

Achtsamkeit im Berufsleben

Unter dem Begriff Achtsamkeit ist vor allem die Konzentration auf das Hier und Jetzt gemeint. Das kann auch im Job hilfreich sein, erklärt Dirk Windemuth, Psychologe und Direktor des Instituts für Arbeit und Gesundheit (IAG) der Deutschen Gesetzlichen Unfallversicherung, im Magazin „Arbeit & Gesundheit“. Wer seine Aufmerksamkeit lenken kann, bleibt besser bei der Sache, kommt mit sich selbst ins Reine und ist am Ende weniger gestresst. Um das zu trainieren, empfiehlt die Deutsche Gesetzliche Unfallversicherung folgende Übungen.

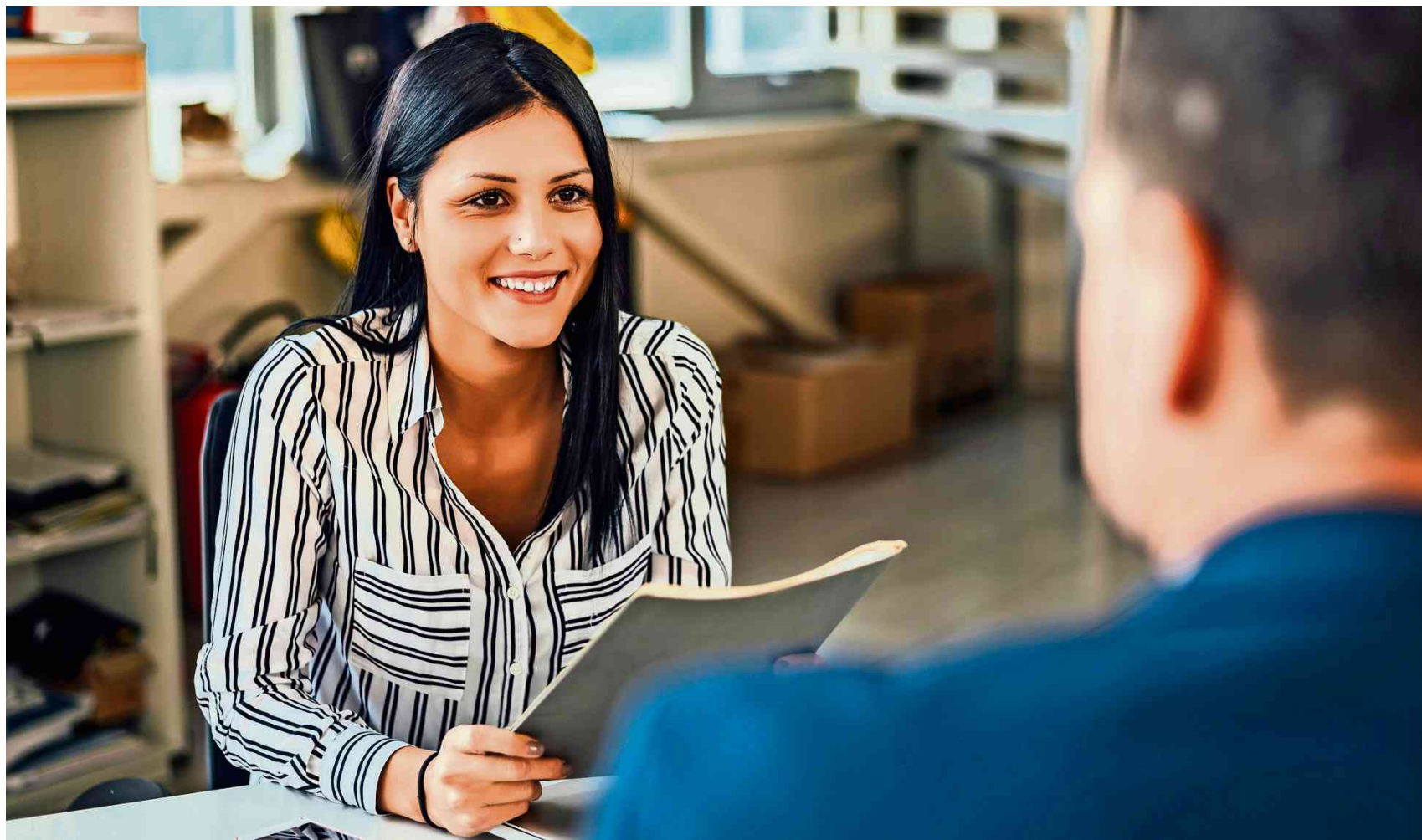
Tief durchatmen: Vor dem Arbeitstag lohnt es sich, einmal innezuhalten und sich für die anstehenden Aufgaben zu sammeln.

