



Quelle: Archiv/WILA

■ NETZWERKEN

Auf Arbeitgeber zugehen

Auf Fachtagungen, Messen oder in informellen Runden lassen sich wertvolle Kontakte knüpfen. Aus interessanten Gesprächspartnern können Kollegen werden. | *Josefine Janert*

Die junge Wissenschaftlerin nimmt an einer Fachtagung teil. Ein Vortrag hat sie besonders interessiert. Nun steht der Referent, ein leitender Angestellter eines wissenschaftlichen Verlages, allein da und raucht. Soll sie ihn ansprechen, einfach so? Sie möchte sich beruflich verändern und nur allzu gern zu dem Verlag wechseln, den sie schon als Studentin schätzte. Soll sie den Mann nach einer freien Stelle fragen?

Sie entscheidet sich für ein behutsames Vorgehen und beginnt ein Gespräch über das Herbstwetter. Sie sagt dem Mann, was ihr an seinem Vortrag gefallen hat. Schnell sprechen sie über Fachliches, tauschen schließlich Visitenkarten aus. Dann kommen zwei andere Personen dazu und verwickeln den Mann in eine Diskussion. Ein paar Tage später schreibt die Wissenschaftlerin eine

freundliche Mail an den Verlagsmitarbeiter. Sie verabreden sich für die Frankfurter Buchmesse. Bald darauf schickt sie eine Initiativbewerbung an den Verlag.

Eine Zusage für eine feste Stelle hat sie bis heute nicht. Es heißt, dass im Moment keine Stelle frei sei, die zu ihr passe. Aber der Verlag will gern mit ihr in Kontakt bleiben, weil in ein paar Wochen eine Kollegin das Haus verlässt.

Wildfremde Menschen anzusprechen und erst einmal mit ihnen zu fachsimpeln, bevor man die Jobchancen sondiert, diese Strategie kann erfolgreich sein. Jedoch ist es wahrscheinlich, dass nicht gleich der erste Versuch zu einer Festanstellung führt. Die Wissenschaftlerin findet im Nachhinein, dass es besser ist, sein Glück zu wagen, als sich hinterher über eine möglicherweise vertane Chance zu ärgern. Mit Sicherheit ist sie

den Mitarbeitern des Verlags eher in Erinnerung geblieben, als wenn sie eine Bewerbung an die Sammelmiladresse des Unternehmens geschickt hätte. Außerdem trainieren Gespräche, wie sie sie auf der Fachtagung geführt hat, ja auch für andere Gelegenheiten, bei denen sie sich präsentieren muss.

Die Unterlagen persönlich vorbeibringen

Die Mitarbeiterin einer Umweltschutzorganisation erzählt: „Ich war auf einer Veranstaltung an der Uni, um unsere Organisation vorzustellen. Eine Studentin beteiligte sich rege und mit klugen Argumenten an der Diskussion. Hinterher kam sie zu mir und stellte sich vor. Ich gab ihr meine Visitenkarte. Am nächsten Tag brachte sie mir persönlich ihre Bewerbungsunterlagen ins Büro. Das hat mich beeindruckt.“ Die Studentin machte erst einmal ein Praktikum. Danach bekam sie eine feste Stelle bei der Umweltschutzorganisation. „Normalerweise würde ich es aufdringlich finden, wenn jemand einfach so bei mir im Büro auftaucht“, sagt die Mitarbeiterin, die der Studentin das Praktikum verschafft hat. „Aber weil wir uns am Tag zuvor so gut unterhalten hatten und ich mich noch gut an sie erinnern konnte, fand ich es in Ordnung.“

Während es bei Handwerksbetrieben immer noch gang und gäbe ist, dass Arbeitssuchende ohne Verabredung hereinschneien, gilt das für Akademikerberufe eher nicht: Da möchten die allermeisten Entscheider nicht ohne Vorwarnung in ihrem Büro besucht werden.

