

Hochschulabsolventen Karrierefalle Bescheidenheit

Datum: 26.03.2012
Autor(en): Alexandra Mesmer
URL: <http://www.computerwoche.de/2507573>

Ein gelungener Karrierestart ist nicht nur eine Frage von Qualifikation, sondern auch von Eigenmarketing. Wer weiß, was er erreichen möchte und das auch klar sagt, ist im Vorteil. Wer zu bescheiden ist, hat das Nachsehen.

Dass falsche Bescheidenheit manchmal fehl am Platze ist, wusste schon Karl Valentin, der es eingängig in die Worte fasste: "Mögen täten wir schon wollen, aber dürfen haben wir uns nicht getraut". Es beschreibt das Verhalten vieler Bewerber: Sie würden sich gern auf hochkarätige Jobs bewerben, denken aber, dass ihre Qualifikation nicht reicht. Bei genauerem Hinsehen stellt sich meist heraus, dass sie in die Falle "geringes Selbstbewusstsein" getappt sind.



Birgit Zimmer-Wagner, Bewerber Consult: "Je klarer man seine eigene Position vertreten kann, desto besser sind auch das Angebot und die langfristige Entwicklungsperspektive."

Foto: Bewerber Consult

Aus ihrer Beratungspraxis weiß Karrierecoach **Birgit Zimmer-Wagner von Bewerber Consult**¹: "Gerade Hochschulabsolventen verlangen sich viel ab und denken, dass es für den Einstiegsjob beziehungsweise Karrierestart immer noch nicht reicht." So auch die Absolventin eines internationalen MBA-Studiums, die fünf Sprachen spricht und in Asien, Russland und Amerika studierte und vor ihrem Studium eine Berufsausbildung abschloss. Sie fragte sich, ob ihre Abschlussnote "gut" nicht eigentlich "zu schlecht ist, denn es gibt bestimmt Leute, die besser sind als ich". Die erste Initiativbewerbung brachte der MBA-Absolventin gleich eine Einladung zum Vorstellungsgespräch. Dennoch war sie sich nicht sicher, welches Gehalt sie verlangen könne, schließlich habe sie ja "noch nicht viel" Erfahrung. Ihre Berufsausbildung vergaß sie dabei ebenso wie die Tatsache, dass sie sich auf ein klassisches Traineeprogramm für Hochschulabsolventen beworben hat, und daher niemand von ihr zehn Jahre Erfahrung forderte.

Eine solche Zurückhaltung ist in den Augen von Zimmer-Wagner nicht nötig: "Hochschulabsolventen und High

Potentials finden einen guten Markt, denn Absolventen werden in der globalisierten Jobwelt immer gefragter. Deutschland liegt nach einer Studie der OECD bei der Zahl der Akademiker an der Gesamtbevölkerung sehr weit hinten, die anvisierte Zahl, dass 30 Prozent der Bevölkerung ein abgeschlossenes Studium aufweisen sollten, liegt in weiter Ferne." High Potentials haben darum auch wenig Probleme, Einladungen für Vorstellungsgespräche zu erhalten. Dazu Zimmer-Wagner: " Es geht vielmehr darum, die Erwartungen, die die einladende Firma aus den Bewerbungsunterlagen gewonnen hat, im Gespräch auch zu bestätigen." Hier kann zum Beispiel ein Coaching mit Videotraining helfen. Dadurch kann sich die fünfsprachige MBA-Absolventin klar darüber werden, was sie erreichen will, welche Ideen sie einbringen möchte, wie sie ihre Karriere starten will und welche **(Soft-)Skills²** sie für die Firma gewinnbringend umsetzen kann. "Dann passen Eigenbild und Fremdbild zusammen und die Einstellungschancen steigen", schlussfolgert Zimmer-Wagner.



Sieben Tipps für gutes Sprechen

Ingo Vogel verrät, wie Sie im Gespräch mit Mitarbeitern, Partner, Kunden und Lieferanten die gewünschte Wirkung erzielen.

