

Beitrag für



www.horizontjobs.de

Expertentipp von Dr. Jürgen Nebel - Karriere in der Krise ist machbar

Die aktuelle Wirtschaftskrise bringt Unsicherheit, ob und wie lange die eigene Führungsposition noch sicher ist. Manch einer weiß schon, dass er sich neu orientieren muss. Wer eine vermeintlich sichere Stellung inne hat, traut sich nicht auf den Markt, weil er nicht an den Erfolg glaubt. Und wieder andere wollen trotz Krise den nächsten Karriereschritt machen. Dabei gilt: Karriere ist auch in der Krise machbar. Es kommt auf die richtige Herangehensweise an. Karriereberater Dr. Jürgen Nebel weiß aus seiner Beratungspraxis, was zum Erfolg führt und gibt acht wichtige Tipps.

1. Auf die geschossenen Tore kommt es an!
Unternehmen interessieren sich bei ihrer Auswahlentscheidung nicht für Ihre Titel und Diplome. Unternehmen wollen sehen, was Sie bewegt und erreicht haben. Denn nur die tatsächlich von Ihnen erzielten Erfolge geben den Entscheidern das gute Gefühl, den Richtigen oder die Richtige einzustellen. Es geht also darum, Ihre erzielten Erfolge darzustellen. Und zwar die Erfolge, die einem Unternehmen direkten oder indirekten Gewinn eingebracht haben. Daher sollten Sie schriftlich aufzeigen, was Sie in Ihren bisherigen Stationen erreicht haben - idealerweise in harten Fakten wie beispielsweise Umsatzsteigerung um x Prozent, Kostensenkung um y Prozent oder Marktanteilsgewinn von z Prozent. Bei meiner Arbeit entsteht so eine meist einseitige Übersicht „Beiträge zum Geschäftserfolg“, die wesentlich mehr von dem aussagt, worauf es schlussendlich ankommt, als jeder x-seitige Lebenslauf. So kommen übrigens auch all jene zum neuen Job, die sonst auf dem Arbeitsmarkt als schwerer vermittelbar gelten: über 50 Jahre, kein Studium, kaum Fremdsprachen, etc. Meine Erfahrung ist: wenn Sie gute Erfolge nachweisen können, ist Ihr Alter und Ihre Ausbildung zweitrangig. Ganz im Gegenteil: nachweisbare Erfolge haben etwas mit Erfahrung zu tun. Und die hat meist nur, wer schon länger im Beruf steht und etwas bewegt hat.
2. Machen Sie es anders als die anderen!
Erschließen Sie sich den „verdeckten Stellenmarkt“. Der Großteil der offenen Positionen wird besetzt, ohne dass die Stelle jemals öffentlich ausgeschrieben war. Das gilt umso mehr, je höher die Position angesiedelt ist. Um diese „verdeckten Vakanzen“ zu finden, müssen Sie sich aktiv an Unternehmen wenden, sich also initiativ bewerben. Meine langjährige Erfahrung zeigt, dass Sie auf diesem Weg die meisten Vorstellungsgespräche und konkreten Stellenangebote bekommen. Meine Klienten erzielen so durchschnittlich etwa zehn Erstgespräche bei Unternehmen und können am Ende meist zwischen mehreren Jobangeboten auswählen. Eine komfortable Situation, wenn Sie wirklich Karriere machen und Ihre Bedingungen optimieren wollen. Und in einer komfortablen, psychologisch günstigen

Ausgangslage ist ihr Auftritt naturgemäß ein ganz anderer.

3. Ihre Vermarktungsstrategie entscheidet!

Nicht Ihre Fähigkeiten, Ihr Kräfteinsatz oder Ihre Beziehungen. Viele glauben, das Netzwerk oder der Nachweis von vielen Aus- und Weiterbildungen wäre das Tor zum nächsten Karriereschritt. Oder es ginge darum „Tag und Nacht“ nach passenden Stellen zu suchen bzw. zu surfen. Meine empfohlene Vermarktungsstrategie beruht auf dem EKS-Ansatz (der Engpasskonzentrierten Verhaltens- und Führungsstrategie nach Wolfgang Mewes). Dabei geht es konkret um die Entdeckung und marktgerechte Beschreibung Ihrer Stärken und vor allem Ihrer Erfolge. Und es geht darum, Ihren Nutzen vielen darauf passenden Unternehmen - Ihrer individuellen Zielgruppe - aktiv anzubieten. Durchdringen Sie den Markt mit einer entsprechend hohen Anzahl an Initiativbewerbungen. Suchen Sie sich wenn möglich 200 passende Unternehmen heraus, denen Sie Ihre Initiativbewerbung schicken. Gehen Sie dabei nach Kriterien vor, die für Sie wichtig sind, zum Beispiel Branche, Region, Unternehmensgröße, Internationalität. Und schicken Sie diese Bewerbung unbedingt an konkrete Ansprechpartner - nicht einfach an die Personalabteilung. Suchen Sie sich via geeigneter Datenbanken die Namen des Bereichsleiters, des Geschäftsführers oder zuständigen Vorstands heraus. Dann landen Sie, vor allem wenn Sie noch ein paar weitere Dinge beachten, auf dem richtigen Schreibtisch. Mit vielen meiner Klienten schreibe ich zusätzlich eine größere Anzahl von Personalberatern (Headhunter) an. Denn auch dort ist ein Teil des „verdeckten Stellenmarktes“ zu finden. Und Headhunter freuen sich über Kandidaten mit erkennbaren Erfolgen, die sich aktiv anbieten - das weiß ich genau, schließlich war ich selbst einmal Executive Search Berater.

