
Themenschwerpunkt in der Süddeutschen-Zeitung:

Talentmarketing

Der selbst erfundene Traumjob

Arbeitsberater haben erkannt: Bei der Bewerbung ist nicht entscheidend was man ist, sondern was man tut.

Strategien für die Selbstvermarktung: Dafür sind Franz Egle und Walter Bens Experten. Die beiden Dozenten an der Fachhochschule der Bundesanstalt für Arbeit haben anhand von Arbeitsmarkttheorien Konzepte dafür erarbeitet, wie man mit Kreativität und einem individuellen Stärkenprofil eine passende berufliche Nische finden kann.

Rund 700 Mal hat Bens die Strategie als Berater bereits selbst angewendet – und bei seinen Kollegen in Deutschlands Arbeitsämtern findet seine Methode zusehends Anklang.

Süddeutsche Zeitung vom 8.12.2001
mit freundlicher Genehmigung der [Süddeutsche Zeitung](#) und der [DIZ München GmbH](#)

Talentmarketing

Hilfe zur Selbsthilfe

Walter Bens und Franz Egle von der Bundesanstalt für Arbeit schulen ihre Berater-Kollegen in kreativen Bewerbungsstrategien

Von Corinna Klünsch

Frust im Job – das war schon für viele Menschen Anlass, Rat beim Arbeitsamt zu suchen. Wohin aber wendet sich ein gefrusteter Arbeitsberater? Walter Bens hatte eines Tages genug von typischen Reaktionen auf seinen Beruf. Von den Sprüchen, wie sie auch Arbeitslose kennen, zum Beispiel: „Sie werden ja fürs Nichtstun vom Staat bezahlt.“

So erkundigte er sich bei der privaten Konkurrenz des Arbeitsamtes. Doch er bewarb sich nicht etwa um eine neue Stelle als Headhunter: „Ich wollte einfach wissen, was die Privaten besser machen, und ließ mir moderne Bewerbungsmethoden zeigen.“ Das Ergebnis seiner Forschung ist die so genannte „Strategie der beruflichen Selbstvermarktung“. Rund 700 Menschen hat der temperamentvolle Querdenker mit dieser Methode beruflich wieder in den Sattel geholfen.

Erfolgreiche Kombination

Dazu gehört zum Beispiel Ekatarina Palewa, die nach ihrem Ingenieurstudium in der Ukraine und der Übersiedlung nach Deutschland sieben Jahre lang arbeitslos war –

trotz einer Umschulung zur Reisekauffrau. Bis sie mit der Bens-Methode eine Bewerbungsaktion startete. Drei Wochen später hatte sie einen Job als technische Übersetzerin und betreute russische Firmenkunden auf Deutschlandbesuch.

Wie war das zugegangen? „Mein Studium galt hier nichts, und Russisch-Kenntnisse allein sind relativ nutzlos“, erklärt Ekatarina Palewa. „Aber mit der Kombination von beidem war ich plötzlich für Firmen interessant. Da ist bloß zuvor kein Berater drauf gekommen. Und ich selbst habe auch nur in festgefahrenen Kategorien gedacht.“

» Man muss Arbeitgebern ein individuelles Stärkenprofil anstatt einer Berufsbezeichnung anbieten. «

„Man muss Arbeitgebern ein individuelles Stärkenprofil anstatt einer Berufsbezeichnung anbieten“, sagt Bens. Das erfordert Kreativität und eine neue Denkhaltung: „Niemand erzählt beim ersten Rendezvous seiner Herzensdame, dass er nachts

schnarcht. Aber wenn man Menschen fragt, was sie beruflich gut können, listen viele nur ihre Defizite auf.“ Bens und Egle unterscheiden Stärken nach Talenten, Fertigkeiten und Wissen: „Talente sind angeborene Begabungen. Fertigkeiten wie der Umgang mit dem Computer werden erlernt. Und Wissen umfasst neben Fachlichem auch Insiderkenntnisse über Branchen.“

Differenziertes Profil

Doch von Arbeitsämtern werden nicht Talente vermittelt, sondern 800 nach Kennziffern sortierte Berufe, von A wie Arzt bis Z wie Zimmermann.

» Nicht was jemand ist, sondern was er tut, ist entscheidend. «

Bens fordert hier ein Umdenken: „Nicht was jemand ist, sondern was er tut, ist entscheidend. Können Sie beraten, organisieren, verkaufen oder heilen? Arbeiten Sie mit Menschen, Materialien oder

Informationen? Was haben Sie in Ihrem letzten Job gemacht und was tun Sie in der Freizeit? Durch solche Fragen entsteht ein differenziertes Profil, das neue Chancen bietet.“ Wie etwa bei dem ehemaligen Koch Frank Damm, der nach einer Bens-Beratung sein Fachwissen nun nicht mehr am Kochtopf einbringt, sondern bei einem Einrichter von Großküchen. Dort ist er nun für Verkauf und Planung zuständig – zu einem wesentlich höheren Gehalt.

