

Selbstmarketing: Stärken und Wünsche sichtbar machen für den beruflichen Erfolg

Worum geht es?

Auf der Suche nach der passenden Stelle oder beruflichen Zufriedenheit liegt der erfolgversprechendste Weg darin, sich an den eigenen Stärken, Wünschen und Leidenschaften zu orientieren. In einer Zeit, in der der Arbeitsmarkt immer komplexer, schnelllebig und anspruchsvoller und Karrieren immer weniger planbar werden, können Sie nur mit einer Sache punkten, nämlich mit Ihrer Einzigartigkeit. Eine Anpassung an die Anforderungen des Arbeitsmarktes, die so genannte Employability, vor allem in Form von austauschbaren Standard-Lebensläufen, ist nicht mehr zielführend.

Das Gesamtbild Ihrer Erfahrungen, Ihres Wissens und Ihrer Persönlichkeit lässt ein Angebot entstehen, das, wenn Sie es clever „vermarkten“, zum Erfolg führen wird. Sie sind quasi eine Unternehmerin oder ein Unternehmer, die oder der etwas zu „verkaufen“ hat, was es sonst nirgendwo gibt.

Das ist der eigentliche Kern von Selbstmarketing: erstens das Verstehen darüber, dass Sie selbst es sind, die oder der bestimmt, was Sie wo, wie, für wen, wann und aus welchem Grunde tun wollen – im Rahmen Ihrer Möglichkeiten. Und zweitens: Machen Sie sich für andere sichtbar und begreifbar.

Ein erfolgreiches Selbstmarketing beinhaltet folgende fünf Schritte:

1. Sie sollten für sich klar haben, was Sie können, was Ihre Stärken und Fähigkeiten sind, worin Ihr individuelles Wissen und Ihre Erfahrungen bestehen. Was ist Ihr Angebot an ein Unternehmen? Welche Erfahrungen, welches Wissen, welche Fähigkeiten legen Sie in die Waagschale? Ein Arbeitgeber muss verstehen können, **wer Sie sind, was Sie können und was Sie anzubieten** haben. Damit arbeiten Sie ein individuelles Profil von sich heraus, das Sie für Ihre Bewerbungsunterlagen, aber auch bei allen Networking-Aktivitäten benötigen.
2. Außerdem ist es wichtig, dass Sie ein klares Bild davon haben sollten, **welche Art von Tätigkeit Sie bei welchem Arbeitgeber** ausüben möchten. Wie müssen Ihr Job und Ihre Arbeitsumgebung beschaffen sein, damit Sie gut arbeiten können? Bei welcher Art von Tätigkeit blühen Sie auf? Welche beruflichen Ziele verfolgen Sie? Gehalt, Position, Image des Arbeitgebers usw. sind wichtige Rahmenbedingungen. Haben Sie das für sich klar definiert, erleichtert das die passgenaue Jobsuche.
3. Verfolgen Sie eine **Jobsuchstrategie, die zu Ihnen passt**. Empfehlenswert ist eine Kombination aus verschiedenen Strategien, wie Bewerbung auf Stellenanzeigen, Initiativbewerbung bzw. Direktansprache von Arbeitgebern, die Sie interessieren und natürlich das Netzwerken. Das kann bedeuten, dass Sie persönlich oder in Online-Netzwerken (wie Xing oder LinkedIn) wichtige neue Kontakte knüpfen, alte Kontakte in Ihrem Bekanntenkreis reaktivieren oder sich auf Firmenmessen präsentieren.
4. Bereiten Sie Ihre **Bewerbungsunterlagen professionell** auf. Das heißt: keine Form- oder Rechtschreibfehler, eine übersichtliche Struktur, Vollständigkeit und vor allem: Werden Sie konkret und bringen Sie die wichtigsten Aussagen auf den Punkt, angepasst an das, was für den Arbeitgeber relevant ist. Vermeiden Sie lange Ausführungen der

Dinge, die Sie schon gemacht haben in Ihrem Leben, benennen Sie klar und konkret Ihre Erfahrungen, Ihr Wissen und Ihre Fähigkeiten.

