
Vorwort zur 2. Auflage

Die erste Auflage erschien 2012 ausschließlich als E-Book. Den vielen Anfragen nach einem gedruckten Buch möchte ich mit dieser zweiten Auflage nachkommen. Dazu fand ich mit Springer Gabler einen renommierten Verlag, der das Buchprojekt intensiv unterstützt hat. Besonderer Dank gilt dabei Frau Buttkus für ihr Engagement und die stete Diskussionsbereitschaft.

Die zweite Auflage wurde aber auch durch die verlagstypische Strukturierung gegenüber der ersten Auflage aufgewertet und für den Leser lesbarer. Diese beinhaltet eine Zusammenfassung vor jedem Kapitel. Zusätzlich wurden auf Hinweise der Leser hin weitere „Promi-Beispiele“ im Kapitel „Positionierung“ hinzugefügt und das Praxisbeispiel Stephan S. noch klarer vom eigentlichen Text unterscheidbar gestaltet. Die Checklisten zur Erarbeitung des persönlichen Marketingplans und der eigenen Positionierung bieten in der Druckversion noch mehr Raum für die eigenen Kommentare und müssen im Vergleich zum E-Book nicht mehr separat von der Internetseite geladen werden.

Das Buch richtet sich zum einen an Berufseinsteiger, die ihren Weg an die Spitze strukturiert und bewusst gehen möchten. Die sich nicht auf Vorgesetzte und Zufälle verlassen, sondern selbstbestimmt die eigene Entwicklung und die Darstellung der eigenen Performance aktiv betreiben. Des Weiteren richtet es sich an gestandene Manager, die nach einiger Zeit in einer Branche oder einem Unternehmen nochmals eine Neupositionierung vornehmen wollen. Sie werden in dem Buch viele wichtige Impulse erhalten. Das Wesentliche an dem Thema Eigenpositionierung ist das Einlassen und die bewusste Auseinandersetzung mit der eigenen Karriere, der eigenen Performance und der persönlichen Positionierung. Starten Sie jetzt und werden Sie zum Manager in eigener Sache.

im September 2013

Wolfram Schön

Vorwort zur 1. Auflage

Karriere gestalten heißt heute, aktiv an der eigenen Karriere und der persönlichen Entwicklung zu arbeiten – initiativ und selbstbestimmt. Die Zeit der lebenslangen Mitarbeiterschaft in ein und demselben Unternehmen ist für die meisten Abklatsch einer vergangenen Vorstellung fremdbestimmter beruflicher und persönlicher Planung.

Eigenpositionierung und Personenmarketing ist nicht die häufig verwendete Formel „neue Brille, neues Outfit, neue Frisur – schon passt alles“. Eigenpositionierung ist ein ganzheitlicher Ansatz und basiert auf den Vorgehensweisen des Produktmarketing. Sie, das „virtuelle Produkt“, sind charakterisiert durch Ihre Stärken, Arbeitsweisen und Werte, durch Ihre Persönlichkeit und durch Ihren Erfahrungshorizont. **„Sie sind Ihr eigenes Produkt.“** Dieses „virtuelle Produkt“ gilt es entsprechend zu vermarkten. Eine klare Zielsetzung, eine durchhaltbare Positionierung (Image), eine klare Strategie und eine konsistente Kommunikation in Netzwerke hinein sind die Meilensteine einer erfolgreichen Selbst-Vermarktung. Um eines gleich vorwegzunehmen: Personenmarketing hat nicht zum Ziel, den Menschen zu materialisieren. Vielmehr betrachten Sie sich selbst als Ganzes, analysieren Ihre Performance und kreieren ein klar erkennbares Bild Ihrer Person.

Erfolgreiche Manager haben sich und ihre Karriere schon immer selbst gemagt, am Markt intuitiv richtig positioniert und vermarktet. Sie investierten in Schulungen, Coaches und Erfahrungen, nicht selten außerhalb fest gefügter Karriereplanungen der jeweils aktuellen Unternehmen.

Ziel dieses Buches ist es, Sie auf dem Weg zur gezielten Selbst-Vermarktung zu begleiten. Lassen Sie sich auf diesen Weg ein. Machen Sie sich persönlich und Ihre Performance wahrnehmbar. Beschreiten Sie Ihren persönlichen Weg – selbstbestimmt und ich-orientiert. Gehen Sie konsequent und initiativ an das Managen Ihrer eigenen Karriere und Ihrer Wahrnehmung in der Öffentlichkeit. Werden Sie

zum Manager in eigener Sache. Und noch eines: Warten Sie nicht auf Ihren Chef oder andere Personen, denn die sind gerade mit ihrer eigenen Karriere beschäftigt.

im November 2012

Wolfram Schön

Erfolgsfaktor Eigenpositionierung

Karriere neu gedacht

Schön, W.

2014, X, 132 S. 43 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-02857-2