Perspektivenwechsel nötig

Auch bei der Profilierung durch gezielte Zusatzqualifikationen ist strategische Kreativität gefragt: „Ein Maurer könnte mit einer kaufmännischen Ausbildung Baumarktleiter werden. Oder mit einer Erzieherausbildung Arbeitstherapeut. Dafür muss er keinen komplett neuen Beruf erlernen. Mit modularen Qualifizierungen auf der Basis eines Stärkenprofils wäre manche Umschulung überflüssig“, sagt Bens.

In welcher Branche und Betriebsart, in welchem Aufgaben- oder Kundenbereich nutzen die persönlichen Talente und Fertigkeiten am meisten? Mit dieser Frage findet man die passende Nische, die zum Profil passt wie der Schlüssel zum Schloss. „Wichtig ist der Perspektivwechsel. Bei Kunden oder Lieferanten etwa hat man mitunter bessere Karten als beim Wettbewerber des Ex-Arbeitsgebers“, weiß Bens.

Eigeninitiative gefragt

Kernpunkt der Bens-Strategie ist neben dem Stärkenprofil die Eigeninitiative via „Zielgruppenkurzbewerbung“ (ZKB): „Nur etwa 40 Prozent aller freien Stellen werden überhaupt annonciert oder dem Arbeitsamt gemeldet.“

» Nur etwa 40 Prozent aller freien Stellen werden überhaupt annonciert oder dem Arbeitsamt gemeldet. «

Neben Umfragen im Bekanntenkreis empfiehlt Bens Arbeitssuchenden daher die Versendung eines Serienbriefs zum Porto von 1,10 Mark, der das Stärkenprofil in vier Betreffzeilen auf den Punkt bringt: „Die ZKB umfasst eine Seite Anschreiben, eine für

den Lebenslauf plus eine Seite für etwaige Zusatzqualifikationen – das genügt. Denn bei Interesse fordern Arbeitgeber die kompletten Bewerbungsunterlagen an oder laden gleich zum Vorstellungsgespräch.“

Die passenden Adressen für eine individuelle Datenbank, etwa mit Unternehmen einer bestimmten Branche im Umkreis von 50 Kilometern, findet man in Messekatalogen oder den Gelben Seiten. Entscheidend für den Erfolg der ZKB ist nach dem Gesetz der Wahrscheinlichkeit die Quantität: „Bei Berufsanfängern müssen es vielleicht 200 Briefe sein, bei erfahrenen Spezialisten nur 50. Die Einladungsquote liegt nach meiner Erfahrung stets zwischen drei und zehn Prozent in rund drei Wochen.“

Selbstfindung angezeigt

Das Ausbildungsniveau des Arbeitssuchenden spielt bei der Selbstvermarktung im Grunde keine Rolle: „Ich rate Kollegen, aus der Kartei etwa zwei Prozent Kandidaten auszusuchen und ihnen im Gruppenseminar die Strategie zu vermitteln.“ Eine Idee, die das Arbeitsamt München nun umsetzt – nach einer Schulung durch Bens und Egle. Auch das Landesarbeitsamt Hessen ließ kürzlich rund 80 frisch eingestellte Vermittler in der neuen Methode trainieren.

Sein Rezept der kreativen Eigeninitiative hat Walter Bens übrigens gewissermaßen auch an sich selbst erprobt. Denn seine selbst entwickelte neue Tätigkeit – „Menschen zu zeigen, wie sie mit ihren Talenten und ihrem Wissen eigenständig eine neue Arbeit finden“ – das, so schwärmt er, sei für ihn persönlich „der Traumjob“.

(Süddeutsche Zeitung vom 8.12.2001
mit freundlicher Genehmigung der [Süddeutsche Zeitung](#) und der [DIZ München GmbH](#))

Standpunkt (I)

„Wir müssen das System der 800 Berufskennziffern überwinden.“

Franz Egle lehrt Arbeitsmarktpolitik an der Fachhochschule der Bundesanstalt für Arbeit in Mannheim und ist Sachverständiger für die Reform der Arbeitsförderung durch das Job-Aktiv-Gesetz. Die SZ sprach mit ihm über effektive Wege zur Senkung der Arbeitslosigkeit.

Interview: Von Corinna Klünsch

SZ: Herr Professor Egle, rund 8000 Vermittler in Deutschland müssen fast 3,8 Millionen Arbeitslose betreuen. Wie kann das funktionieren?

Egle: Es könnte noch besser funktionieren, wenn die Arbeitsämter lernen würden, passgenauer und schneller zu vermitteln als bisher. In England werden für Vermittlung und Beratung etwa 43 Prozent der Arbeitszeit aufgewendet, in Deutschland nur 17 Prozent. Britische Vermittler haben rund 40 Minuten Zeit für das Erstgespräch, deutsche nur etwa halb so viel. Wenn die Dauer der Arbeitslosigkeit pro Sucher durchschnittlich um nur drei Tage sinkt und sich die Qualität der Vermittlung durch höhere Passgenauigkeit um wenige Prozentpunkte erhöht, hätten wir circa 200.000 Arbeitslose weniger – ohne dass neue Arbeitsplätze geschaffen werden müssten. Dadurch entstünden als Kettenreaktion Freiräume für die Vermittlung beratungsaufwändiger Problemfälle.