Der Wissenschaftlerin und der Studentin ist es gelungen, sich so zu präsentieren, dass sie ihren Gesprächspartnern im Gedächtnis blieben. Beide hatten sich vor dem Termin inhaltlich mit dem Tätigkeitsfeld ihres Wunscharbeitgebers auseinandergesetzt. Sie waren in der Lage, im Gespräch darauf einzugehen, ohne sich mit fehlendem Wissen zu blamieren. Und sie beachteten die Regeln der Höflichkeit. Dazu gehört auch, in

einer Mail die Namen korrekt zu schreiben. „Wenn ich Bewerbungen bekomme, ist darin manchmal mein Name falsch geschrieben“, sagt die Mitarbeiterin der Umweltschutzorganisation. „Dabei findet man ihn auf unserer Homepage.“ Hin und wieder erlebt sie auch, dass sich Bewerber an eine Person in der Organisation wenden, die gar nicht über Praktika und Stellen in diesem Ressort entscheidet. Auch das könne man rasch herausfinden – auf der Homepage oder durch einen Anruf in der Telefonzentrale. „Im schlimmsten Fall hat der Kollege, der die Bewerbung dann bekommt, gerade sehr viel zu tun und vergisst, die Mail an mich weiterzuleiten.“

Dreißig Sekunden, um sich vorzustellen

Die Strategie, sich potenziellen Kollegen und Arbeitgebern zunächst in einem Gespräch über Fachliches vorzustellen, funktioniert natürlich nur, wenn man über das Fachliche etwas zu sagen hat. Gutes Zuhören und interessierte Fragen kommen besser an als lange Monologe über ein Fachthema. Ferner sollte man sich vorher überlegen, wie man in ein paar Sätzen das eigene berufliche Profil umreißen kann. Das übt man am besten. Wohlgesonnene, aber kritische Freunde oder der Partner können ein Feedback geben, wie man rüberkommt – auch was die Körpersprache, die Lautstärke und den Ton anbelangt.

In den achtziger Jahren sollen Vertriebsleute in den USA stundenlang mit dem Fahrstuhl gefahren sein, immer in der Hoffnung, dass mal ein Entscheider in den Lift einstieg. Wenn das geschah, hatten die Vertriebsleute ungefähr dreißig Sekunden lang Zeit, dem Boss ihre Ideen und Vorschläge zu unterbreiten. So lange dauert etwa eine Fahrt mit dem Lift. Und so soll der Begriff „Elevator Pitch“, die Kurzpräsentation während einer Fahrstuhlfahrt, entstanden sein.

Elevator Pitches eignen sich dafür, Entscheidern kreative Ideen und Kunden

neue Produkte vorzustellen. Sie sind auch ein gutes Mittel, um die eigenen Kenntnisse und Berufserfahrungen ins rechte Licht zu rücken – immer im Hinblick darauf, wie sie zum Wunscharbeitgeber passen. Die knappe Selbstpräsentation bleibt eher im Gedächtnis als das lange Aufzählen von Lebensstationen (siehe auch Interview mit Valentin Nowotny). Wer auf einer Fachtagung oder Messe ist, hat ohnehin den Kopf voll mit vielen Dingen. Kaum jemand merkt sich den gesamten Lebenslauf. Da kann man sich von vornherein darauf konzentrieren, was aktuell wichtig ist.

Ein guter Elevator Pitch ist verständlich und plausibel. Er spricht die Gefühle und Bedürfnisse der Zielperson an. „Nicht Zahlen, Daten und Fakten bewegen die Menschen, sondern die Frage: Was bedeutet das für mich?“, schreibt Joachim Skambraks in seinem lesenswerten Buch über den „Elevator Pitch“ (Gabal Verlag, Offenbach, 2012, 8,90 Euro). Der Autor hält dreißig Sekunden für einen kurzen Elevator Pitch für ausreichend – einzusetzen etwa bei einem Telefonat oder beim Vorstellen in einer Runde. Drei Minuten veranschlagt Skambraks für die Präsentation der eigenen Person in einem Einstellungsgespräch. Der Elevator Pitch ist dabei wohlgerneht nur der Einstieg in das Gespräch. Danach folgen im besten Fall Fragen oder eine Diskussion.

