



Als Bewerber in der Verpackungsbranche

Der Köder muss dem Fisch schmecken ...

Von Roland Pietzcker *

Trotz der Arbeitslosenquote von rund 10 Prozent, trotz der nach der „Teuro“-Umstellung spürbaren Kaufzurückhaltung der Verbraucher, trotz (oder wegen?) des anhaltenden Konzentrationsprozesses in der Verpackungsbranche – das Personalkarussell bei den Packmittelerzeugern dreht sich weiter. Der Bedarf an fachlich – und was noch wichtiger ist – menschlich überzeugenden Fach- und Führungskräften ist nahezu ungebrochen, die Ansprüche an Kandidaten im wirtschaftlich schwierigen Umfeld sind aber eher noch gestiegen.

> Denn Zeiten gebremsten oder gar rückläufigen Wachstums sind immer auch Zeiten der personellen Optimierung. Dem gegenüber steht die verständliche Zurückhaltung vieler Arbeitnehmer, einen sicheren Arbeitsplatz und die erworbene Seniorität aufzugeben und das unbestreitbare Risiko eines Jobwechsels einzugehen. Das damit auch Chancen ungenutzt bleiben, liegt auf

der Hand. Was kann der Einzelne aber dazu tun, um dieses Risiko zu minimieren und seine Karriere zielstrebig auszubauen? Am Anfang steht die ehrliche Selbstanalyse: Was sind meine persönlichen Stärken und Schwächen? Wo und warum habe ich bisher Erfolge erzielen können, wo und warum habe ich Misserfolge verkraften müssen? Was erwarte ich vom Leben? Was möchte ich beruf-

lich und persönlich erreichen? Was bin ich bereit, dafür zu tun? Für diese Standortbestimmung mag es hilfreich sein, das Gespräch mit einem Profi – wie zum Beispiel einem Personalberater mit Branchenkompetenz – zu suchen, der im Rahmen einer Karriereberatung Möglichkeiten aber auch Grenzen aufzeigen kann.

Dieser Klärungsprozess kann nicht intensiv genug betrieben werden, denn ein Arbeitsplatzwechsel ist das falsche Objekt für leichtfertige Entscheidungen. Auch bei ernsthaftester Prüfung eines Angebots ist niemand gefeit vor Fehleinschätzungen. Nur sollten solche Fehleinschätzungen und daraus folgende Jobwechsel nicht zur Regel werden. Ein Lebenslauf wie ein Flickenteppich spricht gleichermaßen für fehlendes Urteilsvermögen wie für fehlenden Durchhaltevermögen. Beides keine Eigenschaften, die beim potentiellen neuen Arbeitgeber besonders hoch im Kurs stehen. Einen Schuss frei hat jeder, der zweite Fehlschuss ist schon höchst erklärungsbedürftig und der dritte unbedingt zu vermeiden. Das heißt, im Zweifelsfall auch einmal die Zähne zusammenbeißen und eine persönlich unangenehme Situation durchzustehen – wenigstens für drei Jahre.



** Roland Pietzcker ist Partner in der Societät für Unternehmens- und Personalberatung, Starnberg. Dort verantwortet er die Personalberatung für die Druck-, Faltschachtel- und Displayindustrie.*

Ein guter Personalberater wird das so ungeschminkt sagen – allen Argumenten des Kandidaten zum Trotz, das die häufigen Wechsel nur der eigenen Horizonsweiterung dienen.

Er wird den Kandidaten aber auch dahingehend beraten, ob die Bewerbung um die ausgesprochene Position mit dessen Karriereplanung im Einklang steht. Dies ist eine andere Qualität, als die bisweilen gemachte Aussage „Jeder Jobwechsel bringt 20 Prozent mehr Gehalt“, die in dieser pauschalen Form zudem noch absurd ist. Wichtiger ist dagegen die mittelfristige Perspektive in Bezug auf die Entwicklungsmöglichkeiten und die damit einhergehende Möglichkeit, das Einkommen nachhaltig zu verbessern.

Ungleich verteiltes Risiko

Ein guter Personalberater, der nicht nur „Headhunter“ ist, wird den Kandidaten auch deshalb fair beraten, weil er weiß, dass das Risiko bezüglich einer eventuellen Fehlbesetzung zwischen einstellendem Unternehmen und Bewerber ausgesprochen ungleich verteilt ist. Während im schlimmsten Fall für das Unternehmen mit einem Zeit- und damit verbunden Geldverlust zu rechnen ist, kann die Fehlbesetzung für den gescheiterten Kandidaten existentielle Folgen haben. Der Personalberater sollte deshalb der „ehrliche Makler“ sein, der natürlich die Interessen seines Kunden, des einstellenden Unternehmens, im Auge hat, aber gleichermaßen die Schutzwürdigkeit des Kandidaten beachtet. Dies bedeutet auch, dass er nur solche Kandidaten vorstellt, von deren Eignung er überzeugt ist, und die ihrerseits ihre ausdrückliche Zustimmung zur Präsentation gegeben haben. Ohne deren Wissen

Woran Bewerbungen scheitern

- > Mangelnde fachliche Eignung
- > Mangelnde persönliche Eignung
- > Mangelnde Führungsfähigkeit
- > Fehlende „Chemie“
- > Fehlende Mobilität des Kandidaten
- > Überzogene finanzielle Erwartungen

Profile einzelner Kandidaten an potentielle Kunden zu verschicken wäre in höchstem Maße unethisch, weil es das Vertrauensverhältnis zwischen Kandidat und Berater verletzt und dazu noch datenschutzrechtlich unzulässig ist.

