



DIE HR-MARKE: SO STÄRKEN SIE DIE INTERNE WIRKUNG

JobCLOUD

DR. PETRA@WÜST

SELF BRANDING • LEADERSHIP CONSULTING

Januar 2026

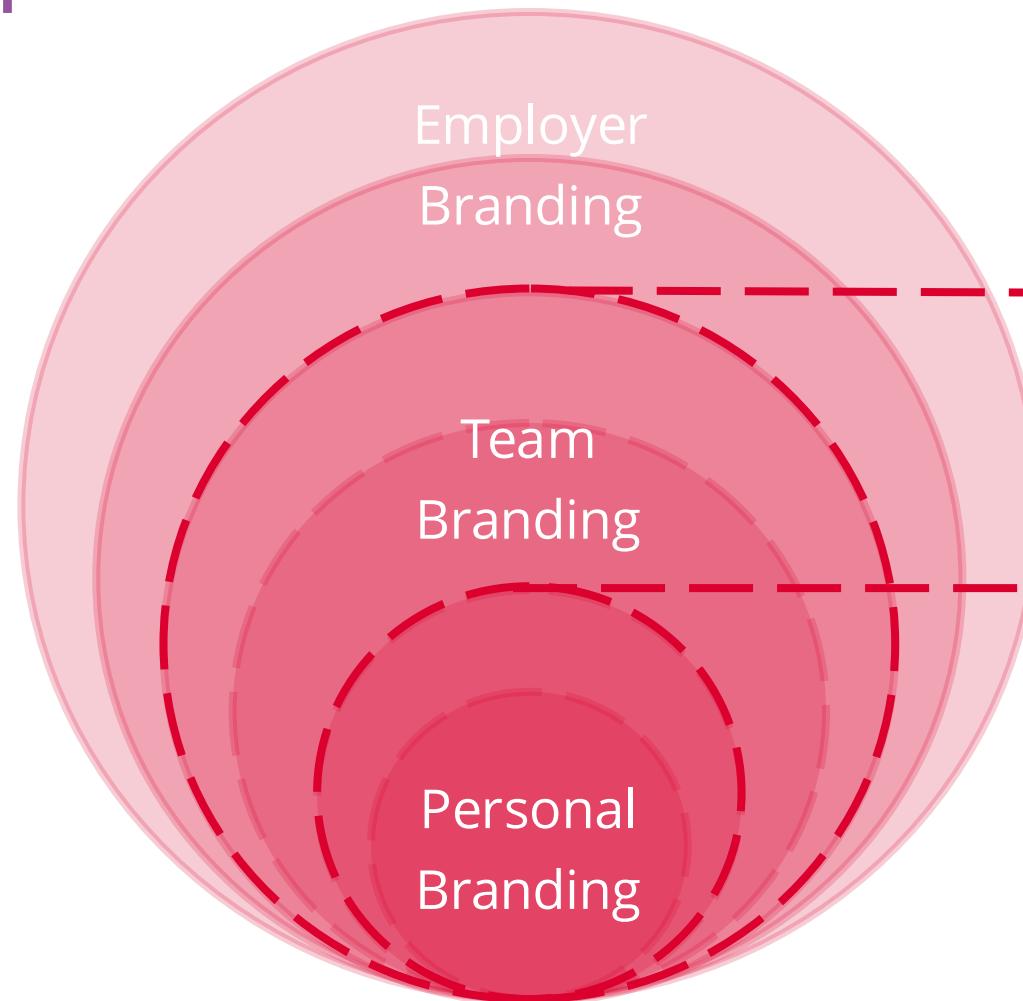
2x3 Ebenen

Ziel auf jeder Ebene

In den Köpfen der Menschen ein ganz konkretes Bild hervorrufen.

Wirkung nach innen und aussen

Jede Ebene lässt sich in 2 Teile unterteilen: innen und aussen.



