

Vorwort

Dieser kurze Ratgeber, basierend auf den wissenschaftlich propädeutischen Teil der Projektgruppe „Selfmarketing“ der Berufsbildenden Schulen in Nienburg im Jahre 2017, gibt Ihnen über den Flyer hinaus noch genauere und detailliertere Instruktionen bzw. Denksätze, wie Sie Ihr Selfmarketing bestmöglich optimieren, um sich am Arbeitsmarkt positiver darzustellen und den Erfolg im Beruf letztendlich verbessern können.

Es werden das ein oder andere Mal Verweise zu den Quellen, aus welchen der wissenschaftspropädeutische Teil, dieser Ratgeber und auch der Flyer entstanden ist, hergestellt. Bezüge auf die Facharbeit sind mit der Abkürzung „WPT“ (wissenschaftspropädeutischen Teil) gekennzeichnet. Wenn Sie die vollständige Ausarbeitung der Projektgruppe über das Selfmarketing, das Selbst, die Funktionsweise einer Marke, und weiterem haben möchten, sind Sie gerne dazu eingeladen die wissenschaftliche Ausarbeitung einzusehen. Bei diesem Anliegen bitte ich Sie eine E-Mail an timoschoepp@tsmusik.de zu schreiben.

-2-

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	1
Inhaltsverzeichnis.....	2
Inwieweit hilft Ihnen eine individuelle Persönlichkeit am Markt?.....	3
Wie differenziert sich Ihre Bewerbung von anderen?.....	6
Wie sich in einem Bewerbungsgespräch verhalten?.....	8
Schlusswort.....	10

Inwieweit hilft Ihnen eine individuelle Persönlichkeit am Markt?

Viele Menschen sprechen von dem Begriff der *Persönlichkeit*, über die jede erfolgreiche Person verfügt. Jedoch wissen Sie und ich am Ende nicht explizit, welche Komponenten eine positive und lobenswerte Persönlichkeit zeichnen und ausmachen. Oftmals spricht man nur vom positiven Auftreten, der Begeisterung von einer gewissen Tätigkeit oder einer Sache, sowie von Werten und Tugenden, letztendlich auch von außergewöhnlichen Taten, die eine Person zu einer Persönlichkeit graduieren.

Die Persönlichkeit ist, laut Definition, eine Person mit ausgeprägtem *Charakter* und *Willen*, die also zum einen Werte und Tugenden, Überzeugungen wie; „was ist richtig und was ist falsch?“, sowie andere persönliche Kompetenzen innehat, die aus einem menschlichen Wesen eine moralisch wertende Person machen. Dazu ergänzt sich der Wille, ein Impuls zur Verwirklichung bestimmter Ziele, die aus einer Sehnsucht heraus stammen.

Man könnte nun tief in die Psychologie einsteigen und der Frage, was nun genau eine Persönlichkeit ist, weiter auf den Grund gehen. Jedoch reicht diese kurze Ausführung in dem Kontext vollkommen aus, um sich darüber Klarheit zu verschaffen, inwieweit Ihnen eine ausgeprägte Persönlichkeit am Markt behilflich sein kann, um Ihr Selbstbild, welches Sie darstellen möchten, noch besser zum Vorschein bringen zu können, damit Ihr Selfmarketing schlussendlich einzigartig und authentisch wird.

Als erstes einmal die Antwort auf die Frage, *warum Sie ihre Persönlichkeit soweit es geht nach außen tragen sollten* und sich auf Ihre Essenz konzentrieren sollten.

