

CEO! – und dann?

Vom Sprung ins kalte Wasser

Wer länger als fünf Jahre in ein und demselben Unternehmen auf ein und derselben Position verharrt, macht etwas falsch! Selbst wenn die höchste Position erreicht ist, sollte auch der Ranghöchste die Fühler ausstrecken. Wer am Arbeitsmarkt keine gleichwertige Position findet, ist in der aktuellen sowieso falsch und wird über kurz oder lang gezwungen sein, sich umzuschauen.



Wenn der Standortleiter, Geschäftsführer, Prokurist oder gar ein Mitglied des Vorstandes das Unternehmen aus eigenem Antrieb verlässt, sind die Verlassenen entweder

A froh darüber, einen faulen, dummen, unfähigen – also in Summe zu teuren Kollegen – los zu sein

oder

B kurz irritiert, aber nicht sonderlich berührt, da es sich um einen unauffälligen Durchschnittschef handelte, der nie aneckte und recht einfach ersetzt werden kann

oder

C enttäuscht, einen tüchtigen Leistungsträger, den sie sehr schätzen, verloren zu haben.

Für alle die, die sich als „C“ einstufen, lohnt es sich weiterzulesen. Für die A-ler und B-ler heißt es: „Halten Sie Ihren Stuhl so lange wie möglich fest und sparen Sie Ihr Verdientes, damit Sie die anstehende Arbeitslosigkeit überleben.“

Wenn Sie die Visitenkarte eines selbstständigen Unternehmensberaters in der Hand halten, der früher eine hohe Position in einem Konzern innehatte, so können Sie sicher sein: Es handelt sich um einen A-ler oder B-ler.

Und woran erkennen Sie einen C-ler?

Ein echter C-ler, ein CEO, hat Charakter, Charme und Charisma und keinen Facebook-Account. Zudem hat er in seinem XING-Profil nicht stehen: „ich suche: neue Herausforderungen“. Ein C-ler hat Ex-Arbeitgeber als Kunden und/oder Kooperationspartner, ein C-ler hat Visionen, die sich dann ändern, wenn sie erreicht wurden.

Die SCOUT-Redakteure haben in den vergangenen Monaten mit eben diesen Chefs über die Motivation des Arbeitsplatzwechsels und die Strategien des Jobfindens gesprochen und können die Aussagen der Interviewpartner schnell auf einen Nenner bringen:

„Ich habe nie einen Job gesucht! Ich habe nur die Augen und Ohren offen gehalten, um neue Chancen zu wittern und den Mut bewiesen, mich zu verändern, als die Zeit gekommen schien! Dabei entschied niemals die Ratio, sondern das Bauchgefühl.“ Kommt der Job also zum Suchenden?

Jede erfolgreiche Leadmanagement-Kampagne, die über externe Callcenter gesteuert wird, realisiert die gleichen Strategien, die Sie zur Vermarktung Ihres wertvollsten Guts – Ihrer Arbeitskraft – einsetzen!

Gefragte und funktionierende Unternehmen haben genug im Inbound¹ zu tun. Die anderen brauchen Outbound²!

1: Inbound bezeichnet in der Callcenter Branche eingehende Anrufe.

2: Outbound bezeichnet in der Callcenter Branche ausgehende Anrufe.

Am Anfang steht die eigene Positionierung

Wenn bei Ihnen zutrifft, wovon Max Raabe im gleichnamigen Schlager singt: „Kein Schwein ruft mich an – keine Sau interessiert sich für mich“ sollten Sie sich über die eigene Positionierung klar werden. Also: Wenn es Ihnen so geht, müssen Sie aktiv werden und den Bedarf für die eigene Arbeitsleistung selbst identifizieren. Nur wenn Sie selbst wissen, was Sie können und wollen, kann Ihre Eigenvermarktungsstrategie beginnen.

Die Zielpersonen

Die wirklich guten Jobs werden in der Regel nicht auf Basis von Stellen-Ausschreibungen vergeben. Auch die Beratung durch so genannte Headhunter hat ausgedient. Werden Sie Ihr eigener Headhunter!

Wer heute als CEO im Vorstand einer Aktiengesellschaft den Wechsel des Trikots anvisiert, tut **nicht** gut daran, sich mit anderen CEOs auf Partys zu vergnügen. Investoren und Aufsichtsräte sollten in den Fokus der Privat-Aktivitäten rücken.

WERDEN SIE IHR EIGENER HEADHUNTER!

Der öffentliche Stellenmarkt wird Ihnen Ihre Wunschposition nicht offerieren. Recherchieren Sie im verdeckten Stellenmarkt. Der verdeckte Stellenmarkt bietet die Positionen, die „unter der Hand“ besetzt werden. So wie bei den absoluten Topführungspositionen (> 10 Mio. Jahresgehalt), spricht bei den Vorstandsjobs der Top-DAX-Unternehmen, dürfte der Anteil der verdeckt gehandelten Positionen am Gesamtmarkt bei > 80 Prozent liegen. Fischen Sie immer noch im 20-Prozent-Teich?