Schritt für Schritt arbeiten: Wer sich überlegt, welche Ziele er am Tag erreichen kann und wie er das angehen kann, kann Stress reduzieren.

Bewusst bewegen: Draußen den Kopf freikriegen und sich dabei nur auf den Spaziergang konzentrieren – auch das kann zu mehr Achtsamkeit beitragen.

Reaktionen hinterfragen: Wer in bestimmten Situationen immer wieder gereizt oder überfordert ist, sollte seinem Verhalten auf den Grund gehen. Zu einem achtsameren Arbeitsstil gehört es, einen Weg zu finden, diese Automatismen zu durchbrechen.

Mehr zuhören: In Gesprächen sollte man die Konzentration auf das Gegenüber lenken. Lässt man den anderen ausreden, anstatt ihm ins Wort zu fallen, gestaltet sich die Kommunikation produktiver. *dpa*



Kommunikationsstärke und Empathie müssen Menschen mitbringen, die im Vertrieb arbeiten möchten. Foto: bnenin/Adobe Stock

Mehr fragen als reden

Vertrieb. Es gibt keine klassische Ausbildung für den Vertrieb und somit auch keinen klassischen Einstieg. Wer als junger Mensch in den Vertrieb möchte, muss vor allem auf Menschen zugehen können.

Zeitarbeit? Nein, das konnte sich Berufseinsteigerin Jessica Kindsvater zunächst nicht vorstellen. Auch ihr Image von Arbeitnehmerüberlassung (ANÜ) war negativ besetzt mit den typischen Vorurteilen: Zeitarbeiter werden anders behandelt, schlechter bezahlt, gar ausgebeutet. Andererseits hatte die Wirtschaftswissenschaftlerin nach ihrer Rückkehr von Duisburg nach Stuttgart ein klares Ziel: Sie wollte unbedingt in den Vertrieb eines Automobilherstellers. „So ein Einstieg ist für Berufsanfänger eher schwierig“, sagt Katja Rudolf, Hauptgeschäftsführerin des Wirtschaftsverbandes für Vertrieb in Baden-Württemberg.

Deshalb beschäftigte sich Jessica Kindsvater trotz Vorbehalten mit diversen Personaldienstleistern. „Für mich hat sich Hays als am seriösesten herausgestellt“, erzählt die 27-Jährige, die früher mit ihrem Vater an Autos geschraubt hat. Über die Mannheimer, die ausschließlich qualifizierte Mitarbeiter vermitteln, fand sie im November vergangenen Jahres eine Arbeit bei Daimler. Unternehmensintern führte sie weltweit ein Vertriebs-Tool ein. Inzwischen arbeitet sie in einem Nachfolgeprojekt, in dem sie kaufmännisch Projektmanagement unterstützt. Dazu lernt sie durch Daimler moderne Arbeitsmethoden wie Scrum kennen: „Ich lerne etwas Neues kennen und fühle mich als Teil des Teams.“ Zwar sei sie bei einem Personaldienstleister angestellt, aber sie erhalte die gleiche Förderung und Wertschätzung wie Daimler-Mitarbeiter, findet sie.

Den Einstieg über einen Personaldienstleister hält Katja Rudolf für völlig legitim: „Das ist eine gute Chance, gleich bei großen Firmen zu landen.“ Außerdem könnten die Berufseinsteiger unterschiedliche Tätigkeiten ausprobieren und verschiedene Unternehmenskulturen kennenlernen, blieben aber bei demselben Arbeitgeber.

PROBLEME DER KUNDEN LÖSEN

Florian Lauber, bei Hays Bereichsleiter Sales und Marketing, ergänzt: „Es sind vor allem Industriekaufleute oder Studenten, die die Zeit zwischen Bachelor und Master überbrücken wollen, die für uns als ANÜs arbeiten.“ Seit drei Jahren bietet der breit aufgestellte Personaldienstleister diese Möglichkeit auch im Vertrieb an. Die gegenwärtig 200 Angestellten in diesem Bereich arbeiten vor allem operativ im Vertriebsinnendienst, weiß der 43-jährige Geisteswissenschaftler. Im Schnitt bleiben die ANÜs zwei Jahre bei Hays, ehe sie weiterstudieren oder von einem Unternehmen übernommen werden.