4. Auftritt und Inhalt machen den Unterschied!

Eine Initiativbewerbung stellt Sie vor die Herausforderung, Unterlagen zu erstellen, die für ganz viele verschiedene Unternehmen gleichermaßen passen. Denn diese Unterlagen sollen alle Unternehmen einer Zielgruppe gleichermaßen überzeugend ansprechen, so dass Sie nur die Adresse und den Ansprechpartner austauschen müssen. Eine Bezugnahme auf das konkrete Unternehmen entfällt somit. Zum Glück! Denn es ist eine (leider von vielen Ratgebern empfohlene) Überflüssigkeit, dem angeschriebenen Unternehmen zu erklären, warum es so toll sei oder gar, warum Sie schon immer für es arbeiten wollten - das glaubt Ihnen sowieso keiner und stiehlt dem Leser nur Zeit! Das es großartig ist, weiß das Unternehmen längst und will dazu keine „individualisierten Textbausteine“ lesen. Daher empfehle ich Ihnen drei Dokumente, die Sie mit der Initiativbewerbung losschicken. Erstens: ein zielgruppenspezifisches Anschreiben, das den neuesten Erkenntnissen des Direct Mailings folgt. Dieses Anschreiben beginnt mit einer vierzeiligen Headline, die Sie mit Ihren wesentlichen Stärken, Erfahrungen und insbesondere Erfolgen vorstellt. Diese vier bis fünf Zeilen sind absolut entscheidend, ob Ihre Bewerbung eine Chance beim Unternehmen hat. Wenn wir davon ausgehen, dass Personalentscheider nur wenig Zeit haben, bleiben Ihnen genau diese vier bis fünf Zeilen, um das Interesse des Lesers zu wecken. Diese Headline zu entwickeln braucht denn auch eine besonders sorgfältige Vorbereitung: die Zusammenstellung Ihrer Stärken! Der „Rest“

des Anschreibens ist dann eine etwas detaillierte Präsentation Ihrer besonderen Stärken und Nutzen - immer in klaren Aussagen, die dem Unternehmen zeigen, was es durch Ihre Mitarbeit gewinnen kann. Den Schluss bildet dann der Hinweis auf Ihre berufliche Neuorientierung in nächster Zeit und die Bereitschaft, weitere Unterlagen zu senden oder für ein Gespräch bereit zu stehen. Das zweite Dokument enthält die „Beiträge zum Unternehmenserfolg“. Dort listen Sie meist auf einer Seite je Ihre Erfolge in konkreten quantitativen und qualitativen Aussagen auf. Versetzen Sie sich dabei immer in die Lage der Unternehmen. Was ist für ein Unternehmen wichtig? Was könnte zum Unternehmenserfolg Ihres künftigen Arbeitgebers beitragen? Das dritte Dokument ist ein Kurz-Lebenslauf, in den nur die wesentlichen Daten zu Ihrer Person und Ihre wichtigsten Ausbildungs- und Berufsstationen gehören - die Gliederung nach Art von „Key Essential“ wie Internationalität, Führungsspanne etc. Sie ordnen dort zusammen, was zusammengehört und nicht, wie Ihr Leben „zufällig“ verlaufen ist. Diese drei Dokumente - bewusst in der wertenden Reihenfolge „Beiträge zum Geschäftserfolg“ vor Kurz-Lebenslauf! - kommen zusammen in einen 20-Gramm-Brief. Und ab geht die Post.