Der Lebenslauf

... ist in der Regel weniger wert als das Papier, auf dem er gedruckt ist. Was zählt, ist Renommee! Die wertvollsten Bilder der Galeristen bestechen nicht durch die fantastischen Techniken, die die Werke entstehen ließen. Das Renommee des Künstlers bestimmt den Marktwert. Ja, Sie brauchen einen Hochschulabschluss und nahtlose Übergänge in Ihrer beruflichen Laufbahn – aber das wars dann auch schon. Weniger ist mehr! ▶▶

Die Werkzeug-Strategie

Sie wirken überzeugend, wenn Sie empfohlen werden bzw. der Entscheider SIE darum bittet, sich Zeit zu nehmen, die vakante Position beschrieben zu bekommen. Verkaufen Sie sich nicht

– lassen Sie sich kaufen! Decken Sie den Bedarf Ihres Gegenübers auf – verletzen Sie den Geldgeber an seinem wunden Punkt und er wird Sie nach einem Pfaster fragen.

Fehlt es Ihnen an Selbstsicherheit und einem gesunden Maß an Arroganz? Top-Entscheider bestechen durch Selbstsicherheit, aber auch durch die Gabe, ihr Gegenüber reden lassen zu können. Ergreifen Sie das Wort, aber formulieren Sie Fragen statt Antworten. Sprechen Sie nicht darüber, wie etwas nicht funktioniert, sondern suggerieren Sie, dass Ihr Gesprächspartner weiß, wie es richtig gemacht wird, ihm nur das richtige Werkzeug fehlt. Biedern Sie sich aber nicht als Werkzeug an. Geben Sie stattdessen zu verstehen, dass Sie ein guter Werkzeugmacher sind.

Das Vorstellungsgespräch

... findet immer seltener im Büro der Aufsichtsräte statt. Ähnlich der Investorensuche von Carl Benz (dieser hat auf der Kegelbahn überzeugt, um Gelder für die Konstruktion der Kutsche ohne Pferde zu erhalten) werden Sie um vakante Positionen in unüblicher Umgebung pitchen. Ob es wirklich zum finalen Vorstellungsgespräch kommt, entscheidet der Elevator Pitch³. Die ersten 60 Sekunden einer merkwürdigen (kommt von MERKEN) Selbstdarstellung entscheiden über Sein oder Nichtsein. Das eigentliche Vorstellungsgespräch (das im Büro des Aufsichtsrats) mutiert auf Geschäftsführerebene eher zu einer Vertragsverhandlung. Hier zeigt sich, wer echte Unternehmerqualitäten aufweisen kann!

Abschlussqualitäten

In der Regel lassen sich die Entscheider mit ihren Entscheidungen unverschämt und unverständlich lange Zeit. Wenn bei Ihnen die Zeit drängt und Sie endlich den ersehnten Vertrag ausgehändigt bekommen wollen, sollten Sie immer noch einen Trumpf im Ärmel haben. Die Äußerung der Tatsache, dass Sie Kontakt zu einem Entscheider haben, der die Produkte oder

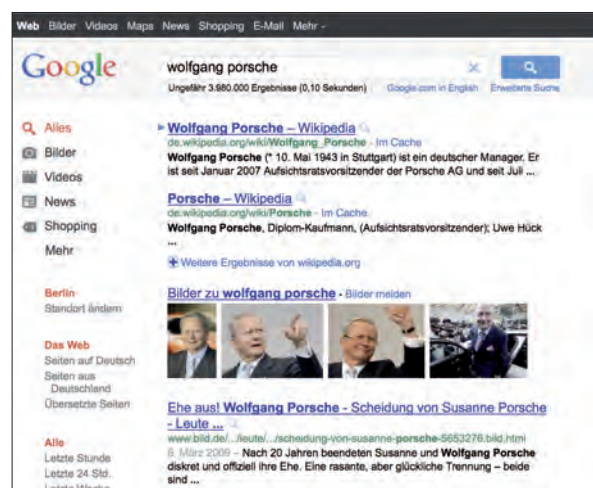
Dienstleistungen Ihres künftigen Arbeitgebers einkaufen wird, kann in Bezug auf Beschleunigung des Vertragsabschlusses mit Ihnen Wunder bewirken. Sie haben keinen Trumpf im Ärmel? Ersparen Sie sich und dem Aufsichtsrat das Vorstellungsgespräch. Ihre Person samt allen Qualifikationen reicht nicht aus, um den Top-Job zu ergattern. Sie müssen mit Ihrem Blatt auf der Hand Ihr Jahresgehalt finanzieren und mit dem Trumpf die Wertsteigerung Ihres künftigen Arbeitgebers sichern. Das wird von Ihnen erwartet und dem müssen Sie nach Vertragsabschluss gerecht werden – und zwar möglichst schnell. Stellen Sie sich dieser Herausforderung oder kneifen Sie jetzt schon? Eigentlich haben Sie doch einen gutdotierten Job bei einem renommierten Arbeitgeber, oder?

