

TIJEN ONARAN

Nur wer sichtbar ist, findet auch statt



GOLDMANN

## *Buch*

Wie wir uns präsentieren und wie wir wahrgenommen werden, ist Teil unserer Persönlichkeit. Das Bild, das wir abgeben, und die Rolle, die wir spielen, sind elementar für unseren Erfolg im beruflichen wie im privaten Kontext. Tijen Onaran erklärt eindrucksvoll, wie man eine persönliche Marke aufbaut, seine eigene Agenda findet und vermeidet, von anderen in unliebsame Schubladen gesteckt zu werden. Sie zeigt, wie wir unsere Wahrnehmung online in den sozialen Medien, aber auch offline selbst gestalten können. Dabei berichtet sie von ihren eigenen Erfahrungen in der Politik und der Digitalbranche, von Rückschlägen, Lerneffekten und ihrer ganz persönlichen Markenbildung. Das Must-read in Sachen Personal Branding.

## *Autorin*

Tijen Onaran ist Moderatorin, Speakerin und Gründerin der »Global Digital Women«. Das internationale Netzwerk setzt sich für mehr Sichtbarkeit und Empowerment von Frauen in der Digitalbranche ein und berät Unternehmen in Diversitätsfragen. Tijen steht für Networking in der Wirtschaft und ist Expertin auf dem Gebiet des Personal Branding. Sie wurde vom Manager Magazin unter die 100 einflussreichsten Frauen der deutschen Wirtschaft gewählt, ist Trägerin des »Made in Baden Award« und gehört zu den Top-Influencer\*innen auf LinkedIn.

TIJEN ONARAN

# NUR WER SICHTBAR IST, FINDET AUCH STATT

Werde deine eigene Marke  
und hol dir den Erfolg, den du verdienst

GOLDMANN

Alle Ratschläge in diesem Buch wurden von der Autorin und vom Verlag sorgfältig erwogen und geprüft. Eine Garantie kann dennoch nicht übernommen werden. Eine Haftung der Autorin beziehungsweise des Verlags und seiner Beauftragten für Personen-, Sach- und Vermögensschäden ist daher ausgeschlossen.

Wir haben uns bemüht, alle Rechteinhaber ausfindig zu machen, verlagsüblich zu nennen und zu honorieren. Sollte uns dies im Einzelfall aufgrund der schlechten Quellenlage bedauerlicherweise einmal nicht möglich gewesen sein, werden wir begründete Ansprüche selbstverständlich erfüllen.

Der Verlag behält sich die Verwertung der urheberrechtlich geschützten Inhalte dieses Werkes für Zwecke des Text- und Data-Minings nach § 44 b UrhG ausdrücklich vor.  
Jegliche unbefugte Nutzung ist hiermit ausgeschlossen.



Penguin Random House Verlagsgruppe FSC® N001967

## 5. Auflage

Originalausgabe August 2020

Copyright © 2020: Wilhelm Goldmann Verlag, München,  
in der Penguin Random House Verlagsgruppe GmbH,  
Neumarkter Str. 28, 81673 München

Umschlaggestaltung: Uno Werbeagentur, München

Umschlagfoto: Urban Zintel, Berlin

Redaktion: Joscha Faralisch, München

Illustrationen: S.125 (v.o.n.u.): © cougarsan/Shutterstock,  
ober-art/Shutterstock, S.126 (v.o.n.u.): © FOS\_Icon/Shutterstock,

Cosmic\_design/Shutterstock

Satz: Satzwerk Huber, Germering

Druck und Bindung: CPI books GmbH

Printed in the EU

GS/EB · TW

ISBN 978-3-442-17867-4

[www.goldmann-verlag.de](http://www.goldmann-verlag.de)

*Für meine Familie,  
die mich immer daran erinnert, unabhängig zu sein!*



---

# INHALT

---

## Kapitel 1: Einleitung

|                                                                     |    |
|---------------------------------------------------------------------|----|
| Was Personal Branding bewirkt .....                                 | 13 |
| Eine Entscheidung und ihre Folgen .....                             | 16 |
| An wen sich dieses Buch richtet .....                               | 20 |
| Wir alle sind Personenmarken .....                                  | 21 |
| Image, Bedeutung und Wert von Personal Branding .....               | 24 |
| Warum du dich für Personal Branding<br>interessieren solltest ..... | 27 |
| Challenge: Finde deine Themen .....                                 | 31 |

