

bunt, fall nicht zu sehr auf'. Uns Frauen wird geraten, erstmal das Ergebnis abzuwarten und *dann* damit rauszugehen. Bei Frauen hapert es nicht daran, dass sie zu wenig Leistung bringen oder nicht gleichen Kompetenzen aufweisen wie ihre Kollegen, sondern eben an der Sozialisation. Ich sage an dieser Stelle immer: 'Empowered euch'. Natürlich ist es eine sehr romantische Vorstellung, entdeckt und befördert zu werden. Es bleibt aber in den meisten Fällen eine Vorstellung.

Es gibt zwei Dinge, die Frauen im Hinblick auf ihre Karriere selbst in den Händen haben: das ist ihr Netzwerk und ihre Sichtbarkeit.

medianet: Was ist der Unterschied zwischen Self Branding und Selbstinszenierung?

Onaran: Es gibt einen riesen großen Unterschied zwischen Inszenierung und Positionierung. Inszenierung ist für mich, dass ich die Ich-Message in den Vordergrund stelle, während bei der Positionierung die *Botschaft* im Vordergrund steht. In unserer Gesellschaft ist Self Branding und Personal Branding sehr



Tijen Onaran ist als Speakerin auf diversen Events vertreten und spricht über Networking- und Brandingthemen.

negativ konnotiert ist, weil wir sehr häufig Menschen in unseren Köpfen haben, die reine Inszenierung betreiben und keine Positionierung gestalten. Dagegen wollte ich angehen und deswegen habe ich auch ehrlicher Weise dieses Buch geschrieben.

medianet: Warum sollten auch Journalisten Self Branding betreiben?

Onaran: Für Journalisten ist das wichtiger denn je. Wie die übrigen Akteure der Kommunikationsbranche haben Journalisten immer die Geschichten an sich in den Vordergrund gestellt. Das bedeutet aber nicht, dass ich nicht aufzeigen kann, wer diese Geschichte gestaltet hat. Denn ich kann Geschichten auch über Self Branding in Kontext setzen. Gerade als Journalist bin ich ja in der Königsdisziplin des Storytellings.

Warum sollte ich das nicht nutzen, um aufzuzeigen, wie ich eine Geschichte gestaltet habe? Das ist wichtig. Wenn morgen mein Job weg ist und ich immer unsichtbar war, dann wird es mir wahnsinnig schwerfallen, einen neuen Job zu finden.

medianet: Was sind, abgesehen von der übermäßigen Selbstinszenierung, noch weitere No-Go's beim Self Branding?

Onaran: Ich finde, es gibt einen schmalen Grat zwischen persönlich und privat. Ich muss

mir dessen bewusst sein: Je mehr private Informationen ich von mir preisgebe, desto schwieriger wird es für Menschen, genau herauszufiltern, was meine Botschaft ist. Deswegen warne ich davor, sich zu sehr in diesem privaten Kontext aufzuhalten. Es wird alles gesehen, alles bewertet. Ich muss auch tough genug sein, um das auszuhalten.

”

Wenn man Geld in die Weiterbildung der eigenen Leute investiert, ist das die beste Employer Branding-Kampagne, die man sich vorstellen kann.

“

medianet: Wie kann es gelingen, den richtigen Markenkern zu finden?

Onaran: Das Wichtigste, das mir geholfen hat, ist, mir Vorbilder zu suchen. Menschen, die mich inspirieren, sowohl positiv als auch negativ.

medianet: Sie schreiben in 'Nur wer sichtbar ist, findet auch statt' über Corporate Influencer. Was ist darunter zu verstehen?

Onaran: Es ist so, dass Unternehmen lange Zeit auf ihr eigenes Branding vertrauen konnten, weil sie einen großen Namen, eine starke Marke hatten. Jedoch sind junge Talente bestens ausgebildet und können zwischen allen Arbeitgebern auswählen.

Das heißt, ich als Arbeitgeber bin mehr denn je darauf angewiesen, dass ich meine Employer Branding-Marke stärke und auf den Kanälen aktiv bin, auf denen meine Zielgruppe unterwegs ist. Es reicht dabei nicht, dass ich einen Unternehmens-Account mache, ich muss natürlich auch die *Menschen* in den Vordergrund stellen, die sogenannten Corporate Influencer. So werden die eigenen Mitarbeiter zu den Botschaftern des eigenen Unternehmens. Die wissen nämlich ganz genau, wie es ist, in dem Unternehmen zu arbeiten.

Ich frage mich immer wieder, warum das nicht noch mehr Unternehmen erkennen. Man muss dafür gar nicht zwangsläufig wahnsinnig viel Geld ausgeben und in große Kampagnen investieren.

Wenn man das Geld in die Weiterbildung der eigenen Leute investiert, ist das die beste Employer Branding-Kampagne, die man sich vorstellen kann.

”

Als Journalist bin ich in der Königsdisziplin des Storytellings. Warum sollte ich das nicht nutzen, um aufzuzeigen, wie ich eine Geschichte gestaltet habe?

“