5. Egal, was Sie tun, um sich beruflich neu aufzustellen: Tun Sie es mit der richtigen **Haltung!** Das heißt: Engagement, Selbstbewusstsein, professionelles und freundliches Auftreten, Konzentration und Geduld. Und: Sie haben ein hochkarätiges Angebot im Gepäck und sind kein Bittsteller, der verzweifelt auf Jobsuche ist.

Finden Sie heraus, wer Sie sind und was Sie können!

Sie können systematisch oder intuitiv vorgehen, wenn Sie sich mit Ihren Stärken und Fähigkeiten, Ihrem Wissen und Ihren Erfahrungen beschäftigen. Wichtig ist nur eines: Lassen Sie nichts aus, schauen Sie wohlwollend auf all die Dinge, die Sie in Ihrem Leben schon gemacht oder erlebt haben, auf das, was Sie immer wieder interessiert und anzieht, was Sie gelernt und verstanden, was Sie geschafft, gemeistert und erfolgreich umgesetzt haben. Daraus entsteht dann ein Kanon an Wissen, Fähigkeiten und Erfahrungen, der Ihr **individuelles berufliches Profil** kennzeichnet.

Schauen Sie auf Ihre bisherige Biografie zurück und stellen Sie sich folgende Fragen (beziehen Sie das ruhig auch auf das Private, denn auch Ihr Privatleben gestalten Sie auf Grundlage Ihrer Fähigkeiten, Erfahrungen und Interessen):

- Welche Ausbildungen, Weiterbildungen und Qualifikationen habe ich?
- Welches (spezielle) Wissen habe ich in welchem Bereich/zu welchem Thema erworben?
- Wo, auf welchem Gebiet habe ich viele Erfahrungen gesammelt?
- Worin kenne ich mich gut aus, was geht mir immer leicht von der Hand?
- Worum wurde/werde ich häufig gebeten, da man mir diese Kompetenzen zuschreibt?
- Wofür wurde und werde ich oft gelobt?
- Zu welchem Thema/zu welcher Tätigkeit fühle ich mich immer wieder hingezogen?
- Wo, mit wem, bei welchen Tätigkeiten habe ich mich immer besonders wohl gefühlt?
- Was hat mir an meinen bisherigen Jobs besonders gut gefallen, was fiel mir besonders leicht?

Wo, wie, was will ich arbeiten?

Schauen Sie in die Zukunft und überlegen Sie sich, wie Ihr idealer Arbeitsplatz aussehen sollte oder stellen Sie sich vor, dass Sie als alte Frau/als alter Mann auf Ihr (berufliches) Leben zurückblicken. Wie soll es gewesen sein?

- Was ist Ihnen an Ihrem Job wichtig? Oder anders gefragt: Was brauchen Sie **mindestens**, um sich für einen Job/eine Tätigkeit zu entscheiden?: Ein hohes Gehalt? Nette Kollegen? Die Nähe zum Wohnort? Spannende Aufgaben? Verantwortung? Autonomie? Macht? Die Möglichkeit, immer wieder Neues zu lernen, sich weiterzubilden oder etwas gestalten können? Einen vorhersehbaren, möglichst gleichbleibenden Tagesablauf? Ein eigenes Büro? Einen sicheren Arbeitsplatz, eine unbefristete Stelle? Einen Job, der mich körperlich/geistig nicht zu sehr beansprucht, so dass ich mehr Energie für mein Privatleben habe?