## Kapitel 2: Wie du die Agenda deines Lebens bestimmst

|                                                                                         |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Alice Schwarzer und der Dalai Lama touren auch<br>seit Jahren mit demselben Thema ..... | 33 |
| Die Kunst der eigenen Positionierung .....                                              | 35 |
| Das Thema steht – dann geht’s richtig los .....                                         | 39 |
| So bestimmst du deinen Markenkern .....                                                 | 42 |
| Wie du deine Agenda setzt .....                                                         | 45 |
| Zum Unterschied von Provokation und Prägnanz .....                                      | 46 |
| Wiederholung als Mittel, um dir Gehör zu verschaffen ...                                | 47 |
| Zwei wichtige Lektionen auf dem<br>Weg zu deiner Agenda .....                           | 49 |

|                                             |    |
|---------------------------------------------|----|
| Eine bittere Erkenntnis zum Schluss:        |    |
| Es gibt keine gute Fee .....                | 50 |
| Challenge: Bestimme deinen Markenkern ..... | 52 |

## Kapitel 3: Was macht dich einzigartig?

|                                                     |    |
|-----------------------------------------------------|----|
| Mit Selbsttest .....                                | 54 |
| Storytelling und Einzigartigkeit .....              | 56 |
| Finde deinen USP .....                              | 58 |
| Du musst nicht jedes Mal das Rad neu erfinden ..... | 61 |
| Selbsttest .....                                    | 65 |
| Challenge: Nimm dir eine Stunde Zeit .....          | 68 |

## Kapitel 4: Wir haben alle einen Markenkern

|                                                         |    |
|---------------------------------------------------------|----|
| Das Konzept vom Social Me .....                         | 69 |
| Sind Menschen nun doch keine Marken? .....              | 71 |
| Es geht darum, die richtigen Menschen zu erreichen .... | 74 |
| Social Me statt Selfie-Show .....                       | 76 |
| Wir müssen Sichtbarkeit neu verstehen lernen .....      | 80 |
| Sei authentisch – aber bei schlechter                   |    |
| Laune hört der Spaß auf .....                           | 82 |
| Mit Natürlichkeit weg von der Perfektion .....          | 84 |
| Challenge: Natürlichkeit und Sichtbarkeit siegen .....  | 86 |

## Kapitel 5: Die Kunst des Personal Storytelling

|                                                           |     |
|-----------------------------------------------------------|-----|
| Von »Wer bin ich?« zu »Wie erzähle ich es?« .....         | 88  |
| Eine weitere Episode meiner Strategie:                    |     |
| Ich schlage mich selbst vor .....                         | 94  |
| Der Weg zu deinem Social-Media-Kanal .....                | 97  |
| Ohne Social Media wäre ich nicht da, wo ich bin .....     | 101 |
| Dein Kanal, deine Regeln .....                            | 104 |
| Welche Rolle spielt Kleidung?                             |     |
| Brauchst du einen Signature Look? .....                   | 105 |
| Auch fürs Storytelling gilt: Weg von der Perfektion ..... | 109 |
| Challenge: Stell dich vor .....                           | 111 |

## Kapitel 6: Kenne dein Publikum

### Die Tonalität entscheidet:

|                                                        |     |
|--------------------------------------------------------|-----|
| Kamingespräch statt Megafon .....                      | 112 |
| Der Laut-und-leise-Test .....                          | 113 |
| Das Internet, die Kommentare und der Hass .....        | 114 |
| Respekt vor dem Publikum .....                         | 117 |
| Über digitale Kommunikation und digitale Distanz ..... | 119 |
| Empathie – eine Schlüsselqualifikation,                |     |
| die sich lernen lässt .....                            | 128 |
| Du bist keine Pressemitteilung .....                   | 129 |
| Challenge: Finde deine Tonalität .....                 | 133 |