Dazu lade ich Sie zu der folgenden Metapher ein: Stellen Sie sich eine Tasse Latte Macchiato und eine Tasse Espresso vor. Die beiden Gläser stehen vor Ihnen auf dem Tisch. Beide Heißgetränke haben die gleiche Menge an Koffein, der Latte Macchiato ist im Gegensatz zum Espresso nur mit noch reichlich Milchschaum aufgefüllt und wirkt von der Menge als Getränk größer als der Espresso. Jedoch, die Essenz beider Getränke ist dieselbe. Konzentrierter Kaffee, der durch stark geröstete Bohnen und durch Druck bei der Herstellung schon in kleinen Mengen viel Koffein beinhaltet. Jetzt fragen Sie sich sicher, warum ich Ihnen diesen Herstellungsprozess so genau erläutere, Ihnen dieses Bild ausmale und darauf rumreite, dass die beiden Heißgetränke dieselbe Menge an Koffein haben.

Nun, übertragen Sie dieses Bild einmal auf die Persönlichkeit. Stellen Sie sich vor, die Stärke des Koffeins bestimmt die Qualität der Persönlichkeitsmerkmale, die einen Menschen ausmachen. Je mehr Koffein, also Persönlichkeit der Mensch hat, desto erlesener die Selbstdarstellung. Nun haben die beiden vorhin erwähnten Getränke die gleiche Koffeinstärke, jedoch sichtbare, mengenmäßige Unterschiede.

-4-

Der Espresso ist klar und weißt lediglich den puren Kaffee, also die Persönlichkeit auf. In dem Latte Macchiato steckt ebenso die gleiche Menge an Kaffee, also an Persönlichkeit, jedoch ist diese auf den ersten Blick nicht sofort sichtbar und versteckt bzw. vermischt sich mit anderen Dingen, wodurch die Persönlichkeit für einen Nichtwissenden, also metaphorisch weiter betrachtet für jemanden, der keine Ahnung von dem Getränk des Latte Macchiatos hat, nicht sichtbar ist. Dieser Nichtwissende könnte denken, dass das Kaffeemilchschaumgetränk keinen Kaffee, also Koffein, beinhaltet. Um sich dies zu vergegenwärtigen, müsste dieser sich erst einmal mit dem Kaffeemilchschaumgetränk befassen, was *Zeit* in Anspruch nehmen würde. Einfacher ist doch, wenn auch für einen Unkundigen sofort sichtbar ist, dass jenes Getränk vor ihm auf jeden Fall ein koffeinhaltiges ist, erkennbar an Geruch und Geschmack. Somit ist die Quintessenz dieser ganzen Metapher die, dass Sie Ihren *Persönlichkeitskern* sichtbar nach außen projizieren sollten. Oftmals wird das Wichtige, das Sie als Persönlichkeit und als humanes Wesen ausmacht, in den ersten paar Minuten eines bspw. Vorstellungsgesprächs für Ihr Gegenüber nicht in dem Grad sichtbar und spürbar, wie es für das Selfmarketing von Relevanz ist.

Um dies umsetzen zu können, gilt es zu wissen, dass sich das erste Merkmal ihrer Persönlichkeit, nämlich der Charakter, aus Dingen wie Ihr Wissen, Ihre Aktivitäten, Ihren Beruf, Ihre Vorlieben und Neigungen, Ihre Freunde und Bekannte, Ihre Hobbys, den Sport, den Sie treiben, Ihr Networking, Ihr soziales Engagement und vieles mehr bildet. Diese beispielhaften Punkte, um nun bei der Metapher des Kaffeeheißgetränks zu bleiben, kommen alle in einen Trichter, in den das Wasser aufgegossen wird. Damit der Kaffee nun stark wird, denn wie bereits erwähnt, je mehr Koffein, desto besser und qualitätsreicher die Persönlichkeit, müssen bereits die Bohnen einer guten Qualität entstammen. Das heißt: Aussonderung von schlechten und nicht brauchbaren Bohnen. Im übertragenen Sinne meint dies, dass Sie Ihr Machen und Tun ordnen müssen, eine Rangliste erstellen, was für Sie als Person unabdingbar ist und Ihnen Freude bereitet, und was hingegen für Sie als Person nicht essenziell ist.