Foto: Fotolia.com / Ioannis Kounadeas



1. Aussprache: Deutlichkeit sorgt für Eindeutigkeit

Viele Menschen neigen dazu, zu nuscheln und Worte sowie Endungen zu verschlucken. Eine unklare Aussprache führt oft zu Missverständnissen. Sie erschwert außerdem das Zuhören. Sprechen Sie deshalb nicht zu schnell.

Foto: S. Lavrentev, Fotolia



2. Betonung: Kernbotschaften hervorheben

Indem Sie einzelne Worte, Sätze oder Satzteile betonen, bestimmen Sie, welche Botschaften bei Ihrem Gegenüber ankommen. So verleihen Sie Ihren Aussagen zudem den gewünschten Sinn. Nehmen wir als Beispiel den Satz: "Ich habe gehört, dass er das Geld heute gestohlen hat." Ohne besondere Betonung klingt dieser Satz sachlich, neutral, distanziert - ähnlich wie bei einem Nachrichtensprecher.

Foto: Mr. Nico/Fotolia.com



3. Lautstärke: das richtige Maß zur richtigen Zeit

Ein Variieren sowie Anpassen der Lautstärke ist auch wichtig, damit Sie bei Ihrem Gegenüber ankommen. Denn "Leisesprecher" reden ungern mit "Lautsprechern" und umgekehrt. Zudem gilt: Wer aus Sicht seiner Zuhörer zu leise spricht, wirkt schnell unsicher; und wer zu laut spricht, schnell als arrogant und dominant.

Achten Sie also darauf, wie laut Ihr Gesprächspartner spricht, und passen Sie Ihre Lautstärke an.

Foto: Franz Pfluegl_Fotolia.com



4. Pausen: ein Stilmittel, von dem alle etwas haben

Wer Sprechpausen einlegt, kann durchatmen, vorausdenken und gewinnt Zeit. Wer ab und zu mal für einen Moment schweigt, wirkt zudem souveräner. Denn Pausen geben dem Gesprächspartner auch die Chance, Rückfragen zu stellen. Kurze "Zwischenstopps" erleichtern es Ihrem Gesprächspartner zudem, Ihre Informationen zu verdauen.

Foto: Noam, Fotolia.com



5. Satzlänge: In der Kürze liegt die Kraft

Ein Sprechen ohne Punkt und Komma, also ohne Pausen, ermüdet unsere Gesprächspartner. Entsprechendes gilt für lange Schachtelsätze. Auch auf sie reagieren Gesprächspartner mit der Zeit gelangweilt und genervt. Bandwurmformulierungen führen zudem dazu, dass Sie sich schnell verhaspeln und den roten Faden verlieren.

Foto: Fotolia/volff



6. Sprechtempo: Angemessen lautet das Gebot

Wer zu schnell spricht, mindert meist die Wirkung seiner Rede. Denn unter dem Schnellsprechen leidet die Deutlichkeit der Aussprache. Außerdem fehlt die Zeit zum richtigen Betonen. Und auf der Strecke bleiben auch die Sprechpausen, die nötig sind, um Spannung zu erzeugen und damit Aussagen wirken.

Foto: Fotolia, Y. Arcurs



7. Tonalität: Der richtige Ton unterstützt die Botschaft

Oft klagen Führungskräfte oder Eltern: Ich sage meinen Mitarbeitern oder Kinder etwas, doch sie tun es einfach nicht. Eine häufige Ursache hierfür: Sie erteilen dem Gegenüber zwar einen Befehl, doch gegen Ende des Satzes hebt sich ihre Stimme. Dadurch klingt ihre Aufforderung eher wie eine Frage - also unglaublich oder nicht ernst gemeint.