- Es gibt hierbei kein richtig oder falsch. Alles ist erlaubt. Sie legen zunächst fest, was Sie brauchen, was Ihnen wichtig ist.
- Welche Probleme möchte ich lösen? Welche Arten von Tätigkeiten will ich ausüben? Mit welchen Aufgaben/Problemstellungen soll sich das Unternehmen beschäftigen, bei dem ich arbeiten will?
 - Wie soll das Arbeitsumfeld, sollen die Rahmenbedingungen beschaffen sein? Ein internationaler Konzern oder lieber ein kleiner Familienbetrieb? Arbeiten Sie angestellt oder lieber auf selbstständiger Basis? Für welche Arten von Organisationen/Unternehmen möchte ich tätig sein? Wie sollte mein Arbeitgeber sein, welche Werte sollte er vertreten?
 - Wo möchte ich leben? Ausland? Stadt, Land?

Fragen Sie Freunde, Bekannte, die Familie...was glauben die, was Sie gut können und was sie brauchen? All das sind Möglichkeiten, um ein klares Bild bzw. Profil zu entwerfen, das Sie benötigen, bevor Sie sich überlegen, wie und auf welchen Wegen Sie dieses vermarkten.

Die Gestaltung Ihrer Bewerbungsunterlagen – ein Teil des Selbstmarketings

Ein Weg, sich eine Tätigkeit zu suchen, die den eigenen Wünschen und Leidenschaften entspricht, läuft nach wie vor über eine Bewerbung. Entweder – zunehmend, gerade bei großen Firmen – über die Online-Karriereportale der Unternehmen, wo Sie Ihre Daten eintragen müssen und meistens auch zusätzlich Ihre Bewerbungsunterlagen hochladen können. Oder aber immer noch über den klassischen E-Mail-Versand der **Bewerbungsunterlagen** und ganz selten nur noch postalisch, z. B. im Öffentlichen Dienst.

Bei jeder Art der Bewerbung besteht die Herausforderung, Ihr erarbeitetes berufliches Profil lesefreundlich, verständlich und übersichtlich auf den Punkt zu bringen – egal, ob es eine klassische, mehrseitige Bewerbung oder eine Kurzbewerbung ist. Wichtig ist hierbei Folgendes:

- Finden Sie einen schriftlichen und grafischen Stil, der zu Ihnen und zum Arbeitgeber passt.
- Achten Sie darauf, dass es keine Rechtschreib- oder Grammatikfehler gibt.
- Ihre vollständigen Kontaktdaten (Name, Adresse, Telefon, E-Mail-Adresse) gehören – gut lesbar – mindestens auf Anschreiben und Deckblatt.
- Investieren Sie in gute Fotos, denn – ob Sie wollen oder nicht – ein sympathisches und zugleich professionelles Foto wird den Betrachter positiv beeinflussen.
- Gestalten Sie Ihren Lebenslauf übersichtlich, chronologisch rückwärts (also das aktuellste zuerst), zum Beispiel nach Berufstätigkeiten/beruflichen Erfahrungen, Weiterbildungen, Studium und Ausbildung, Sprach- und Computerkenntnissen, Auslandsaufenthalten (wenn relevant), ehrenamtlichem Engagement, Veröffentlichungen/Vorträgen (wenn Sie bereits eine lange Publikationsliste haben, empfiehlt es sich, dafür eine extra Seite zu verwenden). Ihr Lebenslauf sollte nicht mehr als 2-3 Seiten umfassen und muss unterschrieben sein!
- Benennen Sie bei Ihren beruflichen Stationen in kurzen Worten Ihre Tätigkeiten/Aufgaben und natürlich Ihre Position, so dass sich der Arbeitgeber ein klares Bild machen kann.
- Achten Sie beim Anschreiben unbedingt auf kurze, verständliche Sätze – auf einer Seite! – mit den Informationen, die für den Arbeitgeber relevant sind. Welchen Nutzen hat er davon, wenn er Sie einstellt? Worin besteht Ihr Angebot? Warum bewerben Sie sich? Was ist Ihre Motivation? Das sind die Fragen, um die es hier geht. Es darf keine Nacherzählung Ihrer beruflichen Stationen sein.

