

Karriere in der Krise: Auf die richtige Selbstvermarktung kommt es an

Von Dr. Jürgen Nebel, Nebel Karriereberatung, Wiesbaden

Kurzarbeit, Stellenabbau, Kündigungen, Insolvenz – das sind Konsequenzen der anhaltenden Wirtschaftskrise. Wer mag da schon an Karriere denken? Vor allem wenn man seinen Job verloren hat. Doch gleichgültig, ob gezwungen oder gewollt: auch in der Krise ist der nächste Karriereschritt machbar. Entscheidend ist die richtige Strategie zur Selbstvermarktung!

Ein Unternehmen wählt einen Mitarbeiter danach aus, was dieser bisher bewegt und erreicht hat. Es geht also darum, bereits erreichte Erfolge nachzuweisen. Und zwar solche Erfolge, die Kosten gesenkt, Erträge erhöht, Gewinne verbessert oder zu anderen messbaren Vorteilen geführt haben. Meine Erfahrung zeigt: Wenn der Bewerber gute Erfolge nachweisen kann, sind Alter, Ausbildung und Anzahl der bisherigen Berufsstationen zweitrangig. Kriterien wie „über 50“ oder „keine abgeschlossene Ausbildung“ verlieren dann an Bedeutung.

Mit Initiativbewerbungen aktiv auf die Unternehmen zugehen

Ein weiterer Erfolgsfaktor besteht darin, den richtigen Markt zu bearbeiten. Denn etwa 80 Prozent der vakanten Stellen werden besetzt, ohne jemals öffentlich ausgeschrieben zu sein, insbesondere bei Führungspositionen. Um diese „verdeckten Vakanzen“ zu finden, muss man aktiv mit einer Initiativbewerbung auf die Unternehmen zugehen.

Das bedeutet, dass beispielsweise an 200 passende Unternehmen, ausgewählt nach individuell wichtigen Kriterien wie Branche, Region und Unternehmensgröße, eine Initiativbewerbung geschickt wird. Wichtig ist, dass die Bewerbung unbedingt an konkrete Ansprechpartner geht – nicht einfach an die Personalabteilung. Meine Klienten erzielen auf diese Art durchschnittlich etwa zehn Erstgespräche und können meist zwischen mehreren Jobangeboten auswählen.

Schließlich ist der Inhalt der Bewerbung erfolgsentscheidend. Es müssen die Informationen zusammengestellt werden, die für eine Einladung wichtig sind. Das sind genau drei Dokumente.

Drei Dokumente reichen völlig aus

Erstens: ein zielgruppenspezifisches Anschreiben. Dieses Anschreiben beginnt mit einer vierzeiligen Headline, die die wesentlichen Stärken, Erfahrungen und insbesondere Erfolge darstellt. Ob die Bewerbung eine Chance hat, hängt zunächst genau von dieser Headline ab. Die Entwicklung dieser Headline braucht eine besonders sorgfältige Vorbereitung: die Zusammenstellung der eigenen Stärken! Der „Rest“ des Anschreibens ist dann eine etwas detailliertere Präsentation der besonderen Stärken und Nutzen – immer in klaren Aussagen, was das Unternehmen durch die Mitarbeit gewinnen kann. Den Schluss bildet der Hinweis auf die berufliche Neuorientierung und die Bereitschaft, weitere Unterlagen zu senden oder für ein Gespräch bereit zu stehen.

Das zweite Dokument enthält auf einer Seite die „Beiträge zum Unternehmenserfolg“: eine Auflistung der Erfolge in konkreten quantitativen und qualitativen Aussagen. Das dritte Dokument ist ein einseitiger Kurz-Lebenslauf, in dem nur die wesentlichen Daten zur Person und der wichtigsten Berufsstationen gehören – gegliedert nach „Key Essentials“ wie Internationalität, Führungsspanne etc. Diese

drei Dokumente kommen zusammen in einen 20-Gramm-Brief.

Die Erarbeitung der Unterlagen ist zugleich die beste Vorbereitung auf Vorstellungsgespräche. Durch das konsequente Analysieren von Stärken und Erfolgen, lernt man sich als Erfolgsmenschen kennen!

Meine Klienten bestätigen immer wieder, dass diese Arbeit eine nachhaltige Motivation bringt. Gerade wenn man zur Bewerbung gezwungen ist, ist das wichtig. Und zum guten Schluss: professionelle Unterstützung lohnt sich – vorausgesetzt man geht zu einem erfahrenen Fachmann. Auch bei Karriereberatern gilt: Nur die Erfolge zählen. ■



Der Autor

Dr. Jürgen Nebel
ist Karriereberater und
Karrierecoach für Führungskräfte
in Wiesbaden.
(www.nebelkarriereberatung.de).