es nur verständlich, dass sich nicht jeder von dieser Marke angesprochen fühlt. Das ist vollkommen in Ordnung. Wichtig für dich ist es, zu analysieren, wer deine Zielgruppe ist und wen du ansprechen musst, um an deinen Traumjob zu kommen.

Schritt 5: Wie kommunizierst du?

Du kannst die tollste Marke sein und für viele Unternehmen potenziell ein unglaublich wertvoller Mitarbeiter oder eine unglaublich wertvolle Mitarbeiterin

sein - wenn das keiner weiß, wirst du trotzdem kein Jobangebot bekommen.

Wir werden uns also damit befassen, wie du am besten mit deiner Zielgruppe kommunizierst, welche Kanäle du nutzen kannst und worauf du achten solltest, um deine Marke im besten Licht zu präsentieren. Denn letztendlich ist das ja das Ziel eines jeden Bewerbungsprozesses: deinen Traumjob zu bekommen.



SCHRITT 1: WER BIST DU?

»Wenn du nicht weißt, woher du kommst, weißt du nicht, wo du dich befindest, und wenn du nicht weißt, wo du dich befindest, weißt du nicht, wohin du gehst. Und wenn du nicht weißt, wohin du gehst, gehst du wahrscheinlich falsch.«

Terry Pratchett, britischer Fantasy-Schriftsteller, in »I Shall Wear Midnight« (dt. »Das Mitternachtskleid«)

Die Grundlage deines Personal Brandings bist du. Wir werden uns in diesem Kapitel intensiv mit deiner Einzigartigkeit beschäftigen.

Bevor du beginnst, dir Gedanken darüber zu machen, wie du dich beruflich positionieren möchtest oder wie dein nächster Karriereschritt konkret aussehen soll, ist es wichtig, sich mit dir selbst zu beschäftigen. Denn: Je besser du dich selbst kennst, umso leichter wird es dir fallen, die für dich richtigen Entscheidungen zu treffen. Du wirst anschließend wissen, was Du willst und brauchst, welche Stelle zu dir passt, in welchen Bereichen du wie tätig sein möchtest. Vor allem wird es dir möglich sein, klar, authentisch und überzeugend zu argumentieren, weshalb genau du die optimale Besetzung für die Stelle bist, auf die du dich bewirbst.

Wir haben im letzten Kapitel bereits über Marken gesprochen. Was wir im Rahmen deiner beruflichen Identität erarbeiten, sind letztendlich deine einzigartigen Marken-Features.

Wir werden Schritt für Schritt alle wichtigen Bereiche deiner Person beleuchten. Das Besondere an diesem Ansatz ist, dass er sowohl berufliche als auch ganz persönliche Aspekte berücksichtigt.

Es geht um dich als einzigartiges Individuum, das so viel mehr zu bieten hat, als nur Zeugnisse und Berufserfahrung.

Die Entdeckungsreise zu dir selbst

Du wirst erstaunt darüber sein, was alles in dir steckt, was du der Welt zu bieten hast. Zur Unterstützung solltest du einen aktuellen Lebenslauf von dir zu Hand haben. So kannst du deine einzelnen beruflichen Stationen im Hinblick auf folgende Fragen genau beleuchten. Du wirst überrascht sein, welche Vielzahl an Aspekten sich in deiner bisherigen Berufslaufbahn angesammelt haben, die allesamt kleine Bausteine deiner Personal Brand sein können.

Weißt du eigentlich, was du weißt und welchen Wert das hat?