

### Buchtipp



Arnd Zschiesche und Oliver Errichiello sind Geschäftsführer des Büros für Markenentwicklung in Hamburg und gehören zu den führenden Experten für wissenschaftliche Markenführung im deutschsprachigen Raum.

#### Lernen von den Spezialisten

Das Buch ist für mich als Karrierecoach etwas vom Lehrreichsten, was ich zum Thema Personal Branding gelesen habe, obwohl oder vielleicht gerade, weil es nicht um das Branding von Personen geht. Markenführung und Werbung wird von Produkt- und Dienstleistungsunternehmen schon viel länger betrieben als im Bereich der Positionierung von Menschen. Der amerikanische Bestseller-Autor Tom Peters hat im Jahr 1997 in seinem Artikel «The Brand called You» den Begriff «Personal Brand» zum ersten Mal erwähnt. Sehen wir also, ob und was wir von den Markenspezialisten aus anderen Bereichen lernen können.

#### Marke ist ein Leistungsversprechen

Das Buch bringt auf höchst unterhaltsame Weise und anhand von vielen Beispielen auf den Punkt, was Marke eigentlich ist: Ein Leistungsversprechen. Oft wird Markenarbeit oder auch Werbung, mit dem sie oft verwechselt wird, stattdessen vor allem mit einem kreativen Auftritt und der Emotionalisierung der Zielgruppe in Verbindung

gebracht. Die Autoren beziehen sich immer wieder auf das Buch von Rosser Reeves aus den 60-er Jahren des letzten Jahrhunderts: «Werbung ohne Mythos». Es handelt sich um ein Standardwerk der Werbeliteratur und konkretisiert, worum es bei Werbung geht: Kunden für ein Produkt oder eine Dienstleistung zu finden. Er hat als einer der ersten die Wirkung von Werbung in Hinblick auf dieses Ziel gemessen. Es geht ihm also nicht um Bekanntheit in der Breite, nicht um Unterhaltung und auch nicht um Kreativität, die dann in Werbezirkeln mit Awards ausgezeichnet wird - sondern allein darum, ob Werbung potentielle Kunden erreicht und überzeugt.

#### Wissen, wer ich bin und was ich kann

Und was können wir darauf für unser Personal Branding lernen? Auch bei der eigenen Positionierung geht es um ein Leistungsversprechen; eine langfristig gezeigte, konstante Leistung, die als solche kommuniziert wird. Voraussetzung dafür ist, dass ich weiß, wer und wie ich bin, was ich zu bieten habe und was mich im Vergleich zu anderen auszeichnet. Der bekannte Begriff des USP – Unique Selling Proposition wurde übrigens von Rosser Reeves geprägt.

Das Buch «Marke ohne Mythos» bietet Ihnen zwar keine Anleitung, wie Sie Ihre persönliche Marke aufbauen können, dafür aber ein fundiertes Verständnis von Marke. Denn oft verstehen wir Zusammenhänge besser, wenn wir sie ausserhalb unseres gewohnten Anwendungsbereiches betrachten.

Das Buch ist überdies auch sehr lehrreich und erhellend für Sie als Ziel von Markenbotschaften.

#Personal Branding, #Bewerbung, #Storytelling

Weitere Buchtipps zu Karrierethemen finden Sie auf meiner Homepage <https://karrierecoaching.ch/artikel/buchtipps/>

