

ICH-AG

Wer sich als Unternehmerin oder Unternehmer in eigener Sache versteht, begegnet dem Arbeitsmarkt auf Augenhöhe. Das ist keine Metapher – es ist eine Haltung.

Der Begriff ICH-AG stammt aus der Zeit der New Economy und bezeichnete einst Fachkräfte, die sich in Start-ups unternehmerisch engagierten. Nach dem Platzen der Technologieblase verlor er an Popularität. Dabei ist das Konzept heute aktueller denn je. Fachkräfte sind gefragt – und sie haben Wahlmöglichkeiten. Statt sich als Bewerbende zu verstehen, können sie einen Jobwechsel als Joint Venture verhandeln: eine strategische Zusammenarbeit zum beiderseitigen Vorteil.

Wer sich als ICH-AG versteht, agiert wie ein Marktanbieter – mit einem klaren Leistungsprofil, einem erkennbaren Unterschied zum Wettbewerb und einer Strategie zur Weiterentwicklung. Dazu gehört die bewusste Auseinandersetzung mit den eigenen Stärken und Zielen – etwa in einer Standortbestimmung. Personal Branding hilft, das Profil glaubwürdig zu positionieren und sichtbar zu bleiben – auch in einem sich wandelnden Markt.

Die ICH-AG ist kein Selbstläufer. Aber eine kraftvolle Haltung – für alle, die ihre berufliche Zukunft aktiv gestalten wollen.

Artikel zu Ich-AG (sämtliche Artikel)

- **Erkenne Dich selbst** – sonst tun es andere
- **Sind Karrierefragen Luxusprobleme?**