Der am Ende dieses Klärungsprozesses eventuell einsetzende Bewerbungsprozess – ob initiativ, auf eine Anzeige reagierend oder nach Ansprache eines Beraters – ist immer auch ein Marketingprozess, nämlich Marketing in eigener Sache. Vom Grad der Professionalität und Qualität dieses Prozesses wird zwangsläufig auf die Professionalität der täglichen Arbeit des Bewerbers geschlossen. Das muss dem Bewerber klar sein. Und Marketing heißt immer noch: „Der Köder muss dem Fisch schmecken, nicht dem Angler.“ Will heißen: ich muss mich in der Form präsentieren, die mein Gegenüber erwartet, um Erfolg zu haben. Dies gilt ganz besonders in der eher konservativen Verpackungsbranche.

Obwohl es unzählige Veröffentlichungen zum Thema „Wie bewerbe ich mich richtig“ gibt, ist immer wieder erstaunlich, wie große Schwierigkeiten es manchen Anglern macht, ihren Köder zu präparieren. Das fängt bei den Bewerbungsunterlagen an. Deren Herzstück ist der Lebenslauf, der lückenlos sein und möglichst zu jeder innegehabten Position etwas über die damit verbundene Zuständigkeiten und Aufgaben aussagen sollte. Ein Foto – möglichst ein farbiges Porträt, aber kein Urlaubs-schnappschuss – gehört ebenfalls dazu.

Vervollständigt werden die Unterlagen durch Zeugniskopien aller bisherigen Positionen und der Bildungsabschlüsse. Wehrdienstbescheinigungen und Zertifikate aller besuchten Fortbildungsveranstaltungen und Seminare sind dagegen gänzlich überflüssig. Die Bewerbungsmappe ist das falsche Objekt, um besondere Kreativität beweisen zu wollen. Ein ordentlicher Schnellhefter oder eine handelsübliche Bewerbungsmappe sind allemal ausreichend.

Die klassische Bewerbungsmappe hat auch im Internetzeitalter ihre Berechtigung nicht verloren. Eine elektronische Bewerbung kann gerade im Sta-

dium der Kontaktaufnahme durch oder mit einem Personalberater als erster Schritt sinnvoll sein, dann aber bitte ohne seitenweise eingescannte Zeugnisse und Bescheinigungen, und in einem üblichen Datenformat.

Beim dann (hoffentlich) folgenden Vorstellungsgespräch gilt das gleiche: Der Köder muss dem Fisch schmecken... Also selbst bei einer Bewerbung um eine Position im technischen Bereich, der im Arbeitsalltag eine etwas legerere Kleiderordnung kennt, ist in dieser Phase Krawatte und Sakko Pflicht. Ein angemessenes Auftreten und Pünktlichkeit, die bei der Anreise eine gewisse Zeitereserve für „Unvorhergesehenes“ beinhaltet, sind auch Ausdruck der Wertschätzung, die man seinem Gegenüber entgegenbringt.

Richtige Vorbereitung ist essentiell

Noch wichtiger aber ist die inhaltliche Vorbereitung eines solchen Termins. Allein mit den vielfältigen Möglichkeiten des Internets gibt es keine Entschuldigung, unvorbereitet in ein Vorstellungsgespräch zu gehen. Wie sollte das einstellende Unternehmen nicht an der Ernsthaftigkeit und dem Interesse des Kandidaten zweifeln, wenn er sich nicht einmal ordentlich auf ein solch wichtiges Gespräch vorbereitet.

Beim Vorstellungstermin selbst sollten die Gesprächsanteile ungefähr ausgewogen sein, denn Sinn der Veranstaltung ist das gegenseitige Kennenlernen, das heißt es ist nicht nur zulässig sondern erwünscht, dass der Bewerber fragt. Nur sollten sich die Fragen nicht allein auf den Urlaubsanspruch und die

sozialen Leistungen des Unternehmens beschränken. Völlig sinnlos ist es dagegen, sich in diesem Gespräch in irgendeiner Form zu verstellen und eine Rolle zu spielen, die man in der Realität nicht ausfüllt. Im zweiten Gespräch, spätestens aber während der Probezeit beginnt jede Fassade zu bröckeln, je später, desto unangenehmer die Folgen.