## Kapitel 7: Vorbilder, Mentor\*innen und Netzwerke

Was du dir anschauen kannst –

|                                                      |     |
|------------------------------------------------------|-----|
| inklusive drei meiner liebsten Personenmarken .....  | 135 |
| Role Models und ihre Verantwortung .....             | 136 |
| Auf der Suche nach Vorbildern .....                  | 141 |
| Zum Unterschied von Vorbildern und Mentor*innen .... | 143 |
| Warum du eine*n Brand-Mentor*in brauchst .....       | 144 |
| Das Social Me als »Münze« .....                      | 145 |
| Richtig netzwerken .....                             | 146 |
| Challenge: Optimierte deine Profilbeschreibung ..... | 148 |

## Kapitel 8: Täglich grüßt die Neuerfindung

Markenpflege oder wie du dauerhaft im

|                                                                          |     |
|--------------------------------------------------------------------------|-----|
| Gedächtnis bleibt .....                                                  | 149 |
| Warum es genau jetzt wichtiger denn je ist,<br>sich zu fokussieren ..... | 150 |
| Markenpflege in fünf Schritten .....                                     | 152 |
| Keine Regel ohne Ausnahme .....                                          | 158 |
| Zwischen privat und öffentlich .....                                     | 159 |
| Challenge: Überprüfe deine Profile auf Konsistenz .....                  | 164 |

## Kapitel 9: Re-Branding

|                                               |     |
|-----------------------------------------------|-----|
| Weil das Leben keine Kurzgeschichte ist ..... | 165 |
| Drei Strategien fürs Re-Branding .....        | 167 |
| Achte beim Re-Branding auf Konsistenz .....   | 173 |
| Challenge: Erstelle eine Zeitkapsel .....     | 174 |

## Kapitel 10: In der Krise liegt die Kraft

|                                                                       |     |
|-----------------------------------------------------------------------|-----|
| Was tun, wenn deine Marke angeschlagen ist? .....                     | 176 |
| Der erste Shitstorm wird kommen .....                                 | 178 |
| Wie du mit den Sünden deiner<br>Vergangenheit umgehen solltest .....  | 180 |
| Wie ich lernte, Ruhe zu bewahren .....                                | 181 |
| Die beste Vorbereitung für die Krise:<br>Ein Netzwerk außerhalb ..... | 183 |
| Loslassen – alles auf Anfang .....                                    | 184 |
| Raus aus der Selfie-Show .....                                        | 186 |
| Challenge: Hab immer einen Plan B in der Tasche .....                 | 189 |

## Kapitel 11: »Fake it until you make it« oder das Impostor-Syndrom

|                                                                                                                            |     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Warum es wichtig ist, Erfolge zu feiern .....                                                                              | 190 |
| Fake it until you make it .....                                                                                            | 192 |
| Das Impostor-Syndrom .....                                                                                                 | 194 |
| Wie man die Selbstzweifel besiegt .....                                                                                    | 198 |
| Erfolge feiern lernen .....                                                                                                | 203 |
| Die vielleicht schwerste Challenge von allen:<br>Feiere deinen Erfolg oder erzähle von etwas,<br>das du nicht kannst ..... | 205 |

## Kapitel 12: So schaffst du es, dir treu zu bleiben

|                                                                    |     |
|--------------------------------------------------------------------|-----|
| Deine Agenda, dein Leben .....                                     | 207 |
| Wie Unternehmen zu erfolgreichen<br>Arbeitgebermarken werden ..... | 208 |

|                                                           |     |
|-----------------------------------------------------------|-----|
| Zwischen Personenmarke und Arbeitgebermarke . . . . .     | 213 |
| Menschen folgen Menschen – nicht Unternehmen . . . . .    | 218 |
| Challenge: Finde Menschen, die dich inspirieren . . . . . | 219 |

## Kapitel 13: Personal Branding im digitalen Zeitalter

|                                                                              |     |
|------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Dein Social Me in der kollaborativen Arbeitswelt . . . . .                   | 221 |
| So stellst du den Wissenstransfer in<br>deiner Organisation sicher . . . . . | 226 |
| Employer Branding im Zeitalter des Social Me . . . . .                       | 229 |
| Challenge: Denk an deine Zielgruppen . . . . .                               | 230 |

