

Aktionen:

Artikel bearbeiten

Artikel reindexieren

Dashboard öffnen

Tags:

Home-Office

Karriere

Loud Working

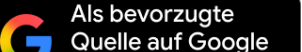
Sichtbarkeit

Thema:

Arbeitswelt

Home > News > Arbeitswelt > Loud Working: Mit diesen 6 Tipps nutzt du den Arbeitstrend, ohne als Selbstdarsteller zu gelten





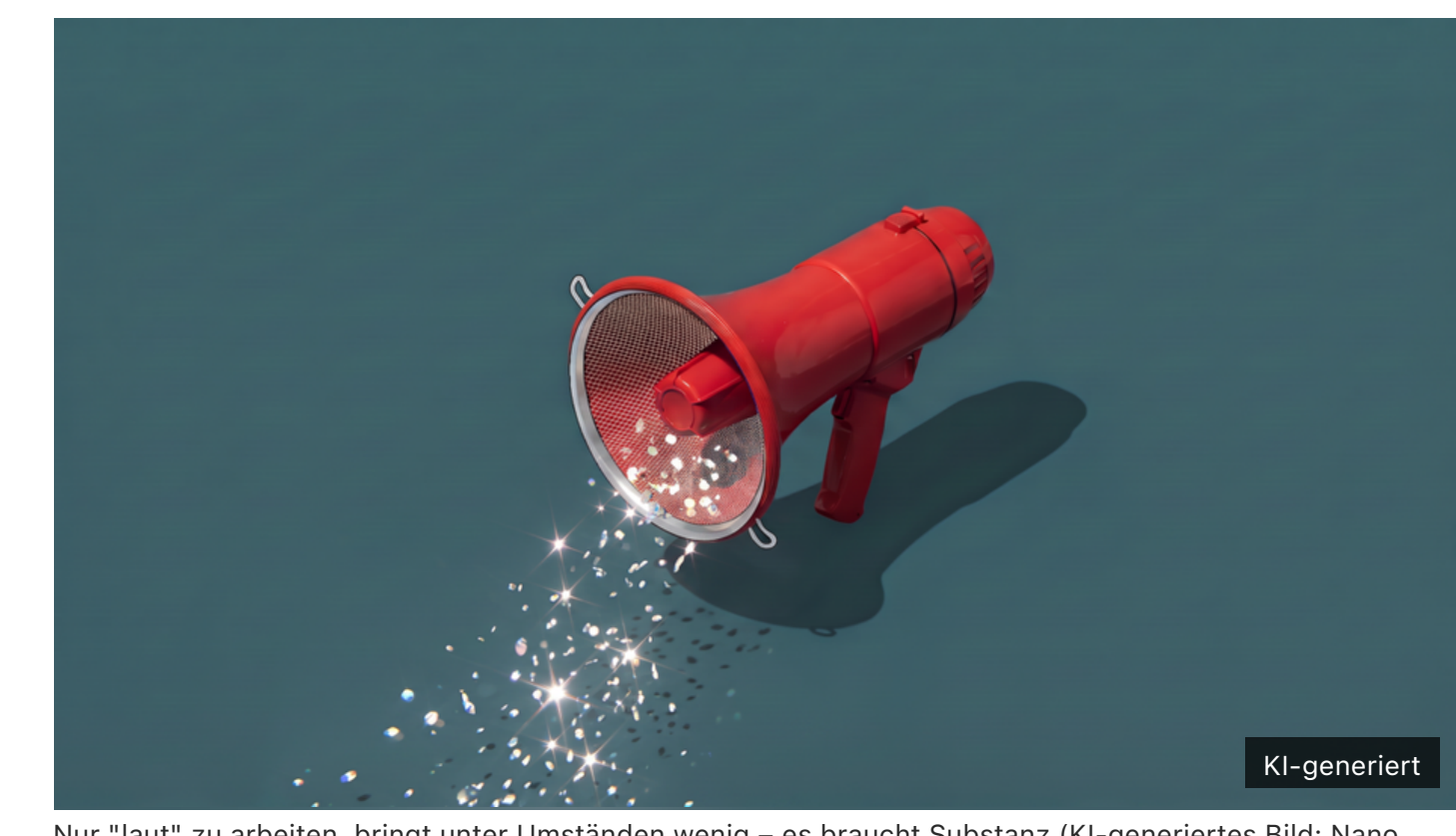
 Verpasse keine News mehr!