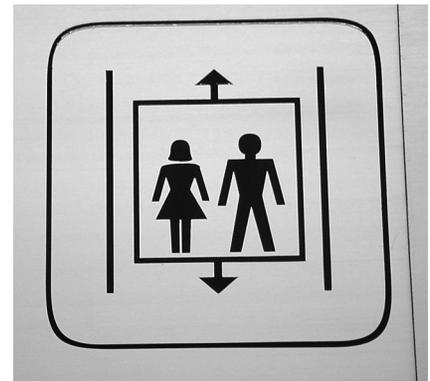
Laut Joachim Skambraks funktioniert der Elevator Pitch wie die AIDA-Formel, die auch im Marketing verwendet wird. Zunächst erregt der Sprecher Aufmerksamkeit (**A**ttention) und weckt Interesse (**I**nterest), wobei er sich auf die wesentlichen Informationen konzentriert. Der Gesprächspartner soll das Verlangen verspüren, am Nutzen teilhaben zu können, den der Sprecher anbietet (**D**esire). Schließlich folgt **A**ction: Man tauscht Visitenkarten aus oder wird beispielsweise zu einer anderen Veranstaltung eingeladen.

„Damit Ihr Elevator Pitch Bilder und Begehrlichkeiten in den Köpfen der Zuschauer entstehen lässt, muss er gut

inszeniert und geprobt sein“, schreibt Joachim Skambraks. Der Berliner Personalberater Valentin Nowotny empfiehlt außerdem, sich bei Präsentationen der eigenen Person nicht auf die Vergangenheit zu beschränken. „Man sollte auch über die Gegenwart und Zukunft sprechen“, sagt der Psychologe: Welche Wünsche habe ich, wo will ich mich hin entwickeln?

Wie finde ich die richtige Veranstaltung?

Branchen- und Berufsverbände wissen, wann und wo die für ihren Wirtschaftszweig wichtigen Veranstaltungen stattfinden: Messen, Tagungen, Fortbildungen und Ähnliches. Viele verschicken regelmäßig Newsletter und sind sogar froh darüber, dass sie jemand abonnieren will.



Eine anspruchsvolle Übung: Der Elevator Pitch – in dreißig Sekunden das Wesentliche
Foto: AP/Wila

Darüber hinaus verraten größere Unternehmen oft auf ihren Homepages, an welchen Messen und Fachtagungen sie sich demnächst beteiligen. „Wir freuen uns, wenn wir auf Karrieremessen und Fachtagungen angesprochen werden“, sagt Anne-Marguerite Plutz, die im Personalmanagement des Technologiekonzerns Siemens tätig ist. „Einen guten Eindruck macht es, wenn der Kandidat sich über das Unternehmen informiert hat und weiß, welche Anforderungsprofile wir suchen. Und wenn er im Gespräch zielführende Fragen stellt.“

Es gibt zahllose Möglichkeiten, sich über einen Arbeitgeber zu informieren. Viele veröffentlichen auf ihrer Homepage ein Selbstporträt, Geschäftszahlen und Daten über ihre Geschichte, wichtige Produkte und Dienstleistungen. Gelegentlich stehen dort kurze Lebensläufe und Fotos von Mitarbeitern. Sie vermitteln einen Eindruck davon, welche Qualifikationen gefragt sind und welche Kleidung angemessen ist. Medienberichte und wiederum die Berufs- und Branchenverbände

Plutz von Siemens begegnet auf Messen gelegentlich sogenannten Give-Away-Jägern, Menschen, die nur deshalb mit ihr ein Gespräch beginnen, weil sie ein Souvenir des Unternehmens mit nach Hause nehmen möchten. Außerdem betont sie, dass Siemens Bewerbungen ausschließlich online entgegennimmt – und zwar über eine internationale Stellenbörse auf der Homepage. „Trotzdem kommt es ab und zu vor, dass wir Papierbewerbungen erhalten“, so Anne-Marguerite Plutz.

Frankfurt am Main, 2012). Eine davon ist die Netzwerkstrategie. „Martin geht squashen, wenn er einen neuen Job sucht“, schreibt Hofert. „Am Rande des Feldes oder nach dem Match beim Bier geht es dann um das Thema: ‚Ich suche wieder... die Entscheidung für den Job damals war falsch. Hast du nicht etwas gehört, kennst du nicht jemand?‘“

Wer diese Strategie verfolgt, sollte die Gepflogenheiten und Umgangsformen der Branche kennen und wissen, wo sich wichtige Leute informell treffen. Netzwerke wollen langfristig gepflegt werden. Von jedem, der mitmacht, wird erwartet, dass er nicht nur nehmen, sondern auch geben will. Das gilt besonders für Neulinge. Das kann bedeuten, dass man auch mal mit einer interessanten Hintergrundinformation herausrückt – oder in einer anderen Situation gerade diskret ist und eine Information nicht weiterträgt. Wer in Netzwerken nur absahnt, wird von anderen schnell als Abzocker enttarnt und ist bald außen vor.