5. Nur was Sie verinnerlicht haben, können Sie veräußern!
Das Entwickeln der Unterlagen ist die Vorbereitung auf Ihre Gespräche. Denn wenn Sie diese Unterlagen erstellen, lernen Sie sich „neu kennen“. Meine Klienten bestätigen mir immer wieder, dass die Entdeckung von Stärken und Erfolgen eine ganz neue Motivation gibt. Das richtet Sie auf, insbesondere dann, wenn Sie gezwungen sind, eine neue Stelle zu suchen. „Verbieten“ Sie sich das Nachdenken über Schwächen und Misserfolge. Das bringt Sie nicht weiter. Jeder hat ganz spezielle Stärken und bietet einen ganz speziellen Nutzen. Auch Sie. Fragen Sie sich: was habe ich bei jedem meiner Arbeitgeber geschafft - „welche Tore geschossen“? Dabei ist nicht entscheidend, ob Sie alle vom Unternehmen gesetzten Ziele realisiert haben. Manche Ziele sind so hoch gesteckt, dass man auf halbem Weg schon enorme Leistung gebracht hat. Wenn Sie sich Ihrer Stärken und Erfolge bewusst sind, gehen Sie ganz anders in Vorstellungsgespräche. Wenn Sie von sich überzeugt sind, können Sie andere von sich überzeugen.
6. Verschicken Sie die richtigen Informationen im richtigen Umfang!
Die Ratschläge zum Umfang und Inhalt von Bewerbungen sind so vielfältig wie die Ratgeber selbst (in den letzten Jahrzehnten über 1.100!). Ich empfehle Ihnen: Verschicken Sie keine Visitenkarten (also nur eine Auflistung bisheriger Arbeitgeber, Funktionsbezeichnungen und Zeiträumen), aber auch keine dicken Bewerbungsmappen mit Zeugnissen und Diplomen. Schicken Sie genau die Informationen, die für den Entschluss, Sie einzuladen wichtig sind. Aus meiner langjährigen Erfahrung genau die drei vorgenannten Dokumente! Damit geben Sie eine optimale Informationsbasis für den Entscheider, ob er Sie näher kennenlernen will. Bieten Sie aber in Ihrem Anschreiben umfassendere Informationen, also die ausführlichen Bewerbungsmappe an. Erfahrungsgemäß werden meine Klienten überwiegend eingeladen, ohne dass die Unternehmensentscheider zuvor eine Mappe erbeten haben.

7. Seien Sie offen für neue Wege!

Sie glauben, der nächste Karriereschritt könne nur in Ihrer Branche erfolgen? Irrtum! Wenn Sie sich auf die Darstellung Ihrer Erfolge konzentrieren, gewinnen Sie ganz neue Perspektiven und Chancen. Warum nicht Quereinsteiger in einer anderen Branche, wenn Ihre Stärken und bisherigen Erfolge dort gesucht werden? Vielleicht sogar mehr gesucht und besser bezahlt werden, als in Ihrer Branche? Warum nicht eine Tätigkeit bzw. Aufgabe, die mit Ihrer bisherigen nur „verwandt“ ist? Sie möchten gerne selbstständig sein, wissen aber nicht wie und wo? Oder wollten Sie schon immer mal etwas ganz anderes machen und haben sich bislang nicht getraut, weil Ihnen dort die Berufserfahrung und Ausbildung fehlt? Denken Sie über den Tellerrand hinaus. Träumen Sie auch einfach mal.

8. Leisten Sie sich professionelle Unterstützung!

Denn das investierte Geld ist sehr gut angelegt - sofern Sie zu einem wirklich erfahrenen Fachmann gehen. Ich habe in meiner Beratungspraxis viele Klienten, die Profis beim Thema „Marketing“ oder „Personal“ sind. Aber das heißt noch lange nicht, dass sie auch Profis in eigener Sache, also der erfolgreichen Selbstvermarktung und Jobsuche sind. Die meisten haben ihre ursprünglichen Bewerbungsunterlagen nach der gemeinsamen, grundlegend neuen Bearbeitung nicht mehr wiedererkannt. Alle sind von der Vorgehensweise der zielgruppenspezifischen Kurzbewerbung überzeugt, allein schon weil sie ihren persönlichen Erfolg damit hatten. Und jeder hat das Coaching zu schätzen gewusst, die eigenen Stärken und Erfolge herauszuarbeiten und zu dokumentieren. Da Sie mit dieser Methode in der Regel höhere Jahresbezüge erzielen und Beschäftigungsunterbrechungen vermeiden, rechnet sich die Beratung allemal. Fast alle Karriereberater bieten Ihnen ein unverbindliches, kostenloses Informationsgespräch an. In diesem können Sie Vorgehensweise und Honorar klären und vor allem feststellen, ob der Karriereberater gut und seriös ist und ob die Chemie stimmt. Lassen Sie sich in einem solchen Erstgespräch alles möglichst ganz konkret an Ihrer eigenen Situation erläutern - und nicht auf ein Handbuch verweisen. Außerdem wird er Ihnen mehrere Referenzen von betreuten Klienten Ihrer Funktion nennen können, die Sie telefonisch nach ihren Erfahrungen befragen können. Das gibt Ihnen mehr Sicherheit, wenn es um die Entscheidung geht, ob und zu wem Sie gehen.

Zur Person:

Dr. Jürgen Nebel ist Karriereberater für Führungskräfte. Sein Beratungsunternehmen Nebel Karriereberatung sitzt in Wiesbaden. (www.nebelkarriereberatung.de)