Loud Working: Mit diesen 6 Tipps nutzt du den Arbeitstrend, ohne als Selbstdarsteller zu gelten

Die eigene Arbeit gekonnt zur Schau zu stellen, benötigt mehr Fingerspitzengefühl und Sendungsbewusstsein, als der neue Arbeitstrend „Loud Working“ zunächst vermuten lässt. Executive Coach Gudrun Happich verrät sechs Tipps, mit denen das gelingen kann.

 Von Franziska Martin

19.10.2026, 11:30 Uhr · 6 Min.



Nur "Laut" zu arbeiten, bringt unter Umständen wenig – es braucht Substanz (KI-generiertes Bild: Nano Banana 2 / t3n)

„Wir sind jetzt im Zeitalter der Oberverschwendung angekommen“, resümiert Gudrun Happich, die Karrierecoachin berät seit über 28 Jahren Führungskräfte. In letzter Zeit hat sie beobachtet, dass sich die Art und Weise, mit der sich Arbeitnehmer:innen auf dem Arbeitsmarkt positionieren, verändert hat: „Es wird versucht, auf eine laute Art, Aufmerksamkeit zu erzeugen.“

Diese Vorgehensweise, die Business Insider auch als „Loud Working“ bezeichnet, meint Folgendes: Mitarbeitende präsentieren offensiv ihre Arbeitsleistung, um sich im Unternehmen sichtbar zu positionieren, oder versuchen beispielsweise auf der Karriereplattform LinkedIn gezielt, mehr Aufmerksamkeit für ihre Arbeit zu generieren.

„Die meisten Leute verwechseln Sichtbarkeit mit Marktschreierei.“

Ein Grund dafür ist auch die unsichere Wirtschaftslage. Arbeitnehmer:innen versuchen sich mit dieser Strategie offenbar in eine sicherere Position zu bringen. „Wir haben momentan einen schwierigen Arbeitsmarkt, insofern kann ich diese Reaktion nachvollziehen“, so Happich. Dennoch betont die langjährige Coachin: „Die meisten Leute verwechseln Sichtbarkeit mit Marktschreierei.“

Selbstdarstellung ist nicht immer in allen Fällen gleich effektiv

Sichtbarkeit ist laut der Arbeitscoachin zwar unentbehrlich für die eigene Karriere, dabei sollte man allerdings geschickt vorgehen. „Wenn ich nicht sichtbar bin, falle ich durch. Sichtbar sein heißt aber nicht unbedingt, dem Chef auf dem Schoß zu sitzen“, so Happich.



Executive Coach Gudrun Happich (Bildcredit: Birgitta Petershagen Fotografie)

Auch Studien zeigen, dass Eigenwerbung bei der Arbeit nicht immer dazu führt, dass man von der Führungskraft als kompetenter oder unentbehrlicher wahrgenommen wird. Dafür hängen zu viele Faktoren von dem Erfolg dieser Strategie ab, beispielsweise wie die Leitungsperson damit umgeht oder auch, was für Praktiken im eigenen Team herrschen.

So untersuchte kürzlich eine Studie verschiedene Arbeitsgruppen mit dem Ergebnis, dass Eigenpromotion sich vor

allem dann positiv auf die bewertete Arbeitsleistung auswirkte, wenn diese Strategie in der Gruppe nicht stark verbreitet war. War es in der Gruppe allerdings gängig, die eigene Leistung in den Vordergrund zu stellen, hatte das einen geringeren Gruppenzusammenhalt, eine schwächere Gruppenleistung und damit eine niedrigere Bewertung der ganzen Gruppe seitens der Führungskraft zur Folge.

Nur gute Arbeit allein reicht heutzutage nicht mehr

„Wenn man gar nichts für die eigene Sichtbarkeit tut und glaubt, gute Leistung setzt sich von allein durch, setzt man zurzeit auf das falsche Pferd“

Wer aber den Umkehrschluss trifft und davon ausgeht, dass es ausreicht, heutzutage einen guten Job zu machen und sich nicht weiter in den Vordergrund zu rücken, täuscht sich: „Wenn man gar nichts für die eigene Sichtbarkeit tut und glaubt, gute Leistung setzt sich von allein durch, setzt man zurzeit auf das falsche Pferd“, so Executive Coach Happich. Auch wenn man denkt, dass man im Unternehmen gut aufgestellt ist, rät sie: „Man solle sich nicht darauf verlassen, dass das, was man von sich selbst denkt, auch andere so wahrnehmen“, so Happich.