- Überlegen Sie sich, welche Anlagen, also Zeugnisse und Zertifikate, für den Arbeitgeber bzw. für die Stelle interessant sein können. Beschränken Sie sich auf die Wichtigsten (max. 8-10 Dokumente) und bieten Sie lieber an, weitere bei Bedarf nachzureichen.
- Wenn Sie Ihre Bewerbung per E-Mail verschicken, sollten Sie alles in einer PDF-Datei zusammenfassen (max. 5 MB), mit ein, zwei Zeilen im E-Mail-Fenster und Ihren Kontaktdaten.

Wenn Sie den Weg über eine Initiativbewerbung nehmen, sollten Sie genauso vorgehen. Und: Hier ist es sogar noch wichtiger, ganz klar und präzise auf den Punkt zu bringen, was Sie dem Unternehmen anbieten und welchen Vorteil es hätte, wenn es Sie einstellen würde.

Noch wichtiger: Ihr persönlicher Auftritt!

Selbstmarketing umfasst weit mehr als nur das Gestalten professioneller Bewerbungsunterlagen. Noch wichtiger ist Ihr **persönliches Auftreten** – bei einem Vorstellungsgespräch, auf Firmenkontaktmessen, kurz: bei allen Begegnungen, bei denen es um Ihre berufliche Zukunft geht. Wie, als was, als wer präsentieren Sie sich?

Dabei spielen mehrere Dinge gleichzeitig eine Rolle: Kleidung, Umgangsformen, Gestik, Mimik, Körpersprache, Sprechweise/Stimme, Art der Gesprächsführung und der Darstellung Ihres Angebotes.

- Ihr äußeres Erscheinungsbild verrät schon Einiges. Welchen Kleiderstil wählen Sie? Legen Sie Wert auf teure Accessoires? Harmonisiert Ihr äußeres Bild mit Ihrem Auftreten und mit dem, was Sie sagen? Nutzen Sie Kleidung, um eine bestimmte Geisteshaltung zu präsentieren? Wählen Sie einen Stil, mit dem Sie sich wohlfühlen und der aber gleichzeitig zum Anlass passt und angemessen ist.
- Wie sicher sind Sie in den allgemeinen Umgangsformen? Kennen Sie die Does and Donts? Wie verhalten Sie sich, wenn Sie gerade nicht wissen, was richtig ist? Ein wenig Kunde der allgemeinen Höflichkeitsregeln gehört zu einem souveränen Auftritt dazu.
- Ihre Gestik und Mimik, Ihre Körperhaltung, Ihre Stimme und Sprechweise (Tempo, Lautstärke, Klangfarbe, Artikulation), ja selbst Ihr Gang, erzeugen ein Bild bei Ihrem Gegenüber. Das meiste davon steuern wir nicht bewusst, sondern ist geprägt durch unsere Persönlichkeit, aber auch durch unsere Erfahrungen und momentanen Stimmungen. Wenn Sie sich das ein oder andere jedoch einmal bewusst machen, z. B. durch eine Rückmeldung von Freunden, können Sie in einer Gesprächs- oder Kontaktsituation sehr viel damit steuern. Es macht einen großen Unterschied, ob Sie Ihrem Gesprächspartner aufrecht, zugewandt, lächelnd und mit direktem Augenkontakt gegenüber sitzen oder ob Sie gekrümmt, mit verschränkten Armen und ernster Miene beim Sprechen lieber an die Decke schauen.

So überzeugen Sie von Ihrem Angebot

Zur Vorbereitung für Vorstellungsgespräche oder jeder anderen Art von Präsentation, wo es um Ihre beruflichen Ziele geht, empfiehlt es sich, Antworten auf folgende vier Fragen zu haben:

1. Zu wem spreche ich?
2. Was ist mein Ziel?
3. Welche Botschaft soll rüberkommen?
4. Wie ist der Ablauf, wie gehe ich vor, wie strukturiere ich das, was ich sagen will?

