

Nachrichten

ARBEITSRECHT

Arbeitgeber dürfen jetzt
Urlaubsanträge fordern

BERLIN – Manche Arbeitgeber fordern ihre Mitarbeiter jetzt auf, ihre Urlaubspläne bis Jahresende einzureichen. Wer dem nicht nachkommt, muss keine disziplinarischen Konsequenzen fürchten – aber damit rechnen, das Nachsehen zu haben. Zudem können Urlaubstage zum Jahresende oder 31. März des Folgejahres verfallen, wenn Mitarbeiter sie trotz Aufforderung nicht nehmen. **dpa**

MOTIVATION

Perspektivwechsel hilft
bei der Mid-Job-Crisis

HAMBURG – In der Karrieremitte erleben einige Berufstätige einen Motivationsknick. Dagegen hilft es, Teile der Berufsroutine zu ändern. Das erklärt Coach Antje Gardyan in der Zeitschrift „Emotion“ (Ausgabe 09/2019). Berufstätige könnten etwa eine Hospitation in einem ihnen unbekanntem Unternehmen machen. **dpa**

REGENERATION

Pause sollte Ausgleich zur
Arbeit bilden

KÖLN – Die Pause sollte ein Gegengewicht zur Tätigkeit sein, rät Sportwissenschaftler Prof. Ingo Froböse im Web-Portal „Eat Smarter“. Wer viel reden muss, für den ist ein Spaziergang ein guter Ausgleich. Wer alleine arbeitet, sollte mit Kollegen Essen gehen. Froböse empfiehlt, Pausen alle 70 bis 90 Minuten einzuplanen. **dpa**

ARBEITSRECHT

Kein Pflicht zur Teilnahme
am Betriebsausflug

DÜSSELDORF – Mitarbeiter sind nicht verpflichtet, am Betriebsausflug teilzunehmen, so der Rechtsschutz des Deutschen Gewerkschaftsbunds (DGB). Wer keinen Urlaub beantragt, muss dann arbeiten. Umgekehrt darf kein Mitarbeiter ausgeschlossen werden – außer ein Notdienst ist erforderlich. **dpa**

BERUFSORIENTIERUNG

Website will Mädchen für
IT-Branche begeistern

BIELEFELD/MÜNSTER – Mädchen, die sich für eine Karriere in der IT interessieren, können sich auf der interaktiven Webseite „IT for girls“ einen Überblick verschaffen. Darauf weist die Initiative „Komm, mach MINT“ hin, die Frauen für technisch-mathematische Berufe begeistern will. **dpa**

Das Ich
als Marke

Personal Branding wird immer wichtiger – kann aber schiefgehen

SOFIE CZILWIK

Menschen folgen lieber Menschen als Marken. Das ist die Überzeugung von Ibrahim Evsan. Seit zehn Jahren berät der Digitalisierungsexperte aus München Berufstätige dabei, wie sie sich selbst zur Marke machen. Ob Elon Musk Chef von Tesla ist oder von Apple, sei egal, führt Evsan als Beispiel an. Es gehe um die Person. Dem offiziellen Twitter-Account von Tesla folgen knapp 4 Millionen Follower – Elon Musk mehr als 27 Millionen.

Personal Branding, wie die persönliche Markenbildung aus dem Englischen übersetzt werden kann, stehe in Deutschland noch am Anfang, sagt Evsan. Sie werde aber immer wichtiger.

Der berufliche Kontext
ist entscheidend

Petra Wüst, Coach für Self Branding und Selbstmarketing aus Basel, empfiehlt zu Beginn den Blick nach innen durch Fragen wie „Wer bin ich?“, „Was sind meine Stärken?“ und „Welche Emotionen habe ich?“

Für Evsan ist vor allem wichtig, sich bewusst zu werden, welche Botschaften man senden möchte: „In welchem Thema kenne ich mich aus? Was ist meine Leidenschaft und wen möch-

te ich erreichen?“

Diese Fragen seien essenziell, um zu verstehen, für was man steht und für wen das relevant sein könnte. Dann entwickle man seine eigene Geschichte, in der herausgearbeitet wird, welche Ereignisse und Erfolge einen zu dem Menschen gemacht haben, der man ist. „Den inspirierenden Funken“ in der eigenen Vita finden, formuliert es Evsan.

Petra Wüst betont, dass Berufstätige lernen müssen, den eigenen Lebenslauf wertzuschätzen. „Am besten ist es, eine Leistung hervorzuheben, auf die man selbst stolz ist.“ Das sage

nicht nur viel über das eigene Können, sondern auch über die eigenen Präferenzen aus.