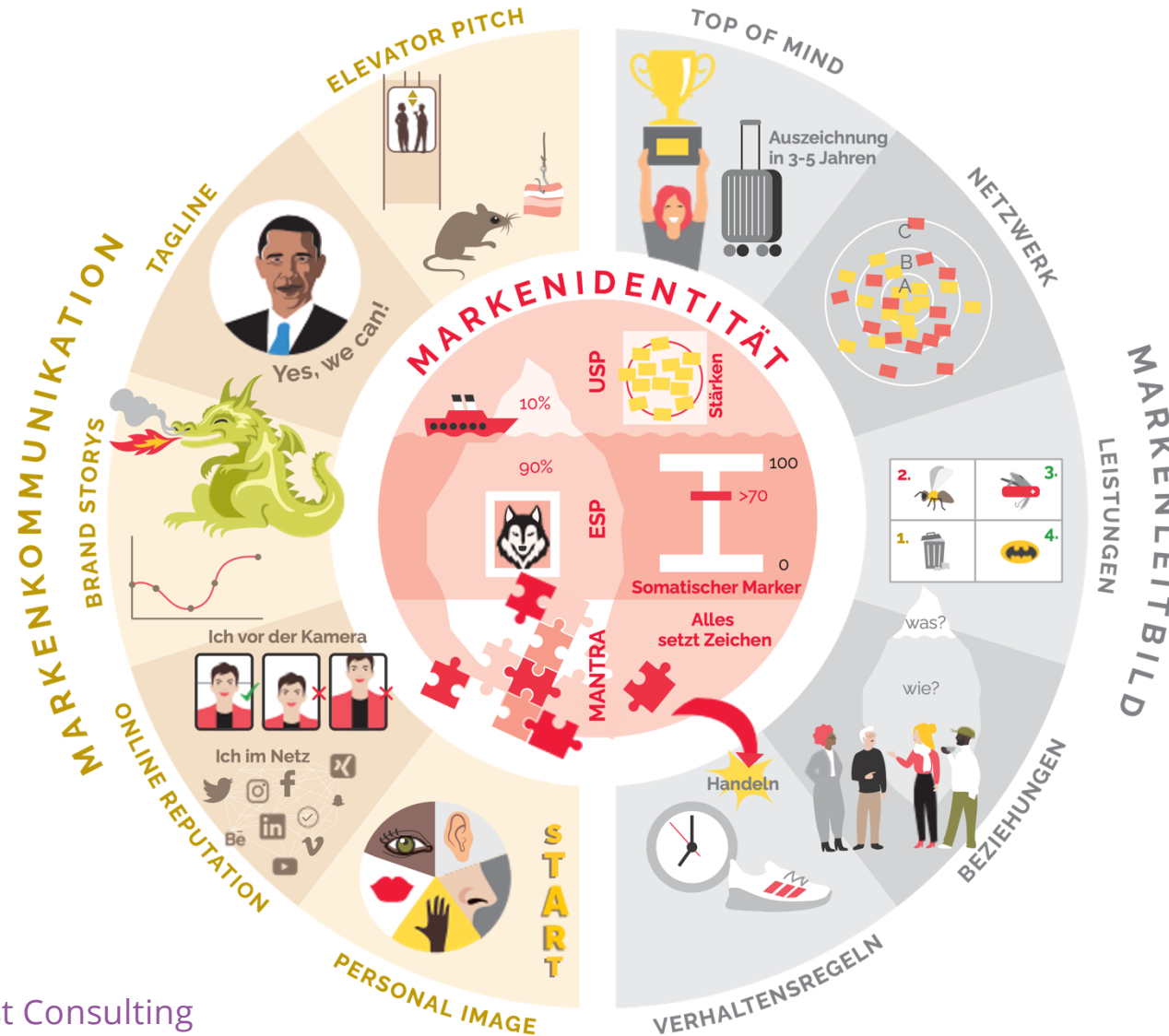
Wofür stehen wir **als Arbeitgeberin**? Was macht uns besonders? Wer passt zu uns?

Wofür stehen wir **als Team**? Was macht uns aus? Wer passt zu uns?

Wofür stehe ich **als Person**? Was macht mich besonders? Wer passt zu mir?

Self Branding Model

BY PETRA WUEST®





2

3

4

5



7

8

9

10



12

13

14

15



JobCLOUD Contribution-Visibility-Matrix





Arbeitsbezogener Mehrwert

Fluktuation reduziert, externe Recruitingkosten gesenkt, BGM aufgesetzt, offene Stellen schneller besetzt.