Foto: Fotolia.com/Tomo Jesenicnik

Schließlich gehe es für jeden Bewerber darum, den "richtigen Job" zu finden, nur dann lasse sich daraus eine für beide Seiten erfolgreiche Zusammenarbeit entwickeln. Gerade bei **Berufseinsteigern**³ kommt dem ersten Job eine wichtige Funktion für die spätere Karriereentwicklung zu. Das ist auch vielen Kandidaten bewusst, sagt die Personalberaterin. Weniger klar sei ihnen jedoch ihr eigenes Profil und ihre individuelle Persönlichkeit, mit Stärken, Schwächen und einer klaren Zielvorstellung. Denn "je klarer man seine eigene Position vertreten kann, desto besser sind auch das Angebot und die langfristige Entwicklungsperspektive", ist Zimmer-Wagner überzeugt.



Bewerbungsgespräch

"Warum sollen wir gerade Sie einstellen?" Als Bewerber zahlt es sich aus, auf diese Frage im Vorstellungsgespräch vorbereitet zu sein. Was Sie sonst noch über eine erfolgreiche Bewerbung wissen sollten, das sagt Ihnen Cornelia Riechers, Autorin des paradoxen Bewerbungsratgebers "So bleiben Sie erfolgreich arbeitslos.", in den folgenden zehn Tipps. "Warum sollen wir gerade Sie einstellen?" Als Bewerber zahlt es sich aus, auf diese Frage im Vorstellungsgespräch vorbereitet zu sein. Was Sie sonst noch über eine erfolgreiche Bewerbung wissen sollten, das sagt Ihnen Cornelia Riechers, Autorin des paradoxen Bewerbungsratgebers "So bleiben Sie erfolgreich arbeitslos.", in den folgenden zehn Tipps.

Foto: FotoLyriX/Fotolia.com



Traumberuf

Der erfolgreiche Bewerber weiß, was er will. Er hat das, was er am allerliebsten tut, zu seinem Beruf gemacht. Die Freude an seiner Arbeit gibt ihm immer genug Kraft, um sich und seine Familie damit zu ernähren, auch in schlechten Zeiten. Wenn er in einer Firma seinen Job verliert, findet er im Handumdrehen etwas Neues oder macht sich selbständig.

Foto: Phase4Photography/Fotolia.com



Eigeninitiative

Der erfolgreiche Bewerber wartet nicht, wie der Mann auf dem Bild, bis jemand an seiner Haustür klingelt und ihm seinen neuen Job auf dem Silbertablett serviert. Er wird selbst aktiv und setzt alle Hebel in Bewegung. In seine Bewerbungskampagne investiert er genauso viel Arbeit wie in eine Vollzeitanstellung. Rückschläge verkraftet er gut, weil er immer mehrere Eisen im Feuer hat.

Foto: Ivan Bliznetsov/Fotolia.com



Zielgerichtete Bewerbung

Der erfolgreiche Bewerber sieht ein Unternehmen nicht als Anlaufstelle für seine Versorgungsansprüche. Vielmehr agiert er wie ein Verkäufer, der dem Arbeitgeber einen Nutzen bietet und dafür eine Vergütung erhält. Er zeigt dem Unternehmen, was er leisten kann, um dessen Umsätze und Gewinne zu steigern.

Foto: RT Images/Fotolia.com



Selbstpräsentation

Der erfolgreiche Bewerber knausert nicht und übertreibt nicht. Sein Foto misst etwa sechs mal neun Zentimeter, seine schlichte, praktische Bewerbungsmappe umfasst maximal sieben bis zehn Dokumente. Sein Anschreiben passt auf ein Blatt; sein Lebenslauf darf sich über zwei bis drei Seiten erstrecken. Beim Vorstellungsgespräch tritt er bescheiden, jedoch nicht unterwürfig auf und strahlt Selbstvertrauen aus, ohne arrogant oder anmaßend zu wirken. Achten Sie auf Ihre Körperhaltung: verkrampte Hände und unruhige Füße wirken unsicher.

Foto: Kzenon/Fotolia.com



Bewerbungsmappe

Der erfolgreiche Bewerber gestaltet seine Bewerbungsunterlagen so, dass der Arbeitgeber seine Eignung für den angestrebten Job erkennt. Er legt den Schwerpunkt auf diejenigen Erfahrungen und Kompetenzen, die ihn dafür qualifizieren.