„Tatsächlich ist Zeitarbeit eine Chance für Vertriebler und Unternehmen“, urteilt Katja Rudolf. Während der Mitarbeiter von dem attraktiven Berufseinstieg und den vielfältigen Erfahrungen profitiert, kann sich das Unternehmen in Ruhe anschauen, wie

der Mitarbeiter „performt“, und dann könne nach der Verlobung auch die Hochzeit folgen, so die Stuttgarterin. Sprich: Wenn der Mitarbeiter passt, bekommt er auch ein Stellenangebot vom Unternehmen.

Allerdings entdecken die meisten Vertriebler ihre Leidenschaft während der Ausbildung, wenn sie in der Vertriebsabteilung eingesetzt werden. So wie auch Katja Rudolf während ihres dualen Studiums. Sie zählt sogenannte Soft Skills auf, die einen guten Vertriebler ausmachen: Kommunikationsstärke, Liebe zu Menschen, Empathie und vor allem mehr fragen als reden: „Gute Verkäufer lösen die Probleme der Kunden.“ Trotz Vertriebschulungen lerne man den Job besonders durchs Machen. Es gebe keine klassische Ausbildung, sagt die Stuttgarter Verbandsfrau, und deshalb gebe es auch keinen klassischen Einstieg ins Vertriebsleben.

Seine ersten beruflichen Schritte machte Rainer Skazel als Industriekaufmann und Marketing-Fachwirt in der Baubranche. „Lange benötigte das Unternehmen keinen Vertrieb, die Kunden kamen von selbst“, erinnert sich der heute 56-jährige Buchautor und Vertriebstrainer. Er war eloquent, ungebunden und gerne unterwegs. Also ging er in den Außendienst, als auch in der Baubranche um Aufträge gekämpft werden musste. Als Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Vertriebskompetenz in Radolfzell schätzt er, dass 80 Prozent der Vertriebler Quereinsteiger sind wie er und Katja Rudolf. Allerdings warnt er vor „zu viel“ Fachkenntnis: Kunden können sich von übermäßiger und detaillierter Information überrollt fühlen. Wichtiger als das Know-how sei für den Erfolg die Persönlichkeit des Vertrieblers. „Wir sind Fachleute für Menschenbehandlung.“

Im Idealfall sollten junge Menschen, die sich für den Vertrieb interessieren, laut Skazel fünf Eigenschaften mitbringen: Sie sollten den Mut haben, auf Menschen zuzugehen und sie anzusprechen; sie sollten die Abwechslung lieben und gerne Neues lernen; sie sollten sich nicht allzu sehr in Details verzetteln; sie sollten Freiheiten schätzen; und sie sollten Ziele erreichen und „gewinnen“ wollen. „Erfolgreiche Vertriebler haben ein Gespür dafür, wann sie abschließen können, und machen das dann auch“, sagt Skazel.

SICH GUT ORGANISIEREN KÖNNEN

Der Vertriebsprofi aus Lauda-Königshofen, der sich 1991 selbstständig machte, musste in jungen Jahren vor allem lernen, sich selbst zu organisieren. Dazu gehörte etwa, dass er seine langfristigen Ziele in Teilziele zerlegte und diese schrittweise erarbeitete. Als Autodidakt setzte er sich auch mit NLP, Persönlichkeitsdiagnostik und Kommunikationstheorien auseinander. „Mit den Jahren lernt man zudem, empathischer zu werden, mehr zuzuhören und wahrzunehmen“, lautet seine Erfahrung.

Laut dem Gehaltsreport von Stepstone steigen Tele-Sales-Mitarbeiter mit einem Gehalt von etwas über 35 000 Euro ein und arbeiten sich innerhalb von zehn Jahren auf ein Jahresgehalt von durchschnittlich über 46 000 Euro hoch. Vergleichsweise niedrig gegenüber Außendienstlern. Denn die starten bereits mit über 50 000 Euro und verdienen zehn Jahre später durchschnittlich etwa 61 000 Euro. *Jens Gieseler*

Screenshots helfen

Um den Überblick bei den Bewerbungen um einen Ausbildungsplatz zu bewahren, lohnt es sich, eine Bewerbungstabelle anzulegen. Das rät die Bundesagentur für Arbeit auf ihrem Blog „planet-beruf.de“. Notieren sollte man zum Beispiel den Zeitpunkt der Bewerbung, den Namen und Ansprechpartner des Unternehmens, die genaue Stelle, die Art der Bewerbung und den aktuellen Bearbeitungsstand.