Emotionaler Mehrwert

Persönliche Nachricht an neue Mitarbeitende vor dem ersten Arbeitstag, niederschwellige Ansprechbarkeit, Diskretion wahren und Vertrauen schützen, Führungskräfte auf schwierige Gespräche vorbereiten.

Verhaltensregeln

Wie wollen wir uns als Team (also jedes einzelne Mitglied) verhalten, damit unser **Team-Mantra** erlebbar wird?



Gegen innen, unter uns
Teammitgliedern

Gegen aussen, gegenüber
unseren Stakeholdern

2 Arten von Geschichten

Signature stories

Wer wir sind und was uns motiviert; unsere Erfahrungen.



Success stories

Welche Erfolge unser Team erzielt hat und welchen Beitrag wir zum Ganzen leisten.

Das braucht ein starker Pitch



Hook

Einstieg, der überrascht oder neugierig macht.



Bild

Menschen merken sich Geschichten, Bilder und konkrete Beispiele besser als vage Begriffe.



Nutzen

Was springt dabei für das Gegenüber heraus?



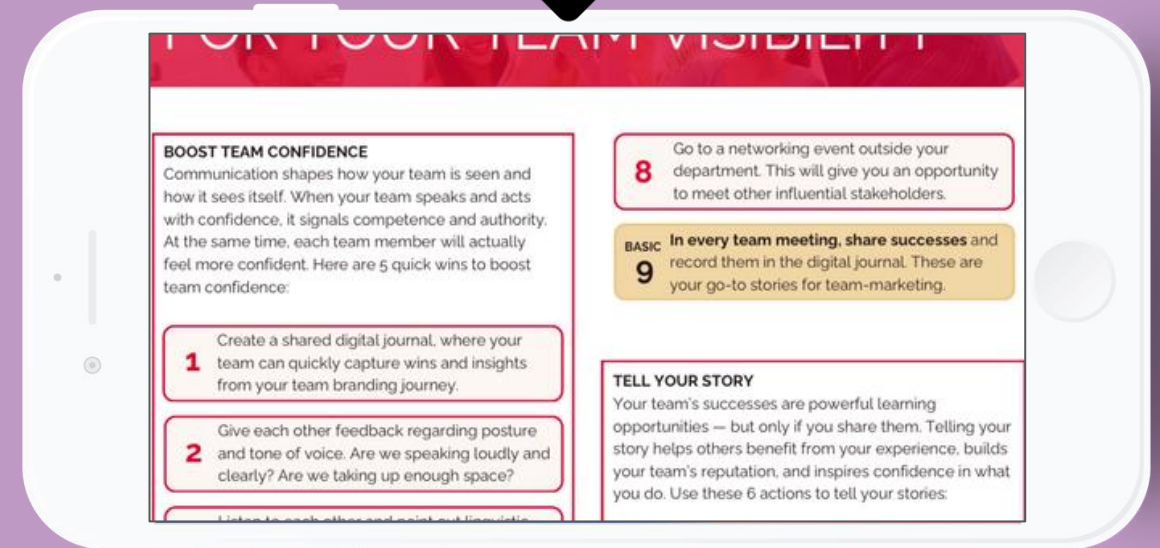
Punch

Schluss mit einem Satz, der im Kopf bleibt.

Wenn Sie gleich
loslegen wollen:

22 Winning Actions for Team Visibility

in nur 10 Minuten am Tag



7 Quick Wins

1. Digitales Team-Journal

Für Erfolge und Erkenntnisse aufsetzen

2. Einheitlicher MS-Teams-Hintergrund

Damit das Team sofort wiedererkennbar ist

3. Team-Branding als fixer Agenda-Punkt

Team-Branding/Marketing als fester Agendapunkt in der Teamsitzung

4. Erfolge im Team-meeting teilen

Und im digitalen Journal festhalten als Story für Team-Marketing

5. Präsenz im nächsten Bereichsmeeting

Und dort einen Erfolg, Meilenstein oder eine Erkenntnis präsentieren

6. Selbstbewusste Sprache

Auf «Ich weiss es nicht» verzichten, dafür «Ich finde es heraus» wählen

7. One «Self-Praise» a Day

Braucht nur eine Minute, dafür jeden Tag