Situation Jobmesse: Hier ist es erwünscht, auf Arbeitgeber zuzugehen. Mit kurzen Kernbotschaften bleibt man im Gedächtnis und kann später daran anknüpfen. Foto: Archiv/WILA

sind weitere wichtige Quellen. Letztere geben beispielsweise Auskunft über die in der Branche üblichen Gehälter, Arbeitsverträge und Spielregeln.

Diese Hintergrundinformationen kann man für das Gespräch auf der Messe oder Fachtagung nutzen, ohne natürlich gleich mit der Tür ins Haus zu fallen. Und ohne floskelhafte Fragen zu stellen. „Einen Arbeitgeber zu löchern mit Fragen wie: ‚Was brauchen Sie eigentlich, welche Mitarbeiter suchen Sie?‘ davon würde ich abraten“, sagt der Psychologe Valentin Nowotny. „Der Gefragte weiß ja nicht, wie die Antwort verwendet wird, und wird daher zurückhaltend sein.“ Anne-Marguerite

„Wenn der Kandidat dann kein Verständnis dafür hat, dass er sich über unsere Online-Jobbörse bewerben sollte, und uns seine Papierbewerbung aufdrängen möchte, kommt das nicht gut an.“

Martin geht squashen

Neben den Fachmessen und Fachtagungen gibt es in jeder Branche informelle Netzwerke, die bei der Jobsuche helfen. Die Karriereberaterin Svenja Hofert schildert in ihrem lesenswerten Buch „Die Guerilla-Bewerbung“ sechzehn „Ungeöhnliche Strategien erfolgreicher Jobsucher“, so der Untertitel (Campus Verlag,

Werden Sie nicht zum Daueranrufer

Die Kontakte sind geknüpft, die Initiativbewerbung verschickt, was dann? Viele Arbeitssuchende sind unsicher, ob, wann und wie häufig sie telefonisch oder per Mail nachhaken dürfen, ohne zu nerven. Anne-Marguerite Plutz von Siemens sagt: „Wer bei uns im Bewerbungsprozess für eine konkrete Stelle ist, bekommt die Kontaktdaten eines Ansprechpartners. Es ist in Ordnung, sich dort ein oder zwei Wochen nach dem ersten Kontakt zu melden.“ Jedoch sollten die Kandidaten wirklich die Nummer dieser Person anrufen – und nicht etwa die Servicehotline des Technologiekonzerns.

Business-Coach Carolin Lüdemann mahnt zur Geduld: „Berücksichtigen Sie, dass die erste Bewerberauswahl ein durchaus langwieriger Prozess im Unternehmen ist“, sagt sie. Wenn das Unternehmen eine Stellenanzeige geschaltet hat, wartet es ein bis zwei Wo-

chen auf Bewerbungen und sichtet sie. Erst etwa drei Wochen später solle man nachhaken und sich nach dem aktuellen Stand erkundigen. „In diesem Gespräch werden Sie eine Auskunft erhalten, wie der weitere Ablauf geplant ist – wenn

Gespräch hat. „Auch wenn es mal länger dauert, bis ein Unternehmen auf Bewerbungen reagiert, werden Sie nicht unfreundlich und führen Sie dem anderen seine ‚Verspätung‘ nicht vor Augen“, sagt sie. „Fragen Sie nicht per Mail nach dem

wissen, mit wem man telefoniert – schon, um spätere Nachfragen zu erleichtern.

- Sprechen Sie langsam, vor allem zu Beginn des Telefonats. Ingrid Amon, freie Trainerin für Sprechtechnik, Rhetorik und Präsentation, empfiehlt in ihrem Buch „Die Macht der Stimme“ (Redline Verlag, München, 2011): „Zu rasche Begrüßung wirkt sofort undeutlich und bissig. Langsamkeit ist auch angesagt, wenn es um die Vermittlung von Zahleninformation geht, Telefonnummern usw. Sprechen Sie unbedingt so, dass der andere mit-schreiben kann.“
- Egal, wie das Telefonat verläuft, verabschieden Sie sich auf jeden Fall freundlich. Man weiß nie, wann man sich ein zweites Mal begegnet.