Die gleichen Fragen können Sie auch bei der Gestaltung Ihrer Bewerbungsunterlagen verwenden. Im Grunde geht es immer darum, mit innerer Klarheit jemandem gegenüberzutreten, wenn man etwas von ihm will.

Was sind die Eckpfeiler erfolgreicher Überzeugungsarbeit?

- Zu allererst müssen Sie selber **von sich und Ihrem Anliegen überzeugt sein**. Denn, wie schon der französische Philosoph Joseph Joubert gesagt hat: „Nur der Überzeugte überzeugt.“ Wissen Sie genau, was sie wollen und warum? Gefällt Ihnen, was Sie sagen?
- Zum Aufbau einer **schlüssigen Argumentation** empfiehlt sich die Orientierung an den folgenden drei Fragen, die sich ein Personaler oder auch ein Kunde in der Regel stellt: Was kann die- oder derjenige? Wo hat sie/er das bewiesen? Was habe ich davon, wenn ich sie/ihn einstelle/beauftrage?
- Um zu überzeugen, müssen Sie **den Nutzen herausarbeiten, den der andere von Ihnen/Ihrem Angebot/Ihrem Anliegen hat**, denn soziale Beziehungen funktionieren nur, wenn sie wechselseitig sind und für beide Seiten einen Nutzen bringen. Hier ein paar Beispiele für Satzanfänge, mit denen Sie Ihren Nutzen übersetzen können: „Das heißt für Sie...“, „Das ermöglicht Ihnen...“, „Damit verbessern Sie...“, „Das bringt Ihnen...“, „Damit schaffen Sie...“, „Dadurch erhöhen Sie...“ usw.
- Dazu gehört auch, dass Sie sich überlegen, welche **Einwände** Ihr Gesprächspartner haben könnte. Wie können Sie diese entkräften? Mit welchen Reaktionen müssen Sie rechnen?
- Bauen Sie im Gespräch immer mal wieder den Namen Ihres Gesprächspartners ein. Halten Sie **Augenkontakt und lächeln** Sie. Verwenden Sie Wörter, die ganz nebenbei für gute Stimmung und Wohlwollen beim Gesprächspartner sorgen, wie „gern“, „einverstanden“, „richtig“, „danke“, „schön“, „natürlich“, „bitte“.
- Ganz wichtig ist auch die Stimmigkeit zwischen dem, was Sie sagen und wie Sie es sagen. Möchten Sie überzeugen, muss beides übereinstimmen, also **der Inhalt des Gesagten muss zu Ihrem Tonfall/Ihrer Stimme passen**.
- **Arbeiten Sie aktiv mit Ihrer Stimme**: Setzen Sie gezielt Betonungen. Verändern Sie Tonhöhe, Geschwindigkeit und Lautstärke. Verstärken Sie Ihre Botschaften mit passenden Gesten und dem entsprechenden Gesichtsausdruck. Machen Sie Sprechpausen – so ermöglichen Sie es Ihrem Zuhörer, Ihnen gedanklich zu folgen.
- Seien Sie aufmerksam, konzentriert und sensibel im Kontakt. Entwickeln Sie **ein Gespür für** den Charakter, die Bedürfnisse oder Zweifel des **anderen**. Möchten Sie Ihr Gegenüber für Ihr Anliegen ins Boot holen, müssen Sie zeigen, dass Sie ein echtes Interesse haben, ihn zu verstehen. Wichtigste Voraussetzung dafür ist: **aktives Zuhören!** Das bedeutet vor allem, nicht nur genau auf die Worte des anderen zu hören, sondern auch auf das, was nicht gesagt wird und zwischen den Zeilen mitschwingt. Wenn Ihr Gegenüber wahrnimmt, dass Sie seinen gefühlsmäßigen Zustand mitbekommen und berücksichtigen, wird er eher Sympathie entwickeln, es entsteht eine angenehme Gesprächsatmosphäre.
- Last but not least: Ein echt gemeintes Kompliment an der richtigen Stelle ist immer ein bewährter Türöffner.

