

## Interne Positionierung

Sich in seinem eigenen Unternehmen zu positionieren ist wichtig. Für den Erfolg, manchmal fürs Überleben, manchmal um Neues zu beginnen. Eine Position zu haben – Kraft der Hierarchie – heißt noch lange nicht, auch wirklich mit von der Partie zu sein.

Durch den Kampf um Budgetmittel, Mitsprache und informelle Informationen, wird persönliche Positionierung innerhalb des Unternehmens unumgänglich. Dabei gilt es, zwei Grundprinzipien klug zu balancieren: Interesse und Anziehung zu erzeugen und genau zu wissen, wer Sie kennen und schätzen sollte.

Ersteres zu generieren heißt, Inhalte, Ergebnisse oder Nutzen zu produzieren und Zweiteres, diese auch am richtigen Ort, in der geeigneten Tonlage und Lautstärke zu kommunizieren.

**Begeisterung** Wie macht man das am besten? Andere zu beeindrucken gelingt sowohl durch Druckerzeugen als auch durch Infektion: Also durch Anstecken und Mitreißen. Nachhaltigkeit beweisen Mittel der Infektion: Wie zum Beispiel Begeisterung, Glaubwürdigkeit, Mut. Kurz: ein gewinnender Managementstil.

Um die interne Positionierung zu planen oder zu überdenken sind drei Ebenen zu beachten:

– **Unternehmensebene** Welche persönliche Positionierung lässt Ihre Unternehmenskultur zu? Die Art der Kultur ist ausschlaggebend dafür, welche impliziten Deutungs- und Handlungsmuster legitim sind.

Je nach dem, ob Sie in einem Familienunternehmen, in einem globalen Beratungsunternehmen oder in der Verwaltung tätig sind, gelten andere Spielregeln und Gesetze. Es lässt verschiedene Positionierungsvorgänge zu oder auch nicht. Die Unternehmenskultur bildet somit Ihren Rahmen.



**Counselor** Susanna Wieseneder

– **Geschäftsfeldebene** Die Leistungsfähigkeit und die Zusammenarbeit mit Ihrem Team stellen den nächsten Schritt der Positionierungsarbeit dar. Folgen Sie in Ihren Alltagshandlungen Ihrer Strategie? Welche Themen und Ergebnisse werden Sie priorisieren, um Ihren Verantwortungsbereich zu prägen? Auf dieser Ebene wird das inhaltliche Profil erstellt, das es Ihnen als Manager erleichtert, Inhalte zu kommunizieren.

– **Persönliche Ebene** Hier geht es um Ihre ganz persönliche Rolle. Wie wollen Sie diese in Ihrer Unternehmenskultur mit den erarbeiteten Inhalten nun persönlich glaubwürdig und wirkungsvoll darstellen. Hier sind neben Ihrer Persönlichkeit auch Mechanismen der Reputationssteuerung und die Nutzung von Beziehungsnetzwerken von Relevanz.

Die interne Positionierung ist die Voraussetzung für eine erfolgreiche persönliche Öffentlichkeitsarbeit. Und sie ist schließlich der Herd der Infektion.

**Mag. Susanna Wieseneder** ist Fachbuchautorin und Lektorin. Sie arbeitet als Personal Counselor für Manager und Managerinnen aus internationalen Führungsetagen. Reaktionen per eMail an: [karriere@kurier.at](mailto:karriere@kurier.at)