Aufmerksamkeit für sich zu generieren, kann allerdings je nach Arbeitssituation, nach Typ Chef oder auch nach dem eigenen Charakter anders aussehen.

Grundsätze: Zielgerichtet agieren und Lösungen anbieten

Ein Grundsatz aber bleibt: „Wenn man sich präsentiert, sollte man dabei immer einen Bezug zum Gegenüber und zu dessen Arbeit, Zielgruppe oder Problem herstellen“, so Happich. „Wenn man etwas will, zum Beispiel im Unternehmen weiterzukommen, sollte man ein Geschenk mitbringen – also etwas, was für die andere Partei einen Mehrwert bringen könnte.“ Ansonsten kippt „Loud Working“ nämlich schnell in Richtung Selbstdarstellung – und die kommt unter Umständen nicht besonders gut an.



Stressige Phase: Wie behalte ich den Überblick?
mit Bettina Steeg, Resilienzcoach

 Episode abspielen 30:30

Abonnieren Teilen

Außerdem sollte man sich immer genau überlegen, wer die Person ist, an die man seine Bemühungen richten sollte. Das kann der oder die eigene Chef:in sein. Wenn man aber beispielsweise in einen anderen Bereich wechseln möchte, könnte es sich hier auch um eine andere Leitungsfigur handeln.

Wie „lautes Arbeiten“ gelingt, dafür hat Happich verschiedene Tipps:

Tipps 1: Erwartungen des Vorgesetzten herausfinden

Happich empfiehlt, aktiv zu werden und um ein Mitarbeitergespräch beim Chef zu bitten. Hier sollte man ganz klar sagen, was die eigenen Ziele sind. Wenn man beispielsweise mitbekommen hat, dass es im Unternehmen gerade schwierig aussieht, sollte man deutlich machen, dass es einem dennoch gut gefällt und man bleiben möchte.

Happich rät im Gespräch, um klares Feedback vom Chef zu bitten, was er oder sie von einem erwartet. Hier könnte beispielsweise der Satz helfen: „Was empfehlst du mir, was soll ich tun?“ Durch diese ergebnisoffene Frage, wird das Gegenüber dazu ermutigt, frei zu antworten.

Beim Gespräch ist es wichtig, bei allgemeinen Aussagen – beispielsweise, wenn man gebeten wird, doch „aktiver“ zu werden – nachzufragen und um Präzision zu bitten. Denn je nach Führungsstil bevorzugen Chef:innen unterschiedliche Herangehensweisen. „Nichts von dem, was der Chef von einem erwartet, muss man wissen, aber man darf es fragen“, so Happich.

Tipps 2: Im Meeting Expertise anbieten, anstatt in Selbstdarstellung zu verfallen

Anstatt im Meeting ungefragt von seinen eigenen Erfolgen zu erzählen, macht es Sinn, erst das eigene Wissen anzubieten. Befindet man sich zum Beispiel gerade in einer Konferenz, in der es um eine Prozessverbesserung geht, sollte man die Kolleg:innen fragen, ob sie Interesse an den eigenen Erfahrungen zu dem bestimmten Problem haben. Im besten Fall hat man hier auch direkt einen Lösungsvorschlag parat. So stellt man seine Kompetenz unter Beweis, ganz ohne dass der Eindruck entsteht, sich nur selbst profilieren zu wollen.

Top-Artikel

MIT Technology Review

Home-Office

Karriere

Loud Working

Sichtbarkeit

ARBEITSWELT

Wenn das KI-Budget hochschießt: So hat der Personio-CEO Ordnung ins Agenten-Chaos gebracht

SOFTWARE & ENTWICKLUNG

20 Millionen Downloads: Der KI-Hype macht Three.js zum Standard für Web-3D

Tipps 3: Proaktiv Lösungen vorschlagen

„Chefs sind in der Regel überlastet, sodass man als Mitarbeiter das Gefühl hat, man wird nicht gesehen, obwohl man gute Arbeit macht“, so Happich. Anstatt das persönlich zu nehmen, sollte man proaktiv nach Lösungen für Probleme suchen, die das Unternehmen gerade beschäftigen, und den Chef darauf im konstruktiven Sinne hinweisen. Hier eignet sich laut Happich eine Formulierung wie „Ich habe eine Idee, ist das hilfreich für dich?“.