Welche Kanäle nutze ich, um mein Angebot zu „vermarkten“?

Das Internet-Zeitalter hat die Möglichkeiten um ein Vielfaches erweitert, sich selbst der Öffentlichkeit zu präsentieren. Umso wichtiger ist es jedoch auch, bewusst im Blick zu halten, welche Informationen wirklich zielführend sind und was für jeden persönlich machbar ist.

Das beste Mittel der Wahl: sich vernetzen, alte Kontakte reaktivieren und pflegen, neue Kontakte knüpfen. Schauen Sie auf Ihren erweiterten Freundes- und Bekanntenkreis – wer könnte interessant oder wichtig für Sie sein? Wer könnte über weitere Kontakte verfügen, die er Ihnen weitervermitteln könnte?

Welche Wege gibt es, um auf sich aufmerksam zu machen?

- Soziale Netzwerke, wie Xing oder LinkedIn (ggf. auch Facebook oder Google+)
- Eigene Website
- Visitenkarten und/oder Flyer
- Bloggen und Twittern
- Artikel in Zeitungen/Zeitschriften
- Bücher schreiben
- Vorträge halten
- Besuch von Firmenkontaktmessen
- Mitgliedschaft in Verbänden, Vereinen, Clubs etc.

Welchen Weg auch immer Sie wählen, es geht im Grunde immer darum, sich für andere sichtbar und begreifbar zu machen, so dass diese verstehen können, wer Sie sind und was Sie anzubieten haben.

Insbesondere bei allen Aktivitäten im Internet ist es sehr wichtig, dass Sie nur seriöse und professionelle Fotos und Kommentare veröffentlichen. Denn dessen können Sie sich sicher sein: Wer auch immer Interesse an Ihnen hat, wird Sie googeln. Daher ist es empfehlenswert, dass Sie sich selber einmal googeln, um zu überprüfen, was über Sie im Internet berichtet wird. Finden Sie irrelevante, allzu private oder unprofessionelle Informationen, sollten Sie versuchen, diese zu löschen.

Bei allen Netzwerk-Aktivitäten (ob persönlich oder im Internet) ist es außerdem wichtig, auch tatsächlich zu netzwerken. Das klingt banal, aber viele glauben, dass das bloße Einstellen eines Xing-Profiles oder das einmalige Kaffeetrinken reicht, um das Kontaktnetz zu erweitern und Angebote zu bekommen. Sie müssen selber proaktiv andere Menschen ansprechen und hin und wieder auf Menschen auch öfter zugehen, sich immer mal wieder ins Gedächtnis rufen (ohne aufdringlich zu werden). Da gute Kontakte eine Vertrauensbasis haben, erfordert das Herstellen dieser durchaus Zeit.

Selbstmarketing in der Wissenschaft

Offen, vor allem auch an die breitere Öffentlichkeit gerichtet und zum Zwecke der beruflichen Weiterentwicklung über die eigene Forschung zu kommunizieren, ist in Deutschland noch nicht alltäglich. Wissenschaftskommunikation unter Einbezug der vielfältigen Medien, die es heute gibt, erfordert Zeit und auch die Bereitschaft, die Forschungsthemen über das eigene Fachpublikum hinaus verständlich aufzubereiten. Auf der anderen Seite können sich hierüber

jedoch gerade für Nachwuchswissenschaftler verschiedene Türen öffnen, um zum Beispiel den eigenen Namen mit einem bestimmten Thema öffentlichkeitswirksam zu verknüpfen, die eigenen wissenschaftlichen Artikel mit anderen, auch fachfremden Personen zu diskutieren und Kontakte zu Experten zu knüpfen.

Welche Wege bieten sich speziell für Wissenschaftler an?

