

Thomas Frey



#BeWerbung

Wie Sie Ihren Traumjob
suchen, finden und
bekommen



SACHBUCH

 Springer

#BeWerbung

Thomas Frey

#BeWerbung

Wie Sie Ihren Traumjob suchen,
finden und bekommen

 Springer

Thomas Frey
Personalpotential | Thomas Frey
Mülheim, Deutschland

ISBN 978-3-662-62380-0 ISBN 978-3-662-62381-7 (eBook)
<https://doi.org/10.1007/978-3-662-62381-7>

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Springer

© Der/die Herausgeber bzw. der/die Autor(en), exklusiv lizenziert durch Springer-Verlag GmbH, DE, ein Teil von Springer Nature 2020

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von allgemein beschreibenden Bezeichnungen, Marken, Unternehmensnamen etc. in diesem Werk bedeutet nicht, dass diese frei durch jedermann benutzt werden dürfen. Die Berechtigung zur Benutzung unterliegt, auch ohne gesonderten Hinweis hierzu, den Regeln des Markenrechts. Die Rechte des jeweiligen Zeicheninhabers sind zu beachten.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag, noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen. Der Verlag bleibt im Hinblick auf geografische Zuordnungen und Gebietsbezeichnungen in veröffentlichten Karten und Institutionsadressen neutral.

Einbandabbildungen: Fred Fuchs, Köln

Springer ist ein Imprint der eingetragenen Gesellschaft Springer-Verlag GmbH, DE und ist ein Teil von Springer Nature.

Die Anschrift der Gesellschaft ist: Heidelberger Platz 3, 14197 Berlin, Germany

Vorwort



„... Als Vertriebsleiter habe ich umfangreiches Know-how in der Führung und Entwicklung von international agierenden Vertriebsteams aufgebaut. Mit der Verarbeitung und der anschließenden Realisierung von Wachstumsstrategien gelang es mir, neue Branchen, und Vertriebskanäle zu erschließen. Nationale und internationale Kunden habe ich als verantwortlicher Manager zu kontinuierlichem und nachhaltigem Umsatzwachstum geführt. Erfolgsfaktoren dafür waren stets das Gespür für Trends, die Entwicklung neuer Produktideen und deren Platzierung am Markt in Verbindung mit dem Abschluss langfristiger Lieferverträge. Design, Funktionalität und Qualität der Produkte waren mir dabei immer sehr wichtig. ...“

„... Ich übernehme gerne Verantwortung und verfolge konsequent meine Ziele. Bei der Optimierung von Logistikprozessen und den damit verbundenen Organisationen habe ich stets die Effizienz und den Kundennutzen im Fokus. ...“

„... In meinen Kernbranchen verfüge ich über ein exzellentes und gut gepflegtes Netzwerk, aber auch über gute Kontakte in anderen Industriezweigen. ...“

„... Meine beruflichen Erfolge basieren auf unternehmerischer Gestaltungs- und Durchsetzungskraft, kollegialer Teamarbeit und einem motivierenden Führungsverhalten. Seitens meines Vorgesetzten fanden darüber hinaus mein Verhandlungsgeschick, meine zielstrebige und pragmatische Arbeitsweise sowie meine von hoher Identifikation mit den Unternehmenszielen geprägte Einsatz- und Leistungsbereitschaft wiederholt lobende Anerkennung. Ich bin deshalb überzeugt, auch in der von Ihnen zu besetzenden Vakanz viel Positives bewegen und einen nachhaltigen Beitrag zum weiteren Erfolg Ihres Kundenunternehmens leisten zu können. ...“

„... Meine ausgeprägten Produktions- und Maschinenkenntnisse, gepaart mit einem fundierten Fachwissen über deren Anwendung und Umsetzung, kombiniert mit dem richtigen Einsatz von ERP-Systemen, förderten die Struktur und die Effizienz in den jeweiligen Unternehmen. ...“

- *Management komplexer Projekte und Führen der zugehörigen Auftrags- und Nachtragsverhandlungen*
- *Strategische Ausrichtung der Firma auf Wachstum durch Anpassung der Aufbau- und Ablauforganisation*