Evsan empfiehlt, sich früh zu überlegen, auf welchen Online-Plattformen man vertreten sein möchte: Twitter, Facebook, LinkedIn oder eine eigene Webseite? Die Darstellung in sozialen Netzwerken ist nicht nur für die eigene Dienstleistung von Bedeutung. Je mehr Menschen einem in den Netzwerken folgen, desto höher wird der Marktwert des eigenen Profils. Mit vielen Followern könne unter Umständen das doppelte Gehalt ausgehandelt werden, so Evsans Einschätzung.

Doch nicht alle Unternehmen sehen es gerne, wenn ihre Mitarbeiter in sozialen Netzwerken präsent sind. Michael Bernecker, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Marketing (DIM), sagt, einige Arbeitgeber verbieten Facebook und Co. am Arbeitsplatz – vor allem in Industriebetrieben, in denen die Chefs nicht mit dem Internet aufgewachsen sind und Diskretion schätzten. Personal Branding hänge immer vom beruflichen Kontext ab. Für Freiberufler und Arbeitnehmer oder Führungskräfte, die in ihrer Arbeit eine hohe Sichtbarkeit benötigten, sei eine Personal Brand jedoch essenziell.

Der einzige Nachteil beim Personal Branding: wenn die Marke etwas Falsches vermittelt. „Personal Branding funktioniert nicht, wenn es keine Substanz hat“, so Bernecker. „Wenn nur das Ego spricht und kein Inhalt vermittelt wird, ist die eigene Marke sinnlos“, ergänzt Evsan. „Branding ist kein Wunschkonzert“, findet Petra Wüst. Man könne sein eigenes Ich nicht erfinden oder kopieren. „Wer versucht, es allen recht zu machen, der ist nichts für niemanden.“ Zu einer authentischen Marke gehören auch Ecken und Kanten und die gefallen nicht allen.

Personal Branding

Klare Botschaft: Was wollen Sie vermitteln?

Selbstbewusstsein: Was sind Ihre Stärken?

Alleinstellungsmerkmal: Was unterscheidet Sie von anderen?

Definierte Zielgruppe: Wen wollen Sie erreichen?

Relevanz:

Welche für die Zielgruppe interessanten Kenntnisse bieten Sie?

Geeignete Kanäle: Wo können Sie Ihre Zielgruppe auf sich aufmerksam machen?

Stabiles Netzwerk: Wie können Sie Ihre Kontakte pflegen?

Alles was Recht ist

Verlängerung der Dienstreise

Außentermine bieten oft die Chance eines Kurzurlaubs. Arbeitnehmer sollten jedoch aufpassen

„Ich bin demnächst auf Dienstreise und möchte mir die Möglichkeit offenhalten, spontan ein paar Tage Urlaub anzuhängen. Was muss ich dabei im Hinblick auf meinen Versicherungsschutz beachten?“

Wer für einen Ortstermin, eine Weiterbildung oder ein Kundengespräch auf Dienstreise ist, kann nicht immer genau voraussagen, wann er zurückkehrt. Häufig ist ein solcher Außentermin auch eine willkommene Ablenkung zum eintönigen Büroalltag. Es überrascht also nicht, dass mancher Arbeitnehmer sich freut, wenn der dienstliche Ausflug länger dauert als geplant.

Oftmals bietet es sich auch an, den Anlass für ein paar Tage Urlaub auszunutzen. Aber sind Arbeitnehmer versichert, wenn sie die Dienstreise spontan verlängern?

Grundsätzlich bieten Berufsgenossenschaften und Unfallversicherungen der öffentlichen Hand einen Versicherungsschutz für Unfälle, die am Arbeitsplatz selbst oder auf dem Weg zwischen Wohnung und Arbeitsplatz passieren. Kommt es zum Versicherungsfall, entschädigen sie Versicherte oder Hinterbliebene. Das gilt selbst-

verständlich auch, wenn sich ein Außentermin verlängert, weil beispielsweise ein Meeting mehr Zeit in Anspruch nimmt als geplant. Kommt es in dieser Zeit zu einem Arbeitsunfall, sind die Betroffenen durch das Betreuungs- und Entschädigungssystem der Unfallversicherungsträger abgesichert.

Etwas anderes gilt jedoch, wenn sich der Arbeitnehmer dazu entscheidet, die Dienstreise aus privaten Gründen zu verlängern, um beispielsweise noch ein paar Tage Urlaub anzuhängen. Wichtig ist es,

mit einem solchen Spontanurlaub transparent umzugehen. Der Arbeitgeber sollte hierüber rechtzeitig informiert werden.

Als Faustformel können Arbeitnehmer festhalten: Verlängert sich der Aufenthalt aus dienstlichen Gründen, greift der Schutz der Unfallversicherung. Fehlt der dienstliche Charakter, entfällt auch der dienstliche Versicherungsschutz!



Hülya Senol ist Anwältin für Arbeits- und Familienrecht in der Kanzlei Senol in Köln. FOTO: HO

Sich gelingen in den sozialen Netzwerken zu präsentieren, kann den Marktwert steigern.

FOTO: VARIJANTA/ISTOCK