## Kapitel 14: Hol dir deinen Erfolg!

|                                                                                                      |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Wie Personal Branding dir die Aufstiegschancen und<br>Erfolge verschafft, die du verdienst . . . . . | 232 |
| Dein Social Me bietet dir Aufstiegschancen . . . . .                                                 | 233 |
| Deine Agenda ist mehr als Selbstinszenierung . . . . .                                               | 236 |
| Dein Social Me als ungeschriebenes Buch . . . . .                                                    | 239 |
| Selbstwahrnehmung, Positionierung<br>und Fremdzuschreibung . . . . .                                 | 242 |
| Was tun, wenn du dich verzettelt hast? . . . . .                                                     | 243 |
| Hol dir deinen Erfolg! . . . . .                                                                     | 245 |
| Challenge: Finde den Buchtitel für dein Leben . . . . .                                              | 247 |

|                    |     |
|--------------------|-----|
| Register . . . . . | 249 |
|--------------------|-----|

---

# KAPITEL 1

---

## EINLEITUNG

### Was Personal Branding bewirkt

Ohne Personal Branding wäre ich heute nicht da, wo ich bin. Gelernt habe ich das, worum es in diesem Buch gehen soll, aber nicht etwa in der Schule. Vielmehr habe ich es mir Schritt für Schritt durch teils schmerzhaft Erfahrungen in der Praxis selbst beigebracht. Mein Ansatz lautete stets »Learning by Doing« – wobei »Hinfallen, Aufstehen und Weitermachen« die Realität besser beschreibt.

Aber der Reihe nach. Denn es gab durchaus ein initiales Erlebnis, durch das mir bewusst wurde, dass es eine wichtige Lektion im Leben zu geben scheint, mit der ich bis zu diesem Zeitpunkt nicht vertraut war. Angespornt durch meine Eltern habe ich den Weg in die Politik gewagt. In Wahrheit waren meine Eltern wahrscheinlich der stundenlangen Diskussionen am Esstisch überdrüssig, und so empfahlen sie mir, doch mal versuchsweise in eine Partei einzutreten. Dort könne ich dann über all die Themen sprechen, die mich so brennend interessieren, und mich mit anderen darüber austauschen. Da ich die Idee gut fand, startete ich den Versuch und sondierte erst einmal, welche der Parteien am besten zu mir passen würde.

Die größte Schnittmenge fand ich mit der FDP, und da damals der Wahlkampf vor der Tür stand, wurde ich nicht nur dankbar aufgenommen, sondern nach kurzer Zeit direkt gefragt, ob ich nicht Lust hätte, mich als Kandidatin für den Landtag von Baden-Württemberg aufstellen zu lassen.

Schnitt. Wenige Wochen später fand ich mich bei einer Veranstaltung wieder und sah mich mit Fragen wie den folgenden konfrontiert:

Wie denken Sie  
über den Islam?

Was können wir tun,  
um Menschen mit  
Migrationshintergrund in  
unsere Gesellschaft  
zu integrieren?

Sitzen Sie eigentlich  
zwischen zwei Stühlen –  
den hier lebenden Türken  
und den Deutschen?

Sollte es für Menschen  
mit muslimischem Glauben  
einen eigenen Religions-  
unterricht geben?

Was denkt die zweite  
und dritte Generation über  
die Anwerbeabkommen  
mit der Türkei?

Brauchen wir ein  
Migrationsgesetz?

In diesem Stil reihte sich eine Stunde lang eine Frage an die nächste. Ich stammelte mich von Antwort zu Antwort. Weder hatte ich mich gut vorbereitet, noch konnte ich mit den Themen wirklich viel anfangen. Schauplatz war der Konferenzraum eines altehrwürdigen Karlsruher Hotels, das alle Klischees erfüllte: mit Stuck verzierte Decken, mit Brokat-Teppichen ausgelegte Flure und massive Vorhänge an den Fenstern. Anlass der Veranstaltung war, dass Interessierte sowie der Vorstand der Partei einen Eindruck der FDP-Kandidat\*innen für den Landtagswahlkampf 2006 bekommen sollten. Eine dieser Kandidatinnen war ich. Mein Profil: Junge Studentin mit Migrationshintergrund, die im Wahlkampf die Themen Bildung und Integration besetzt.