Die beste Bewerbung, das erfolgreichste Bewerbungsgespräch ist aber dann nichts wert, wenn die Familie nicht mitzieht. Fehlende Mobilität der Familie – oder im Klartext: des Ehepartners, denn die größte Belastung durch den eventuell notwendigen Umzug tragen nicht die Kinder, die sich meist sehr schnell in der neuen Umgebung wohl-

fühlen, sondern die Ehefrau, die ihre gesamte Infrastruktur oder sogar den eigenen Job aufgeben muss – ist der häufigste Grund, warum ein sonst geeigneter Kandidat nicht zum Zuge kommt.

„Wochenendbeziehung“ unerwünscht

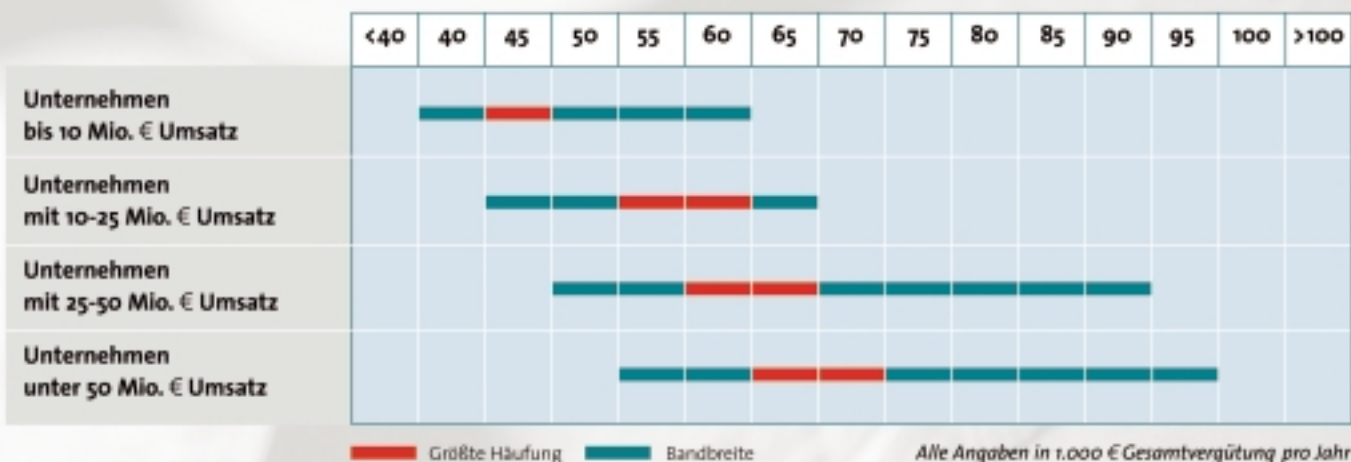
Aus gutem Grund lassen sich nämlich die wenigsten Unternehmen auf eine dauerhafte „Wochenendbeziehung“ ihres neuen Mitarbeiters ein. Denn diese Doppelbelastung führt zu oft dazu, dass er über kurz oder lang ein schlechtes Gewissen gegenüber Job und Familie entwickelt, verbunden mit einem Verlust an Lebensqualität durch eigentlich unnötige Stunden auf der Autobahn. Das Ge-

genargument ein „Wochenendpendler“ sei für Firmen besonders wertvoll, weil er die Woche über keine Ablenkung erfahre und somit mehr Zeit investieren könne, wiegt diesen Nachteil nicht auf.

Es gilt also, die Familie frühzeitig mit ins Boot zu nehmen und gemeinsam festzustellen, wie viel gemeinsamer Einsatz notwendig ist, um die der ganzen Familie zugute kommende Karriereentwicklung zu ermöglichen. Es gehört schon eine gehörige Portion Glück und Zufall dazu, wenn Karriere und fehlende Mobilität zusammengehen sollen. In der Regel schließen sie sich aus. Auch darüber sollte man sich klar sein, möglichst bevor man in ein entsprechendes Bewerbungsverfahren einsteigt. >

Gehaltsspiegel „Gebietsverkaufsleiter in der Verpackungsindustrie“

in Zusammenarbeit mit der Societät für Unternehmens- und Personalberatung, Starnberg



Anteil des variablen Anteils an der Gesamtvergütung

keinen	variablen Anteil an der Gesamtvergütung haben	10% der Gebietsverkaufsleiter
bis zu 10%		10% der Gebietsverkaufsleiter
11 - 15%		25% der Gebietsverkaufsleiter
16 - 20%		35% der Gebietsverkaufsleiter
über 20%		20% der Gebietsverkaufsleiter

Anforderungen an Gebietsverkaufsleiter (Schlüsselqualifikationen)

- > Vertriebsneigung
- > Hohe Reisebereitschaft
- > Technisches Verständnis
- > Kenntnisse der Abnehmerbranchen
- > Verhandlungsgeschick, Abschlusssicherheit
- > Ausgeprägtes Servicedenken
- > Eigeninitiative
- > Flexibilität
- > Sicheres Auftreten
- > Vertrautheit mit der Region