- *Verringerung der monatlichen Volatilität in Auftragsingang und Umsatz durch Akquirieren von Seriengeschäft und Anpassungen in der Vertriebsstruktur*
- *Nachhaltige Erzielung von Kosteneinsparungen durch Einsatz von Investitionsstrategien und Produktionsverlagerungen*
- *Nachhaltige Verbesserung der Wettbewerbssituation durch strategischen Eintritt in neue Wachstumsmärkte, mit erheblichen Kostenvorteilen*
- *Entwicklung und Umsetzung von technischen, kaufmännischen, vertrieblischen und einkaufsbezogenen Konzepten*
- *Hohe technische und betriebswirtschaftliche Sachkompetenz mit ausgeprägter Hands-on-Mentalität, stark in der Organisation*
- *Breiter internationaler und nationaler Erfahrungshintergrund*
- *Internationales Projektmanagement, langjährige Führungserfahrung*
- *Dynamische kunden- und ergebnisorientierte Führungskraft*
- *Ausgeprägte unternehmerische Fähigkeiten*
- *Technisches Verständnis, ausgeprägtes analytisches Denken, lösungsorientiert, kundenorientiert, proaktiv und engagiert*

FRAGE: Wer wird aus diesen Informationen schlau?

Welche konkreten Informationen werden transportiert? Aus meiner Sicht sind hier wohlklingende Sätze vorhanden, jedoch wird keine einzige griffige Aussage mitgeteilt.

Oft, sehr oft, erhalte ich Bewerbungen, die mit solch (wohlklingenden Sätzen) gefüllt sind. Ich erinnere mich dann gerne an meine Zeit als Sachbearbeiter zurück, wenn mir mein damaliger Vorgesetzter (in den 90er-Jahren) einige meiner Stellungnahmen und Berichte quasi „um die Ohren gehauen hat“, wenn ich zu viel „Schwafelei“ in meinen Texten eingebaut hatte. Seinerzeit habe ich in der Zeitwirtschaft eines Möbelproduzenten gearbeitet und zum Beispiel Stellungnahmen zu Arbeitsabläufen verfasst.

Als mir dann schließlich als Vorgesetzter in den 00er-Jahren durch diverse Mitarbeiter Informationen in Form von Berichten oder Stellungnahmen übermittelt wurden, habe ich auch diesen häufig mitgeteilt, dass kurze, knappe und aussagekräftige Informationen zu übermitteln seien und mir meine Zeit nicht durch das Forschen nach wesentlichen Inhalten in Berichten gestohlen werden solle. Aber dazu später mehr ...

Immer wieder stoße ich auf Kommunikation, welche nicht zielführend und präzise ist. Wir leben in einer Zeit, in welcher zwei Ressourcen in der zwischenmenschlichen Verständigung ungemein knapp sind:

- Ungeteilte Aufmerksamkeit
- Zeit

Ungeteilte Aufmerksamkeit bedeutet, dass mir jemand seine Zeit schenkt und während dieser Zeit mit allen Sinnen bei mir ist und sich auf das konzentriert, was ich an Inhalt transportiere, ohne beispielsweise nebenbei auf dem Handy zu *daddeln*.

Zeit bedeutet, dass mir jemand seine knappe Zeit zur Verfügung stellt, daher fühle ich mich dazu verpflichtet, diesem Menschen seine wertvolle Zeit nicht mit unwesentlichen Infos zu stehlen.

Auch vor diesem Hintergrund ist es mehr denn je notwendig, zielgerichtet und mit Verstand zu kommunizieren, auf allen Kanälen, mit allen Sinnen: **omnichannel**.

Ich habe hier ganz bewusst diesen Einstieg gewählt, weil ich mit diesem Buch Informationen, nein, griffige Informationen mitgeben möchte, auf den Punkt kommend, ohne „*Bullshitbingolaberrhabarber*“ und vor allem, ich möchte dem geeigneten Leser nicht die Zeit stehlen!