Neben den üblichen wie:

- Fachvorträge auf Konferenzen/Tagungen
- Mitarbeit in wissenschaftlichen Vereinigungen
- Artikel, Bücher schreiben
- Professionelles Auftreten bei Arbeits- und Kooperationstreffen, Projektmeetings usw.

...bietet die **Wissenschaftskommunikation 2.0** diverse, weitere Möglichkeiten:

- Soziale Netzwerke bzw. Online-Communities speziell für Wissenschaftler. Neben der größten Wissenschaftler-Community www.researchgate.net, gibt es noch www.mendeley.com (Fokus auf Organisieren, Austauschen und Zitieren von Literatur, wissenschaftlichen Artikeln und PDF-Dokumenten) und www.thesisus.de (speziell für Doktoranden im deutschsprachigen Raum)
- Wissenschafts-Blogs, z. B. um über die neuesten Erkenntnisse, den weiteren Forschungsverlauf oder um vorab über eine größere Untersuchung zu berichten. Bekannte wissenschaftliche Blogs sind: www.forschungs-blog.de, www.scienceblogs.de, www.scilogs.de, <http://blogs.helmholtz.de> und www.academics.de/blog
- Wissenschafts-Podcast produzieren, auch hier z. B. <http://scienceblogs.de/wissenschaft-zum-mitnehmen>
- Finanzielle Unterstützung über Crowdfunding realisieren, in Deutschland insbesondere über die Plattform www.sciencestarter.de (vor allem jedoch für kleine Projekte und Themen mit einem sehr starken Praxis- und Alltagsbezug, nicht für Grundlagenforschung). Allgemeine Informationen finden Sie vor allem hier: www.crowdfunding.de

Darüber hinaus haben Sie die Möglichkeit, bei Science-Slams aufzutreten. Informationen finden Sie hier: www.scienceslam.org und www.scienceslam-im-wissenschaftsjahr.de.

Schlusswort

Wenn es um Arbeit geht, reden viele immer von Erfolg. Und ein Großteil meint damit meistens, eine angesehene Position zu haben, genügend Geld auf dem Konto zu haben, bei einem großen bzw. renommierten Arbeitgeber beschäftigt zu sein oder in den Medien präsent zu sein bzw. berühmt zu werden. Treten diese Dinge nicht ein, entsteht meist das Gefühl, es im Leben zu nichts gebracht zu haben. Wenn Sie also über Ihre Stärken nachdenken und darüber, wie Sie daraus etwas machen können, haben Sie die Chance, Erfolg ganz persönlich für sich selbst zu definieren. Vielleicht ergeben sich dann völlig neue Perspektiven und Sie kommen zu dem gleichen Schluss, wie Bob Dylan: „Ein Mensch ist erfolgreich, wenn er zwischen Aufstehen und Schlafengehen das tut, was ihm gefällt.“

Quellen/weiterführende Literatur:

Bolles, Richard Nelson (2007):

Durchstarten zum Traumjob. Das ultimative Handbuch für Ein-, Um- und Aufsteiger. Campus Verlag, Frankfurt/New York.

Hesse/Schrader (2012):

Das große Hesse/Schrader Bewerbungshandbuch. Alles, was Sie für ein erfolgreiches Berufsleben wissen müssen. Stark Verlag.

Academics (abgerufen am 13.11.2014):

„Wissenschaftler im Netz – Erfolgreiches Selbstmarketing in der Wissenschaft“:

www.academics.de/wissenschaft/wissenschaftler-im-netz-selbstmarketing-wissenschaft_57245.html?wt_cc1=Artikel.Selbstmarketing_in_der_Wissenschaft&wt_mc=academics_de.extern.newsletter.academics.luf.academics.selektion.2014-07-17&wt_mc=academics_de.extern.newsletter.academics.luf.academics.selektion.2014-07-17&c=156940&si=hJwnmVVT4jqE2IH1q4bXWpX17UC4QpTkZxFyNhSAhRCbqGD1Z2DBXPvjDA8tnbu4v4fbByo1DJAQS1EIqqHQ