

Lassen Sie mich ein Bild von Ihnen machen

«Aber Dein Bild auf der Homepage ist ja auch nicht grad neusten Datums.» Touché! Mein Kunde Remo (Name geändert) hat auf meine Kritik an seinem Foto auf dem Lebenslauf reagiert. Er war gegen die 50 und der Kandidat auf dem Foto seines Lebenslaufs ging locker als Anfang Dreissig durch. Aber ich kenne es aus eigener Erfahrung: Je älter wir werden, desto beleidigender sind Fotografien!

Peter Näf

Zürich, Oktober 2026

Viele meiner Kundinnen und Kunden hassen es, zum Fotografen zu gehen. Und dies, obwohl es im Fall von Remo Sinn macht, wenn Recruiter auf dem Lebenslauf eines Top-Spezialisten auch einen Kandidaten sehen, der wie ein erfahrener Senior wirkt.

Remo hatte Recht: Auch ich sträube mich seit über einem Jahr, zum Fotografen zu gehen. Dabei dürfte es meinen Kundinnen und Kunden gleichgültig sein, dass ich seit dem letzten Foto-Shooting einige Jahre älter geworden bin.

Wir machen uns immer ein Bild

Aber es geht uns allen vermutlich nicht um das Foto an sich, sondern darum, was die Betrachtenden damit machen. Denn erst in ihren Augen entsteht das Bild. Wir wissen, dass andere Menschen interpretieren und bewerten, weil wir es selbst auch tun.

Und so legen wir Wert darauf, dass die richtigen Bilder von uns im Umlauf sind. Damit meine ich nicht unsere Foto-Spur, die wir in sozialen Netzwerken hinterlassen, sondern die Bilder von uns in den Köpfen unserer Mitmenschen. In der Karrieregestaltung versuchen wir durch Selbstmarketing, unser Image in den Augen anderer aktiv zu gestalten. Inwieweit ist das möglich?

Die Frage erinnert mich an die folgende Aussage übers Schreiben, die sinngemäss Umberto Eco zugeschrieben wird: Sobald ein Text

veröffentlicht ist, gehört er nicht mehr dem Autor, sondern seinen Leserinnen und Lesern. Der Schreiber hat nur begrenzten Einfluss darauf, wie diese den Text verstehen.

Wir können zwar beeinflussen, welches Bild wir von uns zeigen. Aber wir können nicht kontrollieren, welches Bild andere daraus machen.

Das Bild entsteht beim Betrachter

Deren Bild sagt mehr über sie selbst aus als über uns. Denn wir können die Welt nur durch die Brille unserer Erfahrungen, Einstellungen und Überzeugungen sehen. Aber keine Sorge: Dies befreit Sie vom Zwang, perfekt wirken zu müssen. Nehmen Sie Einfluss, wo dies möglich ist.

Im Karrierekontext sollten wir zwar von erfahrenen Führungskräften und Recruiting-Spezialisten erwarten dürfen, dass sie sich der Wahrnehmungs- und Beurteilungsfehler bewusst sind und entsprechend vorsichtig urteilen. Damit rechnen können wir aber nicht.

Was bedeutet dies nun für Ihr Selbstmarketing? Machen Sie sich im persönlichen Umgang erlebbar und, wenn dies nicht möglich ist, durch das Erzählen Ihrer Geschichten. Damit senden Sie die besten Bilder aus, die Sie zu bieten haben. Mehr können Sie nicht tun. Zwei Voraussetzungen müssen allerdings erfüllt sein: Sie müssen sich selbst gut kennen und sich selbst gut finden. Wer sich selbst nicht mag, sendet das aus. Authentisches Selbstmarketing beginnt mit einer positiven Beziehung zu sich selbst.

Was nicht funktionieren dürfte, ist ein Bild auszusenden, von dem Sie glauben, andere möchten es sehen. Für solche Bilder haben die meisten Menschen ein erstaunlich gutes Sensorium.

[#standortbestimmung](#) [#aktivekarrieregestaltung](#) [#selbstbewusstsein](#)

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