Denn gerade im Bewerbungsprozess ist Kommunikation, genauer ausgedrückt, GEZIELTE Kommunikation enorm wichtig. Und Kommunikation fängt bereits mit dem Lesen und somit dem Verstehen von Stellenanzeigen an und setzt sich fort, bis zum erfolgreichen Bestehen der Probezeit.

In Kap. 1 möchte ich zunächst darlegen, wie wichtig es ist, sich selbst zu kennen und dadurch zu erkennen, welche Arbeit, welcher Job, welche Aufgabeninhalte und welche Arbeitsumgebungen zu einem passen.

Daher möchte ich Sie mitnehmen auf eine Reise, sich selbst besser zu verstehen und dabei die unterschiedlichen Facetten Ihrer Persönlichkeit kennenzulernen. In diesem Kapitel möchte ich Sie weiterhin vorbereiten, und Ihnen helfen, durch die gewonnenen Erkenntnisse die wichtigen Schlüsselwörter (Keywords) für den weiteren erfolgreichen Bewerbungsprozess zu ermitteln.

In Kap. 2 bekommen Sie einen „Kompass“ an die Hand, um eine erfolgreiche Suche und Findung von passenden Vakanzen im Dschungel des Internets zu gewährleisten.

Früher, zu meiner Zeit in den 90er-Jahren, war die Suche nach einer passenden Stelle eigentlich einfacher. Warum? Ich musste nur die Zeitung lesen oder ggf. mehrere Zeitungen (Samstagsausgaben) abonnieren, und schon war ich über den Stellenmarkt informiert. Ich kann mich noch gut an die großen Anzeigen mit dem schwarzen großen Telefonhörer erinnern ... einige von Ihnen sicherlich auch.

Heute, im dichten Netz der Vielfältigkeit via Mobile, Apps, Videokanal, Instant-Messaging, Stellenbörsen, Jobmessen, Zeitungen (immer weniger), Suchmaschinen, soziale Netzwerke, ist der Dschungel an Informationen fast schon undurchsichtig geworden.

Kap. 3 liefert Hinweise, wie Sie sich am Telefon, via Video oder natürlich auch ganz persönlich präsentieren. Auch die aktuelle Pandemie (Covid-19) wird nicht verhindern, dass künftig das persönliche Gespräch (zumindest bei einigen Jobs) nicht wegzudenken sein wird. Zudem möchte ich Sie sensibilisieren, auf die Signale der Kommunikation Ihrer Gesprächspartner zu achten. Denn gerade hier ist ein sensibles Auge sehr wichtig. Ich möchte Ihnen deutlich machen, wie Sie teilweise gescannt und analysiert werden können. Daher liegt in diesem Kapitel der Schwerpunkt auf „sichtbarer“ Kommunikation.

Das Kap. 4 bezieht sich auf die rechtlichen Aspekte des Bewerbungsprozesses. So haben beispielsweise das AGG (Allgemeine Gleichbehandlungsgesetz) und die DSGVO (Datenschutz-Grundverordnung) zu einer Veränderung der Kommunikation im Bewerbungsprozess geführt. Ein weiterer Aspekt in diesem Kapitel behandelt den Arbeitsvertrag mit den entsprechenden Formulierungen (eben auch die Kommunikation).

In Kap. 5 gehe ich mit Ihnen die ersten Tage im neuen Unternehmen durch und möchte auch hier die Bedeutsamkeit einer guten Kommunikation darlegen.

Kap. 6 rundet das Buch ab und bringt Sie wieder zurück auf Start, nämlich zu Kap. 1.

Genug des Vorwortes, fangen wir an ...

Noch ein kleiner (aber sehr wichtiger) Hinweis: Um Ihnen den Lese-
fluss zu erleichtern, wird in diesem Buch auf die gleichzeitige Verwen-

X **Vorwort**

dung weiblicher und männlicher Sprachformen verzichtet und das generische Maskulinum verwendet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichermaßen für beide Geschlechter.

Mülheim, Deutschland

Thomas Frey