Wagen Sie den Sprung ins kalte Wasser! Bereiten Sie zumindest den Absprung vor, sonst sind Sie schneller als Sie es sich vorstellen können:

Der arbeitslose CEO

Manchmal läuft es auch bei den C-Typen nicht so rund und es geht weniger um einen Jobwechsel als um die Wiederaufnahme in den Kreis der Top-Entscheider. Hier sind nun besondere Maßnahmen gefragt: Die Besten der Besten sind in der Eigenvermarktung frecher als frech und innovativer als innovativ. Was vor fünf Jahren noch undenkbar und unseriös schien, wandelt sich heute im Google-Zeitalter zum Quantensprung der Innovation in Bezug auf Self-Marketing.

Beispiel: Die Top-100-Entscheider in Deutschland machen alle mindestens einmal im Monat das Gleiche – sie ergoogeln ihren eigenen Namen – warum auch immer. Wenn Sie beispielsweise für eine Marke künftig der Head of Marketing sein wollen, dann reicht kein guter Lebenslauf, sondern Sie müssen schon etwas verrückt sein, um auf sich aufmerksam zu machen. Was halten Sie davon, wenn Google Herrn Porsche statt folgendem Ergebnis:



3: Der Elevator Pitch ist ein kurzer Überblick einer Idee für eine Dienstleistung oder ein Produkt und bedeutet „Aufzugspräsentation“. Die Bezeichnung stammt daher, dass der Pitch (das Verkaufsgespräch) in der kurzen Zeit einer Fahrstuhlfahrt (ca. 30 Sekunden) durchgeführt werden kann.

dieses hier zeigt:



Folgendes transportiert Stefan Müller mit dieser Art der Botschaft in jedem Falle:

Er ist anders.

Er ist innovativ.

Er ist mutig.

Er nutzt moderne Werkzeuge.

Wer heute einen Top-Manager einstellt und über 250.000 € im Jahr in eben diesen investiert, sucht nach jemandem, der:

anders, **innovativ** sowie **mutig** ist und dabei **moderne** Werkzeuge nutzt.

Beherrschen Sie den Umgang mit der Klaviatur der Eigenvermarktung? Dann viel Spaß mit den vielen Herausforderungen, die auf Sie warten!

■ ...DIE LEITUNG
DES UNTERNEHMENS
LEGT WERT
DARAUF, DASS
DER NEUE GESCHÄFTS-
FÜHRER
EIN AUSGEGLICHENES
LEBEN
FÜHRT...

PS: Folgendes Zitat aus dem Thriller HEADHUNTER von Jo Nesbø zeigt, dass erfolgreiche Manager ihr Privatleben im Griff haben sollten:

„Ich glaube, die Leitung des Unternehmens legt Wert darauf, dass der neue Geschäftsführer ein ausgeglichenes Leben führt. Sie suchen jemanden, der ein paar Jahre bleibt, einen Langstreckenläufer, der sich seine Zeit einzuteilen weiß. Nicht jemanden, der nach vier Jahren ausgebrannt ist.“

PPS: Noch eine weitere Innovation, welche man einem Dialog des besagten Thrillers entnehmen kann. Hier wird der Bewerber mit folgender Aussage konfrontiert: „Mein Gott, Sie haben sich um diese Stelle beworben! Wissen Sie, was Sie hätten tun sollen? Sie hätten einen Strohhalm bitten sollen, uns auf Sie aufmerksam zu machen, und dann, wenn wir mit Ihnen Kontakt aufgenommen hätten, so tun, als wüssten Sie von nichts. Ein Topmanager muss akquiriert werden und darf sich nicht selbst anbieten.“ ■

Ihr Spezialist
für Bürotechnik

Alles aus einer Hand

- Headsets & Zubehör
- Konferenzsysteme
- Telefone & Zubehör
- Bürobedarf von A-Z

NEUER Testgeräte-Shop

KOSTENLOS anfordern
und ausgiebig TESTEN!



14 Tage
kostenlos

Beratung unter: 0800 - 34 73 287

www.direct.de

Tenovis Direct GmbH
Waldstraße 23
63128 Dietzenbach

T: 0800 - 34 73 287
F: 0800 - 34 73 283
newsservice@direct.de