Wie es dazu kam? Im Grunde war es Glück, aber auch ein klein wenig Pech. Vor allem aber die Tatsache, dass ich mir meine Themen damals nicht selbst ausgesucht hatte. Aber der Reihe nach: Nach meinem wenig ruhmreichen ersten Auftritt bei der Auftaktveranstaltung zur Landtagswahl sprach mich die Inhaberin einer Werbeagentur an. Dafür bin ich bis heute dankbar, denn ehrlich gesagt stand ich mit sehr wenig da. Ganz genau genommen mit nichts. Meine Eltern hätten mir in dem Moment sicher gerne geholfen – aber leider sind sie keine Politikstrategen. Jemand mit einer eigenen Werbeagentur war für mich demnach ein Geschenk des Himmels. Allerdings mit schlechten Nachrichten. Denn sie gab mir damals nach der Veranstaltung unmissverständlich zu verstehen, dass wir sowohl an mir als auch an meiner Strategie für den Wahlkampf arbeiten müssen. So vereinbarten wir einen Termin zum Brainstorming. Nach einer kurzen Anamnese standen »meine« The-

men fest: Als angehende Studentin passe das Thema Bildung zu mir, als Frau natürlich irgendwie auch das Thema Familie und aufgrund der Biografie meiner Eltern das Thema Integration. Spoiler: Nur weil bestimmte Themen deine Lebensrealität abbilden, sind es nicht automatisch deine Themen.

## Eine Entscheidung und ihre Folgen

Aber so wurde ich damals positioniert, und dementsprechend wurde auch mit mir diskutiert. Es dauerte nicht lange, bis die leise Ahnung in mir aufkeimte, dass ich weder im Themenfeld Migration und Integration noch in den daran angrenzenden Fragestellungen wirklich zu Hause war. Weder bin ich besonders »türkisch« erzogen worden, noch spielte Religion in meinem Elternhaus eine Rolle. Es handelte sich dabei lediglich um Themen, die in der Annahme für mich ausgesucht wurden, ich könne sie »authentisch« verkörpern und »glaubwürdig« rüberbringen. In Wahrheit war das Gegenteil der Fall. Denn jemand anderes hatte diese »meine« Themen für mich gesetzt, und ich selbst konnte mich nicht damit identifizieren. Authentisch fühlte sich die ganze Situation erst recht nicht an.



Nur wenn du deine Themen setzt, kannst du sie auch glaubwürdig vertreten.

Was war das Problem? Nicht ich habe meine Agenda und meine Themen bestimmt, sondern andere. Diese Situation ist zuge-

gebenermaßen speziell, aber sicher kein Einzelfall. Im Prinzip kann so etwas jede\*n in der ein oder anderen Form betreffen. Denn es gibt viele Menschen, die bewusst oder unbewusst Erwartungen an uns haben. Sie sehen vielleicht Dinge in uns, denen wir selbst keinen hohen Stellenwert einräumen oder die unbedeutend für uns sind. Die Öffentlichkeit, das Publikum, eine Partei, manchmal auch die eigenen Eltern, Familienmitglieder oder Freund\*innen. Zuschreibungen, Klischees und falsche Erwartungshaltungen prägen, wie andere uns als Personen wahrnehmen, und es gibt immer wieder Situationen, in denen wir aus dem einen oder anderen Grund diese Erwartungshaltungen erfüllen. Angefangen bei der Wahl des Studienfaches oder Berufs über die Wahl des Arbeitgebers bis hin zu Entscheidungen, bestimmte Aufgaben oder Aufträge zu übernehmen – dabei ist die Bestimmung der eigenen Position und der eigenen Themen essentiell und etwas, das wir nur selbst entscheiden können.

Situationen wie die, in der ich mich damals befand, sind wahrscheinlich eher die Norm als die Ausnahme. Denn viele Gelegenheiten und Chancen bieten sich uns im Leben mehr oder weniger zufällig, und wir entscheiden uns für etwas manchmal aufgrund der Ermangelung von Alternativen. Oft besteht die Herausforderung dann darin, im Nachhinein einen tieferen Sinn hinter den ganzen Entscheidungen der Vergangenheit zu finden, die einen dorthin geführt haben, wo man gerade ist.