Der Latte Macchiato besteht primär aus Espresso, also einer starken Persönlichkeit, der jedoch mit viel Milchschaum bedeckt ist, welcher übertragen für die irrelevanten Dinge steht, die Dinge, die Ihrer Persönlichkeit und Ihrem Selfmarketing keinen Nutzen bringen. Diese gilt es sich bewusst zu werden und in Konformität mit Ihrer Persönlichkeit zu bringen. Letztendlich soll bei Ihrem Gegenüber Ihr wahrer Persönlichkeitskern klar zum Vorschein kommen, ohne dass dieser Sie mit Fragen bohren muss, um eine Idee ihrer individuellen Persönlichkeit zu bekommen. Dazu genaueres in: „*Wie sich in einem Bewerbungsgespräch verhalten?*“.

Sofern Sie diesen Punkt beherzigen, haben Sie bereits einen wichtigen Schritt in Richtung einer Selbstmarke bzw. einer prägnanten Persönlichkeit gemacht.

-5-

Das zweite Merkmal, dass laut Definition eine Persönlichkeit bildet, nämlich der Wille, sollte für die positive und erfolgreiche Entwicklung einer Individualität in konkrete Bahnen gelenkt werden. Nachdem Sie Ihre privaten- wie beruflichen Aktivitäten nach Bedeutsamkeit sortiert und strukturiert haben, gilt es nun sich mit einer klaren und kraftvollen *Intention* zu entscheiden, wohin Sie Ihr Herzblut stecken wollen, und welche Dinge Sie lieber sein lassen sollten. Es geht um Enthusiasmus, also einer gesteigerten Freude an bestimmten Themen, welche sich in einem kraftvollen Engagement für diese widerspiegelt.

Dieser Enthusiasmus wirkt sich auf Ihre äußere Ausstrahlung aus und lässt Sie in der Gegenwart Ihres Gegenübers positiv und kraftvoll erscheinen. Dies ist das gute Gefühl, dass ein Mensch ebenso bei einer kraftvollen Marke verspürt, was diesen dann letztendlich den Impuls zum Kauf oder zumindest zum Betrachten des Produkts bringt – nur, dass das Etikett bei Ihnen nicht ein Aufdruck, sondern Ihre individuelle Persönlichkeit ist. (*Siehe dazu „Wie sich in einem Vorstellungsgespräch verhalten?“*)

Eine individuelle Persönlichkeit, die Ihre Kraft und Energie auf bestimmte und für die Persönlichkeit selbst wichtige Dinge mit einer kraftvollen Intention konzentriert, entwickelt einen ausgeprägten Charakter und Willen, durch welchen diese das marktrelevante Alleinstellungsmerkmal entwickelt, welches für eine kraftvolle Marke unabdingbar ist.

Dies ist das Fundament, auf welchem die nun folgenden Kapitel aufbauen, da Individualität und der Mensch an sich am heutigen Arbeitsmarkt mehr gefragt ist, als ein bloß funktionierender Arbeiter, ohne jegliche Kompetenzen im Bereich der Selbstdarstellung.

Wie differenziert sich Ihre BeWERBUNG von anderen?

Wie in der Überschrift bereits visualisiert, inkludiert der Begriff Bewerbung das Marketinginstrument der Kommunikationspolitik „Werbung“. Somit ist ein Bewerbungsschreiben vergleichbar mit einem Werbespot, sei es nun im Radio, Fernsehen oder plakativ an einer Litfaßsäule. Nur ist das Produkt nicht ein Verbrauchs- bzw. Konsumgut, sondern Sie als Mensch, als eine Persönlichkeit.