Tipps 4: Auf LinkedIn Probleme, konkrete Schritte und Lösungen thematisieren

Im Business Insider wird LinkedIn als die Plattform für „Loud Working“ beschrieben. Happich empfiehlt hier zwar, die Plattform als eine Möglichkeit zu nutzen, um die eigenen Erfolge herauszustellen. Das sollte man aber auch wieder lösungsorientiert tun. Am besten schildert man hier zunächst die Ausgangslage, die konkreten Schritte, die man unternommen hat, und dann das Ergebnis. „Das ist eine Story mit Substanz und die liest man dann auch wieder gerne“, so Happich.

Tipps 5: Für Introvertierte: Vieraugengespräch oder schriftliche Kommunikation nutzen

„Introvertierte müssen nicht extrovertierter werden, um sichtbar zu sein“, so Happich. Sie empfiehlt stattdessen, mit den eigenen Stärken zu arbeiten: Introvertierte Menschen könnten sich beispielsweise ein konkretes Problem im Unternehmen suchen und gezielt Menschen ansprechen, die für ihre Erkenntnisse hilfreich sein könnten. „Das kann auch in einem Vieraugengespräch oder mit einer gut durchdachten schriftlichen Anregung geschehen“, so Happich. So biete sich bei Introvertierten die schriftliche Kommunikation besonders an – zumindest im ersten Schritt.

Um Lösungsvorschläge für das Problem im Unternehmen zu liefern, könnten sie auch eigene Ansätze in einer Art Experiment ausprobieren. „Mit einem ‚Experiment‘ in Vorleistung gegangen zu sein und bereits von Erfahrungen berichten zu können, ist für einen Introvertierten in der Regel deutlich leichter“, so Happich.

Ihr Ratschlag an Introvertierte: „Sie müssen nicht die Lautesten im Raum sein. Entscheidend ist, dass die Richtigen mitbekommen, was Sie können.“

Tipps 6: Für Mitarbeitende, die im Homeoffice arbeiten: Wege zur Lösung sichtbar machen

Mitarbeiter:innen im Homeoffice sollten beim Thema Sichtbarkeit besonders aufpassen: Laut einer Studie der Hans-Böckler-Stiftung werden Menschen, die an drei oder vier Tagen in der Woche von Zuhause aus arbeiten, tendenziell als weniger engagiert und weniger produktiv eingeschätzt als diejenigen, die die ganze Arbeitswoche vom Büro aus arbeiten.

Auch Karriereberaterin Happich sagt: „Wer im Homeoffice arbeitet, hat ein besonderes Problem: Die anderen sehen oft nur das fertige Ergebnis, nicht aber, welche Schwierigkeiten jemand unterwegs gelöst oder welchen Beitrag er geleistet hat.“ Deswegen sollten Mitarbeitende, die im Homeoffice arbeiten, nicht nur ihre Ergebnisse sichtbar machen, sondern auch ihren Beitrag dazu.

Das gelingt beispielsweise mit einem kurzen Projektupdate wie: „Wir hatten an der Stelle ein Problem mit X. Ich habe Y ausprobiert. Dadurch konnten wir Z erreichen. Vielleicht hilft diese Erfahrung auch anderen Teams“, schlägt Happich vor. Das Update kann eine kurze Nachricht im Projektkanal sein – oder aber ein Hinweis in der gemeinsamen Projektdokumentation. „Entscheidend ist, dass die Information dort ankommt, wo sie anderen weiterhilft“, so Happich.

 Franziska Martin

Franziska Martin ist Redakteurin für das Ressort Arbeitswelt bei t3n und schreibt in diesem Zusammenhang viel über KI und wie die Technologie unser Arbeiten verändert. Außerdem beschäftigt sie sich sehr gerne mit den sozialen und gesellschaftlichen Aspekten rund um das Thema Arbeit. Vor ihrer Zeit bei t3n war sie als Redakteurin im Tech-Team beim manager magazin tätig und hat dort auch schon viel über die KI-Branche berichtet.

Kommentare

Und was denkst du?

Community-Richtlinien

Jetzt kommentieren