Foto: S. Thiermeyer/Fotolia.com



Anschreiben

Der erfolgreiche Bewerber befasst sich gründlich mit einem Stellenangebot, bevor er es beantwortet. Seine Analyse beginnt ganz oben, bei der Selbstdarstellung des Unternehmens und der Beschreibung der Aufgaben. Er versteht, worauf es bei der ausgeschriebenen Position ankommt, und arbeitet in seinem Anschreiben Punkt für Punkt alles ab, was er in Bezug auf die Anforderungen zu bieten hat. Dabei vergisst er auch seine Englisch- und IT-Kenntnisse nicht.

Foto: marog-pixels/Fotolia.com



Stärken und Schwächen

Der erfolgreiche Bewerber besinnt sich auf seine besonderen Stärken. Dann findet er heraus, welche Unternehmen Bedarf an seinem Können haben. An diese wendet er sich, lange bevor sie ein Stellenangebot veröffentlichen. So erschließt er den verdeckten Stellenmarkt und verschafft sich dadurch Vorteile.

Foto: Y. Arcurs/Fotolia.com



Wege zum Markt

Der erfolgreiche Bewerber kennt mehr als einen Weg zum neuen Job. Er reagiert auf Angebote in Printmedien und Internet-Jobbörsen, er schaltet auch ein eigenes Stellengesuch. Die Möglichkeiten der Agentur für Arbeit schöpft er aus, einschließlich der angeschlossenen Institutionen wie ZAV (Zentrale Auslands- und Fachvermittlung). Er geht von selbst auf Firmen zu, nicht nur per Telefon, Brief und E-Mail, sondern auch persönlich. Sein berufliches und privates Kontaktnetzwerk nutzt er, um seinen Aktionsradius zu erweitern. Und er optimiert seinen Auftritt mit der Unterstützung eines Outplacement- oder Karriereberaters.

Foto: Doreen Salcher/Fotolia.com



Vorstellungsgespräch

Im Vorstellungsgespräch zeigt der erfolgreiche Bewerber, dass er sich mit seinem zukünftigen Unternehmen und seiner Tätigkeit dort intensiv beschäftigt hat und dass er die anstehenden Aufgaben lösen kann. Außerdem spürt man seine Freude an genau dieser Arbeit, deshalb hat er die Nase vorn und kann die Konkurrenz ausstechen.

Foto: Fotofrank/Fotolia.com



Einarbeitungszeit

In der Probezeit achtet der erfolgreiche Bewerber vor allem darauf, sich in das bestehende Team einzufügen. Er weiß, dass sein Erfolg nur zu zwanzig Prozent von seinen fachlichen Leistungen abhängt. Weil er dafür sorgt, dass sein Chef und seine neuen Kollegen ihn mögen, umgibt ihn automatisch auch der Nimbus des Tüchtigen.

Foto: auremar/Fotolia.com

Links im Artikel:

- ¹ <http://www.bewerber-consult.de/>
- ² <http://www.computerwoche.de/schwerpunkt/s/Soft-Skillshtml>
- ³ <http://www.computerwoche.de/karriere/hp-young-professional/>

IDG Business Media GmbH

Alle Rechte vorbehalten. Jegliche Vervielfältigung oder Weiterverbreitung in jedem Medium in Teilen oder als Ganzes bedarf der schriftlichen Zustimmung der IDG Business Media GmbH. DPA-Texte und Bilder sind urheberrechtlich geschützt und dürfen weder reproduziert noch wiederverwendet oder für gewerbliche Zwecke verwendet werden. Für den Fall, dass in Computerwoche unzutreffende Informationen veröffentlicht oder in Programmen oder Datenbanken Fehler enthalten sein sollten, kommt eine Haftung nur bei grober Fahrlässigkeit des Verlages oder seiner Mitarbeiter in Betracht. Die Redaktion übernimmt keine Haftung für unverlangt eingesandte Manuskripte, Fotos und Illustrationen. Für Inhalte externer Seiten, auf die von Computerwoche aus gelinkt wird, übernimmt die IDG Business Media GmbH keine Verantwortung.