Zu allererst ist es wichtig, das Produkt, also in diesem Fall Sie, so positiv und optimal wie nur irgendwie möglich darzustellen. Jedoch kann der Werbespot das Produkt noch so gut anpreisen, wenn dieses am Ende nicht die Eigenschaften und Qualitäten aufweist, die in diesem angegeben werden, wird das Produkt bereits nach kurzer Zeit wieder vom Markt verschwinden. Das heißt auf Sie bezogen, dass Sie sich in Ihrer Bewerbung so positiv darstellen sollten, dass es trotzdem noch echt und menschlich wirkt. Um sich diesen Aspekt zu vergegenwärtigen, verweise ich Sie gerne auf: „*Stellenwert der ICH-Marke*“ (WPT); „*Selbstdarstellung einer Marke*“ (WPT).

Kurz zusammengefasst, sollte Ihre individuelle Bewerbung kongruent mit Ihrer einzigartigen Persönlichkeit sein und somit einen Einblick in diese gewähren.

Nach einer Befragung verschiedener Arbeitgeber im Landkreis Nienburg, stellt das Bewerbungsschreiben lediglich die Eintrittskarte in die Bewerberauswahl dar. Um aus den verschiedenen Aussagen der Arbeitgeber, Chefs sowie Personalleiter, einen Konsens zu bilden, ist es zuallererst von Relevanz, dass Sie Ihre Bewerbung, abhängig davon in welchem Zweig Sie sich bewerben, zu einem Eyecatcher (Blickfänger) machen, durch ein unkonventionelles Design, das in Übereinstimmung mit Ihrer Persönlichkeit und Ihrem Selbst steht, worunter jedoch der Inhalt Ihres Bewerbungsschreibens nicht leidet. Das unkonventionelle Design dient zum Aufzeigen Ihrer Individualität, welche den Arbeitgebern mitunter am meisten interessiert.

Natürlich heißt dies auch, dass wenn Sie sich auf einem formalen Beruf bewerben, Sie sich dieser Formalität anpassen und Ihre Bewerbung auf diesen zuschneiden müssen. Es spielen zwei Komponenten für die Art des Designs eine Rolle: zum einen der Berufszweig, für den Sie sich bewerben und zum anderen Ihre individuelle Persönlichkeit. Wenn Sie

sich zum Beispiel auf die Stelle eines Bankkaufmanns bewerben, Ihre Persönlichkeit sich durch Merkmale wie Empathie auszeichnet, ist es essentiell, dass Ihre Bewerbung zum einen die nötigen formellen Richtlinien dieses Berufszweigs aufweist, zum anderen aber Ihre für den Beruf vorteilhafte Empathie integriert.

Wie bereits in der Espresso Metapher aus dem vorangegangenen Kapitel ausführlich erläutert, sollte diese Einsicht, nämlich Ihre vorhandene Empathie, bereits auf den ersten Blick sichtbar sein, da nach der Befragung der Arbeitgeber der Blick auf das Bewerbungsschreiben kurz und knapp ist.

Daher ist es unabdingbar, um nun zum nächsten Aspekt, nämlich dem des Inhalts zu gelangen, zu wissen, dass die wichtigen inhaltlichen Eyecatcher in einer Bewerbung das Arbeits- und Sozialverhalten, die Anzahl der *unentschuldigten* Fehltage, sowie sonstige Anmerkungen sind. Anhand dieser Anmerkungen versucht der Arbeitgeber bzw. Personalleiter sich ein Bild über Ihre Arbeitsmoral zu bilden. Es geht weiterhin um das Interesse an Ihrer Persönlichkeit.

Die Qualität der schulischen Leistungen anhand von Noten ist meist von geringerer Relevanz, da diese oftmals in Assessmentcentern geprüft werden. Von größerer Bedeutung für die Arbeitgeber bzw. die Personalleiter sind Freizeitaktivitäten, wie auch persönliches Engagement, die Kompetenzen wie bspw. Teamfähigkeit erfordern. Ein konkretes Beispiel ist, wenn Sie der Trainer einer Sportmannschaft sind und sich auf einen Beruf bewerben, in welchem Sie zum einen Teamfähigkeit, jedoch mehr die Kompetenz der Führung bzw. des Beauftragens erfordern. Durch das Vorhandensein dieser Kompetenzen aufgrund Ihrer freizeithlichen Aktivitäten, haben Sie durch die Aufführung dieser in der Bewerbung Plus Punkte, die Ihre Bewerbung von anderen auf positive Art und Weise differenziert.

