



#### Wirtschaftsjunioren Düsseldorf

Werbung

#### **trainieren „Personal Branding“ – die Positionierung der Marke „Ich“**

platzieren  
Sie hier Ihre  
Werbung!

Knapp 20 Teilnehmer begrüßten die Wirtschaftsjunioren Düsseldorf am 16. Februar 2011, im Rahmen ihrer Veranstaltungsreihe 2011, in der IHK zu Düsseldorf: Thema des Abends: „Personal Branding“ – der Aufbau und die aktive Gestaltung der Marke „Ich“. Im interaktiven Austausch, unter Anleitung der Expertin Carmen Brabec, Inhabern von Fake-Labs – Institut für Karriere-Styling, Köln, eruierten die Teilnehmer Punkte wie „Wofür steht meine Marke?“, „Wie bewerbe ich diese optimal?“ und „Wie gestalte ich einen „90-Tage-Plan zum erfolgreichen Selbst-Marketing“? Wie

wichtig Eigenwerbung, Markenbotschafter und Empfehlungen sind, zeigte die Referentin anhand eigener Beispiele. Zudem wurde diskutiert, wie Social Media Plattformen zur Steigerung des eigenen Bekanntheitsgrades optimal eingesetzt werden. Zum Abschluss bedankte sich Carsten Schuparra, Vorsitzender des Vorstandes 2011, herzlich mit einem Blumenstrauß bei Carmen Brabec für einen sehr informativen Abend.

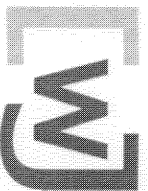
Aktuelle Veranstaltungstermine unter [www.wj-duesseldorf.de](http://www.wj-duesseldorf.de).

**Bild:** Carmen Brabec (Fake-Labs – Institut für Karriere-Styling, Köln) und Carsten Schuparra (Vorsitzender des Vorstandes 2011 der Wirtschaftsjunioren Düsseldorf)

#### **Über die Wirtschaftsjunioren Düsseldorf**

Die Wirtschaftsjunioren (WJ) Düsseldorf wurden 1955 gegründet und sind Teil eines nationalen (Wirtschaftsjunioren Deutschland, WJD) und internationalen Verbandes (Junior Chamber International, JCI), in dem sich junge Unternehmer und (Nachwuchs-)Führungskräfte, nicht älter als 40 Jahre, engagieren, vernetzen und fortbilden. Ziel der WJ ist es, die Akzeptanz für unternehmerisches Handeln zu erhöhen, aktiv Anteil an künftiger Wirtschafts- und Gesellschaftspolitik zu nehmen und die persönliche Weiterentwicklung durch die gemeinsame, ehrenamtliche Entwicklung und Realisierung gesellschaftlicher Projekte zu gestalten. Bundesweit sind über 100.000 Mitglieder in über 200 Kreisen bei den WJ organisiert und verantworten rund 300.000 Arbeits- und 35.000 Ausbildungsplätze bei einer Wirtschaftskraft von mehr als 120 Mrd. Euro Umsatz.

Die Arbeit der WJ Düsseldorf wird entlang dem Bundesmotto „Unternehmen Zukunft“ gestaltet und in fünf Arbeitskreisen (AKs) gebündelt: Wirtschaftsstandort Düsseldorf, Bildung/Wirtschaft, PR/Marketing, Unternehmertum und Internationales.



WIRTSCHAFTSJUNIOREN  
DÜSSELDORF

Maas Rhein Zeitung

Seite: 27 – Düsseldorf / Kreis Mettmann

## Wijis trainieren

■ **DÜSSELDORF.** Knapp 20 Teilnehmer begrüßten die Wirtschaftsjunioren Düsseldorf im Rahmen ihrer Veranstaltungsreihe 2011, in der IHK zu Düsseldorf. Thema des Abends: „Personal Branding“ - der Aufbau und die aktive Gestaltung der Marke „Ich“. Im interaktiven Austausch, unter Anleitung der Expertin Carmen Brabec, Inhaberin von Fate-Labs - Institut für Karriere-Styling, Köln, eruierten die Teilnehmer Punkte wie „Wofür steht meine Marke?“, „Wie bewerte ich diese optima?“ und „Wie gestalte ich einen „90-Tage-Plan zum erfolgreichen Selbst-Marketing“? Wie wichtig Eigenwerbung, Markenbotschafter und Empfehlungen sind, zeigte die Referentin anhand eigener Beispiele. Zudem wurde diskutiert, wie Social Media Plattformen zur Steigerung des eigenen Bekanntheitsgrades optimal eingesetzt werden. Zum Abschluss bedankte sich Carsten Schuparra, Vorsitzender des Vorstandes 2011, herzlich mit einem Blumenstrauß bei Carmen Brabec für einen sehr informativen Abend.

■ **Foto:** Carmen Brabec (Fate-Labs - Institut für Karriere-Styling, Köln) und Carsten Schuparra (Vorsitzender des Vorstandes 2011 der Wirtschaftsjunioren Düsseldorf)

1. März 2011



WIRTSCHAFTSJUNIOREN  
DÜSSELDORF  
IM BEREICH DER IHK E. V.

WJD • Postfach 10 10 17 • D-40001 Düsseldorf