Bin ich willkommen oder nerve ich? Wer aktiv per Telefon Kontakt aufnimmt, muss sich sensibel und aufmerksam auf den Gesprächspartner einstellen. Foto: Archiv/WILA

Sie nach Ablauf dieser Zeitspanne plus ein paar Tage Pufferzeit nichts gehört haben, dürfen Sie erneut nachfragen. Werden Sie aber nicht zum Daueranrufer: Wenn ein Unternehmen zweimal seine Versprechen nicht gehalten hat, stellt sich die Frage, ob Sie als Bewerber an der potenziellen Zusammenarbeit überhaupt noch Interesse haben...“

Auch die Mitarbeiterin der Umweltschutzorganisation hat sich schon über häufige Nachfragen geärgert, auch wenn sie auf elektronischem Weg kamen. „Ich antworte sehr zuverlässig auf Mails“, sagt sie. „Bei mir geht nichts unter. Deshalb ist es gar nicht nötig, mehrmals nachzufragen, ob über die Bewerbung schon entschieden ist.“

Für Carolin Lüdemann wäre es ein No-Go, sich am Telefon unsicher zu zeigen und nachzufragen, ob man „eine Chance“ auf eine Einladung zu einem

Stand der Dinge, es sei denn, es wird ausdrücklich so gewünscht. Damit würden Sie dem Unternehmen noch mehr Arbeit machen und sich in eine passive Rolle drängen.“

So telefonieren Sie erfolgreich

- Lächeln Sie am Telefon. Auch wenn der Mensch am anderen Ende der Leitung Sie nicht sieht, wirkt sich das Lächeln auf die Atmosphäre aus.
- Wenn der Gesprächspartner das Telefonat annimmt, versteht er die ersten Worte meist nicht. Beginnen Sie deshalb das Telefonat nicht damit, dass Sie Ihren Namen nennen. Sagen Sie stattdessen: „Guten Tag, hier ist Maximilian Schmidt.“
- Fragen Sie ruhig nach, wenn Sie den Namen des Gesprächspartners nicht verstanden haben. Man sollte immer

■ INTERVIEW

Mit potenziellen Arbeitgebern telefonieren

Der Psychologe Valentin Nowotny arbeitet als Personalberater. Er ist Gründer und Leiter des Beratungsunternehmens Now-Concept in Berlin.

arbeitsmarkt: *Sie haben sicher schon oft mit Bewerbern und Geschäftskunden telefoniert. Was ist Ihnen in Erinnerung geblieben?*

Valentin Nowotny: Einiges. Bei Telefona-ten ist es ja nicht so einfach zu verstehen, wer auf der anderen Seite der Leitung ist. Die Mimik und Gestik des anderen bleiben unsichtbar. Entweder habe ich mich vorher in den sozialen Medien über die Person informiert und nun eine Vorstellung davon, mit wem ich rede. Oder jemand ruft mich ohne Ankündigung an. Dann stellt sich die Frage, welche Duftmarke die Person setzt. Nach fünf Minuten habe ich einen Eindruck von der Stimme, der Art und Weise des Sprechens. Ich achte sehr auf die Ausdrucksfähigkeit: Kann die Person in drei Sätzen

ein Thema umreißen? Kommt sie auf den Punkt? Sagt sie inhaltlich etwas, an das ich mich später erinnere? Oft ist es ein Stichwort, das ich später mit der Person verknüpfe: „Ich kann auch Koreanisch“ oder „Ich bin nebenbei Schlagzeugin“. Wenn das mein Interesse weckt, bitte ich die Person, im Anschreiben darauf zu verweisen, dass sie auch Koreanisch spricht oder Schlagzeug spielt. Dann erinnere ich mich beim Durchsehen der Unterlagen gleich an das Gespräch.

Mit solchen Anknüpfungen kann man auch danebenliegen. Was ist, wenn Sie Schlagzeugin blöd finden? Soll man eher riskieren, aussortiert zu werden, als farblos zu bleiben?

Durchaus. Außerdem kann ich reagieren und sagen: „Schlagzeug – das mag ich gar nicht.“ Dann bleibt man auch im Gespräch, und das ist besser, als Floskeln auszutauschen. Tabuthemen wie Politik, sexuelle Orientierung, Religion und Krankheiten sollten Sie am Telefon und im Small Talk allerdings ausklammern. Es sei denn, das Thema passt zu der Stelle,

die Sie suchen, weil Sie etwa in einem „Referat für Gleichgeschlechtliche Lebensweisen“ anfangen möchten.