Entscheidungen sind Eckpfeiler. Sind diese erst einmal gesetzt, dann ist die Richtung klar.

Ich musste schmerzhaft am eigenen Leib erfahren, welche drastischen Auswirkungen unreflektierte Entscheidungen auf das eigene Leben haben können. Wenn du erst einmal in so einer Schiene drin bist, musst du es nämlich auch wirklich durchziehen. In meinem Fall bedeutete das: Nachdem meine Themen damals im Wahlkampf gesetzt waren, folgten zahlreiche Einladungen zu Veranstaltungen, die zu »meinen« Themen passten. So tingelte ich von Vereinen zu Verbänden, die alle Migrant\*innen als Zielpublikum hatten. Ich versuchte, mich und meine Mission, so gut es mir möglich war, zu verkaufen. Nebenbei bemerkt waren Podiumsdiskussionen an sich damals noch enorm schwierig für mich. Ich hatte weder Erfahrung damit noch den nötigen Weitblick, um an die Sache heranzugehen. Und nicht zuletzt fehlte mir ja auch schlicht die tiefergehende Auseinandersetzung mit den Themen. So traf ich bei den Diskussionen immer wieder auf Expert\*innen, die sich seit vielen Jahren mit dem jeweiligen Thema beschäftigt hatten und darin logischerweise sehr viel sattelfester waren als ich. Zur Diskussion über ein Migrationsgesetz konnte ich erschreckend wenig beitragen. Das wurde in dem Moment nicht nur mir selbst klar, sondern leider auch allen anderen Anwesenden. Auch zu persönlichen Fragen, die vollständig neu für mich waren, musste ich etwas überforderte Stellung beziehen: »Trägt deine Mutter ein Kopftuch?« Bis zu diesem Zeitpunkt war immer allen, die mich kannten, einigermaßen klar gewesen, dass ich nicht aus einem besonders orthodoxen Haushalt stamme. Nun aber wurde ich mit Fragen konfrontiert, die ich mir selbst noch nie in meinem Leben gestellt hatte. Die sogenannte Kopftuchdebatte war damals hochaktuell. Und so

wurde ich häufig gefragt: »Sollen Lehrerinnen ein Kopftuch im Schulunterricht tragen dürfen?« Meine Antwort lautete wahrheitsgemäß: »Ich persönlich war auf einer katholischen Mädchenschule. Dort gab es auch Nonnen, die ihre Kopfbedeckung im Unterricht trugen. Ich finde, dass es selbstverständlich ihre freie Entscheidung bleiben sollte, ob sie das auch in Zukunft machen wollen – das ist schließlich Ausdruck ihres persönlichen Glaubens.« Diese Situationen begegneten mir im Wahlkampf ständig: Ich wurde auf Themen angesprochen, die in meiner persönlichen Lebensrealität entweder keine Rolle gespielt hatten oder so selbstverständlich waren, dass ich mir nie darüber Gedanken gemacht hatte. Ich hatte mich mit den Themen, die ich dann repräsentieren sollte, schlichtweg nicht in der Intensität beschäftigt, dass ich in der Lage war zu diskutieren. Natürlich habe ich es im Laufe des Wahlkampfs gelernt, aber diese Situation zeigt: Wenn du deine Agenda nicht selbst bestimmst, bestimmt sie jemand anderes!

So verloren und fremdbestimmt, wie ich mich damals gefühlt habe, sollte sich kein junger Mensch fühlen, wenn er in die Öffentlichkeit tritt. Und natürlich auch kein nicht mehr ganz so junger. Das muss auch nicht sein. Genau aus diesem Grund habe ich mich dazu entschlossen, dieses Buch zu schreiben. Denn rückwirkend wurde mir klar, dass die entscheidende Frage lautet: Wie gelingt es mir, meine eigenen Themen und meine eigene Agenda zu besetzen? Dabei ist es ganz egal, ob es darum geht, eine politische Kampagne auf den Weg zu bringen, sich auf die berufliche Karriere vorzubereiten oder seinen persönlichen Lebensweg zu gestalten. Mein Ziel ist es zu vermitteln, wie du dich nachhaltig und stark positionieren kannst, um