Schreiben Sie, um sich nun zusammenfassend auf die Aussagen der befragten Unternehmen zu beziehen, von Ihnen selbst, wer Sie genau sind, warum Sie explizit dieses Unternehmen und diese Stelle ausgewählt haben, weshalb Sie selbst auch nur ein imperfektes humanes Wesen sind; und dies alles in einem interessant gestalteten Dokument zusammengefasst.

(primäre Marktforschung (2017): Projektgruppe „Selfmarketing“ / Berufsbildenden Schulen in Nienburg)

Wie sich in einem Bewerbungsgespräch verhalten?

Nun haben Sie Ihre Bewerbung erfolgreich abgesendet und wurden zu einem Bewerbungsgespräch eingeladen. Dies ist bereits der erste positive Schritt zum Erfolg. Jedoch kommt nun die zweite Hürde, welche es zu meistern gilt; ein BeWERBUNGsgespräch, in welchem Sie wie bereits in Ihrem Bewerbungsschreiben von sich werben, jedoch nun verbal und mit Ihrem Dasein.

Wichtig dafür zu wissen ist, wie Sie auf andere Menschen wirken und was genau für welche Wirkung bei Ihrem Gegenüber sorgt. Nach der *7-38-55 Regel* des amerikanischen Psychologen Professor Albert Mehrabian wird die Wirkung, die von einem Menschen ausgeht, aufgeteilt in was genau gesagt wird (Worte, Floskeln, etc.), wie etwas gesagt wird (Stimme, Stimmklang), und das Aussehen, d.h. Kleidung, Frisur, aber auch Körperhaltung, sowie das Auftreten im Allgemeinen.

Der Inhalt Ihres Sprechens macht 7% der Wirkung auf Ihr Gegenüber aus. Wie Sie die gesprochenen Worte sagen, also mit welcher Intention, macht hingegen schon 38% der Wirkung, die Ihr Gegenüber wahrnimmt, aus. Primär wird jedoch das *allgemeine Auftreten*, somit das Nonverbale, mit 55% gewichtet! Zu der nonverbalen Kommunikation zählt auch die Körpersprache, somit Gestik, Mimik, Habitus und andere unbewussten jedoch wahrnehmbaren Äußerungen des menschlichen Körpers.

(Berndt J. (2014): Die stärkste Marke sind Sie selbst! – Schärfen Sie ihr Profil mit Human Branding, vgl. S. [46])

Diese Erkenntnis zeigt deutlich auf, dass Sie sich, bevor Sie überlegen was Sie genau in Ihrem Vorstellungsgespräch von sich verbal Preis geben möchten, zuerst mit der Frage auseinandersetzen sollten, wie Sie auf Ihr Gegenüber, also den Personalleiter oder Chef, wirken möchten. Die Wirkung wird, wenn man Stimmklang und nonverbale Kommunikation zusammenaddiert, ohne dass Sie etwas Konkretes gesagt haben, bereits zu 93% ausgelöst.

Daher behalten Sie, um sich nun auf ein praktisches, anwendbares Modell der essentiellen 55% Ihrer Wirkung zu beziehen, das „OLALA Prinzip“ im Hinterkopf:

O = Ordentliche Erscheinung

L = Lächeln

A = Aufrechte, geerdete Haltung

L = Lebendig

A = Augenkontakt (nicht penetrant in die Augen des Gegenübers starren, jedoch sich nicht davor scheuen dem gegenüber länger in die Augen zu schauen)