Wer auf einer Tagung mit einem potenziellen Arbeitgeber ins Gespräch kommt, wird später am Telefon sicher nicht als Erstes über seine Hobbys sprechen. Was ist zu beachten, wenn man über seine Berufserfahrungen redet?

Es ist sinnvoll, sich zunächst auf drei Punkte zu beschränken: Ich bin in Haifa geboren, spreche Polnisch und habe mich als Historiker auf das 19. Jahrhundert spezialisiert. Haifa – Polnisch – 19. Jahrhundert, da entsteht in meinem Kopf eine Geschichte, die ich mit der Person verbinde. Ferner sollte der Bewerber klar machen, warum und wie er eine Lücke füllen kann: Er hat gelesen, dass das Institut eine Kooperation mit einer Einrichtung in Warschau beginnt, und da sind seine Kenntnisse sicher gefragt.

Für eine längere Präsentation der eigenen Person sollte man sich ausführlich Gedanken machen und auch Freunde fragen: Was kann ich wirklich gut? In welchen Situationen habe ich das unter Beweis gestellt? Mit einer präzisen Beschreibung hebt man sich ab von Floskeln wie „ich bin teamfähig und flexibel“, die ein geübter Personaler sofort hinterfragt.

Beim Telefonieren sieht man nicht die Mimik des Gesprächspartners, auch nicht, welche Laune er gerade hat. Wie kann man sicher sein, dass man nicht nervt?

Zunächst einmal sollte man nachfragen, ob die Person gerade Zeit hat. Ob jemand im Stress ist, merkt man ja auch an der Stimme, an der Art des Sprechens. Wenn jemand zu verstehen gibt, dass er gerade nicht bereit ist, würde ich ihm das Gespräch auch nicht aufdrängen. Wenn die Person signalisiert, dass sie jetzt Zeit hat, ist aktives Zuhören wichtig – noch wichtiger, als wenn man sich gegenüber sitzt: Ab und an mit „aah“ oder „mmh“ oder einem anderen Wort signalisieren, dass

die Leitung noch steht und man dem anderen folgt. Regelmäßig das Gesagte zusammenfassen mit Sätzen wie: „Ich verstehe, Ihnen ist das Thema XY besonders wichtig.“

Manchmal geht es am Telefon schon um schwierigere Themen. Wie spricht man zum Beispiel zeitliche Verfügbarkeit oder Gehaltsfragen an?

Wenn der Bewerber das Telefonat mit etwas Small Talk begonnen und die Stimme des Personalers kennen gelernt hat, kann er darauf achten, ob sie sich bei den schwierigeren Themen verändert. Klingt die Stimme des Personalers gepresst, wenn es um Geld geht? Das kann darauf hinweisen, dass die fachlichen Qualifikationen zwar passen, aber die Summe für das Unternehmen zu hoch ist. Diese Situation kann der Bewerber durch eine offene Bemerkung abfedern, etwa: „Diese Summe hatte ich spontan im Kopf. In dieser Frage können wir aber gerne noch verhandeln.“

Viele Entscheider rücken gar nicht ihre Durchwahl heraus. Oft dringen Arbeitssuchende nur bis zur Assistentin durch. Sollen sie darauf bestehen, zum Chef durchgestellt zu werden?

Nein. Was hilft dem Bewerber ein erzwungenes Telefonat? Im Zweifel wird der Chef entscheiden: Mit dieser Person will ich nichts zu tun haben. Ich würde lieber kurz mit der Assistentin plaudern, vielleicht das eine oder andere über mich erzählen. Wenn man auf diese Weise Sympathie weckt, findet die Assistentin möglicherweise doch einen Termin für ein Telefonat mit dem Chef.

Wie oft sollte man telefonisch nachhaken, nachdem die Bewerbung abgeschickt ist?

Höchstens dreimal. Dann würde ich es lassen, es sei denn, das Gegenüber gibt ein konkretes Signal: „Wir haben jetzt wirklich keine Stelle frei. Aber melden Sie sich gern in einem halben Jahr noch einmal.“

INTERVIEWPARTNER



Der Psychologe **Valentin Nowotny** ist Gründer und Leiter des Beratungsunternehmens NowConcept in Berlin und arbeitet als Personalberater.