Außerdem helfe es, einen Screenshot der Stellenanzeige zu erstellen und auszudrucken. So weiß man, worauf das Unternehmen in der Ausschreibung Wert gelegt hat. *dpa*

» TERMINE

Das RKW Baden-Württemberg startet am 19. November in Stuttgart das Seminar „**Shopfloor Management**“, am 20. November findet das Seminar „**Strategisches Einkaufs-Controlling**“ statt. www.rkw-bw.de/weiterbildung; Tel.: 07 11 / 2 29 98 - 23

Das Steinbeis-Transferzentrum in Stuttgart veranstaltet die beiden Seminare „**Werkzeuge des professionellen Einkaufs**“ (14./15. November) und „**Fachkräfte gewinnen im Mittelstand**“ (21. November). www.stzm.de; Tel.: 0 71 95 / 9 08 00 80

Am 23. November, 11 Uhr, können sich Fach- und Führungskräfte zum berufsbegleitenden Master **Sozialwirtschaft** am Studienort Stuttgart-Vaihingen informieren. Das Studium ist eine Kooperation der Hochschule Esslingen mit der Paritätischen Akademie Süd (PAS). www.akademiesued.org; Tel.: 07 11 / 22 52 98 - 924

Beim Caritas Bildungszentrum Stuttgart finden am 3. Dezember die Seminare „**Echt stark! Wirkungsvolle Körpersprache im Beruf**“ sowie „**Gespräche mit Angehörigen gekonnt führen**“ statt. www.caritas-bildungszentrum.info

Jobhopping ist oft nicht so gern gesehen

Wechsel. Die Liste der Arbeitgeber sollte nicht zu lang werden. Häufige Wechsel machen misstrauisch.

Ein Leben lang in ein und demselben Unternehmen? Das ist heutzutage nicht mehr üblich. Ein Jahr hier, ein paar Monate dort und ein knappes Jahr wieder woanders – so sollte der Lebenslauf aber möglichst auch nicht aussehen.

Nicht immer kann der Arbeitnehmer etwas für eine lange Liste an Arbeitgebern im Lebenslauf. „Die Arbeitswelt hat sich drastisch geändert“, sagt Karrierecoach Ute Böлке. „Befristete Verträge, freie Mitarbeit, Praktika, Zeitarbeit – all das spiegelt sich in den Lebensläufen wider.“ Für wen es aus solchen Gründen unfreiwillig von einem Arbeitgeber zum nächsten geht, der sollte



Ehrlich bleiben. Foto: dpa-tmn/K.-D. Gabbert

das unbedingt in seinem Lebenslauf unter dem Punkt „Wechselmotivation“ erläutern. Denn betreibt ein Bewerber von sich aus das, was Experten auch Jobhopping nennen, ist der erste Eindruck oft eher mäßig. „Wer

innerhalb der beruflichen Biografie häufig wechselt, ruft beim Personal der Interpretation hervor, dass es ihm an Beharrlichkeit oder Loyalität mangelt oder ein Mangel an Leistung oder Teamfähigkeit dahintersteckt“, erklärt Psychologe und Coach Hans-Georg Willmann.

Wie viele Jobwechsel dieses Misstrauen wecken, lässt sich pauschal nicht sagen. „Zwei Wechsel in 20 Jahren sind natürlich nicht häufig, zwei in zwei Jahren schon“, sagt Autor Jochen Mai, der das Portal Karrierebibel betreibt. Im Schnitt sei es üblich, sich alle fünf bis sieben Jahre beruflich zu verändern. Gerade unter Einsteigern sei es aber legitim, häufiger zu wechseln. Aber selbst am Anfang sollte die Liste an Arbeitgebern nicht zu lang werden. „Natürlich gibt es Ausnahmen, aber der dritte Job sollte sitzen“, sagt Böлке. Sitzen bedeutet in dem Fall, dass man mindestens drei Jahre bleibt.

Wer im Bewerbungsgespräch auf seine lange Liste an Arbeitgebern angesprochen wird, dem rät Mai zur Ehrlichkeit. „Die Personalhaber haben ohnehin so gut wie jede Erklärung schon gehört.“ Bei wem die häufigen Wechsel zum Beispiel an einem Mangel an Durchsetzungsvermögen gelegen hätten, „der kann das im Gespräch durchaus so zugeben: Ich war früher nicht so durchsetzungsstark, das ist aber heute anders, weil ich durch die mehrfachen Jobwechsel viel dazugelernt habe“, so Mai.

Manchmal hat man auch einfach noch nicht den richtigen Job gefunden. Dann sollte man laut Böлке so vorgehen: Man stelle sich vor, zehn Millionen Euro auf dem Konto zu haben. Die Herzenswünsche sind erfüllt und man kommt aus dem Urlaub. Was würden sie arbeiten? „Der Antwort auf die Frage sollte man nachgehen und schauen, ob man das realisieren kann.“ *Elena Zelle, dpa*