SZ: Wie kann man eine solche Zeiteinsparung erreichen?

Egle: Durch eine effektivere Ressourcennutzung. Erstens müssen mehr Mitarbeiter der Arbeitsämter vermittlerisch tätig werden. Zweitens müssen wir das enge System der 800

Standpunkt (II)

"Wenn man das Suchfeld erweitert, vervielfachen sich die Chancen"

Gerhard Pulg, Teamleiter am Arbeitsamt Landau, hat an einem Lehrgang der Bundesanstalt für Arbeit teilgenommen, bei dem Walter Bens und Franz Egle ihre Strategien der beruflichen Selbstvermarktung erläuterten.

Interview: Von Corinna Klünsch

SZ: Herr Pulg, welche Erkenntnisse hat Ihnen Ihr Kollege Bens vermittelt?

Pulg: Sowohl wir Berater als auch Arbeitssuchende denken bisher viel zu eng. Da ist einer Chemiker – also suchen wir bei den Wettbewerbern des ehemaligen Arbeitgebers in der gleichen Branche nach Stellenangeboten. Wenn man aber das Suchfeld gezielt um branchennahe Unternehmen erweitert, beim Chemiker etwa um Hersteller von Fertigungsanlagen oder Datenverarbeiter, und dann noch aktiv auf die Unternehmen zugeht, vervielfachen sich die Chancen.

SZ: Welche Erfahrungen haben Sie mit dieser Strategie bisher gemacht?

» Sowohl wir Berater als auch Arbeitssuchende denken bisher viel zu eng. «

Pulg: Ein Betriebswirt, der zu mir in die Beratung kam, hat zum Beispiel sein Profil als Zielgruppen-Kurzbewerbung an 114 Betriebe versandt.

Das war an einem Dienstag – und am Montag darauf trat er schon seine neue Stelle an. Ein Maschinentechniker von 52

Berufskennziffern überwinden und lernen, in Talenten und übertragbaren Fähigkeiten zu denken. Denn die Arbeitswelt bietet ein Fünzigfaches an beruflichen Funktionen, in denen diese 800 Berufe ausgeübt werden. In den Niederlanden zum Beispiel werden individuelle Stärkenprofile der Arbeitssuchenden erstellt, mit denen man gezielt nach passenden Jobprofilen sucht. Auf Basis der Stärkenprofile sollte dann das Know-how für Selbstvermarktung vermittelt werden.

» **Die öffentliche Arbeitsvermittlung darf sich nicht von der technologischen Entwicklung abhängen lassen.** «

SZ: Sie empfehlen den Behörden den Einsatz der Matching-Technologie, mit der die kommerziellen Jobbörsen arbeiten. Wie funktioniert das?

Egle: Hier stellen Bewerber ihre detaillierten Eignungsprofile und Stellenanbieter ihre

Anforderungsprofile in ein Internet-System. Dann werden Gesuche und Angebote passgenau und automatisch innerhalb eines Tages – zunächst anonym – miteinander vernetzt. Das würde für die Berater eine enorme Zeitersparnis bei der Vorauswahl der Bewerber bedeuten.

SZ: Ist dieses Matching für deutsche Arbeitsämter noch Zukunftsmusik?

Egle: Das System wäre da und auch finanzierbar. Erste Ansätze gibt es bereits: Die Stadt Schweinfurt zum Beispiel bietet jetzt eine solche Jobbörse auf ihrer Homepage an. Ich denke, das ist ein viel versprechender Weg. Die

Jahren bekam seinen neuen – wohlgemerkt adäquaten – Job nach drei Wochen. Ebenso der promovierte Chemiker, der sich jahrelang erfolglos auf Stellenangebote bei fünf Großunternehmen beworben hatte. Er hatte vor lauter Vorstellungsgesprächen nicht mal Zeit, sich bei mir zurückzumelden.

SZ: Das Job-Aktiv-Gesetz schreibt Arbeitsämtern künftig vor, individuelle Bewerberprofile und Vermittlungsstrategien zu entwickeln. Warum ist das bisher noch kein Standard?

Pulg: Als das Vermittlungssystem in den zwanziger Jahren entstand, gab es noch eine überschaubare Anzahl klar definierter Berufe und Branchen. Heute wachsen viele Branchen und Berufsfelder zusammen. Es gibt immer mehr Querverbindungen und einen wachsenden Bedarf an kombinierten Kompetenzen. Gesucht werden künftig nicht mehr nur Berufe, sondern individuelle Erfahrungen und übergreifende Schlüsselqualifikationen. Daran muss sich das System erst anpassen.

öffentliche Arbeitsvermittlung darf sich
nicht von der technologischen
Entwicklung abhängen lassen.

Aus der Süddeutschen Zeitung vom 8.12.2001

mit freundlicher Genehmigung der [Süddeutsche Zeitung](#) und der [DIZ München GmbH](#)