(Elisabeth S. (2010): Der Ich-Faktor: Erfolgreich durch Selbstmarketing

-9-

Zur ordentlichen Erscheinung lässt sich der Aspekt der Kleidung zählen. Wenn Sie sich bspw. auf den Beruf eines Handwerkes bewerben, ist es nicht vorteilhaft, wenn Sie wohlmöglich in Ihrem Konfirmationsanzug auftreten, in dem Sie sich unkomfortable fühlen. Zum einen strahlen Sie dieses Unwohlsein aus und zum anderen steht dies nicht in Kongruenz mit dem Beruf des Handwerkers. Daher wählen Sie für ein Bewerbungsgespräch einen Kleidungsstil, der mit dem beworbenen Beruf im Einklang steht und diesen widerspiegelt.

Das Lächeln und die Lebendigkeit nehmen automatisch in Ihrem Dasein Platz, sofern Sie die Punkte von „*Inwieweit hilft Ihnen eine individuelle Persönlichkeit am Markt?*“ beachten.

Die weiteren 38%, also Ihr Stimmklang und die Intention Ihrer gesprochenen Worte, sollten die nonverbale Kommunikation authentisch untermauern, damit diese kongruent wirkt. Es geht darum, dass Sie keine äußere Facette aufsetzen, sondern Ihrer individuellen Persönlichkeit treu bleiben, und somit das äußere Auftreten mit Ihrer Art zu sprechen, zu artikulieren und zu betonen, gleichsetzen. Grundlegend wirkt ein positiver Ausdruck, verständliches Reden, also in einer angemessen und wahrnehmbaren Lautstärke, zudem langsame und deutliche Aussprache, positiv auf Ihr Gegenüber. An dieser Stelle lassen sich die genannten Aspekte in drei Schlüsselpunkte, in diesem Fall das KKK Modell, eingliedern:

- 1.K = Klare Sprache und Stimme (38% Ihrer Wirkung)
- 2.K = Kontrollierte nonverbale Kommunikation (55% Ihrer Wirkung)
- 3.K = Kontakt mit dem Auditorium (in diesem Fall mit dem Personalleiter)

(Elisabeth S. (2010): Der Ich-Faktor: Erfolgreich durch Selbstmarketing)

Sobald Sie sich dieser ins gesamten 93% bewusstgeworden sind, haben Sie die restlichen, jedoch nicht unwesentlichen, 7% zu beachten: Wie sollen Sie sich vorstellen, womit sollen Sie das Gespräch anfangen, was ist, wenn der Personalleiter oder der Chef Ihnen eine unerwartete Frage stellt? Wie darauf reagieren, was dazu sagen?

Um sich auf ein anstehendes Bewerbungsgespräch optimal vorzubereiten, gilt es zu beachten, dass Sie ein gewisses Allgemeinwissen bezüglich des Betriebes, bei dem Sie sich bewerben, aufweisen. Dazu zählen simple Dinge wie „in welchen Ländern sich Standorte des Betriebes befinden“. Auch ist ein gewisses Wissen über die Tätigkeiten des Berufes essentiell, da dies von Interesse zeugt.

(primäre Marktforschung (2017): Projektgruppe „Selfmarketing“ / Berufsbildenden Schulen in Nienburg)

-10-

Schlusswort

Zum Schluss bedanken wir uns im Rahmen der gesamten Projektgruppe für Ihr Interesse an diesem Ratgeber. Wir hoffen, dass Sie durch diese neu gewonnenen Informationen Ihre Selbstmarke verbessern oder wohlmöglich revolutionieren können. Ob Sie nun am Anfang Ihres Berufslebens stehen oder bereits schon in der Arbeitswelt integriert sind, das Wissen bezüglich der Selbstvermarktung ist für alle möglichen Lebenssituationen von Bedeutung. Daher wünschen wir Ihnen weiterhin alles Gute!

„Es gibt nur einen Weg Großartiges zu leisten. Zu tun, was man liebt.“

-Steve Jobs