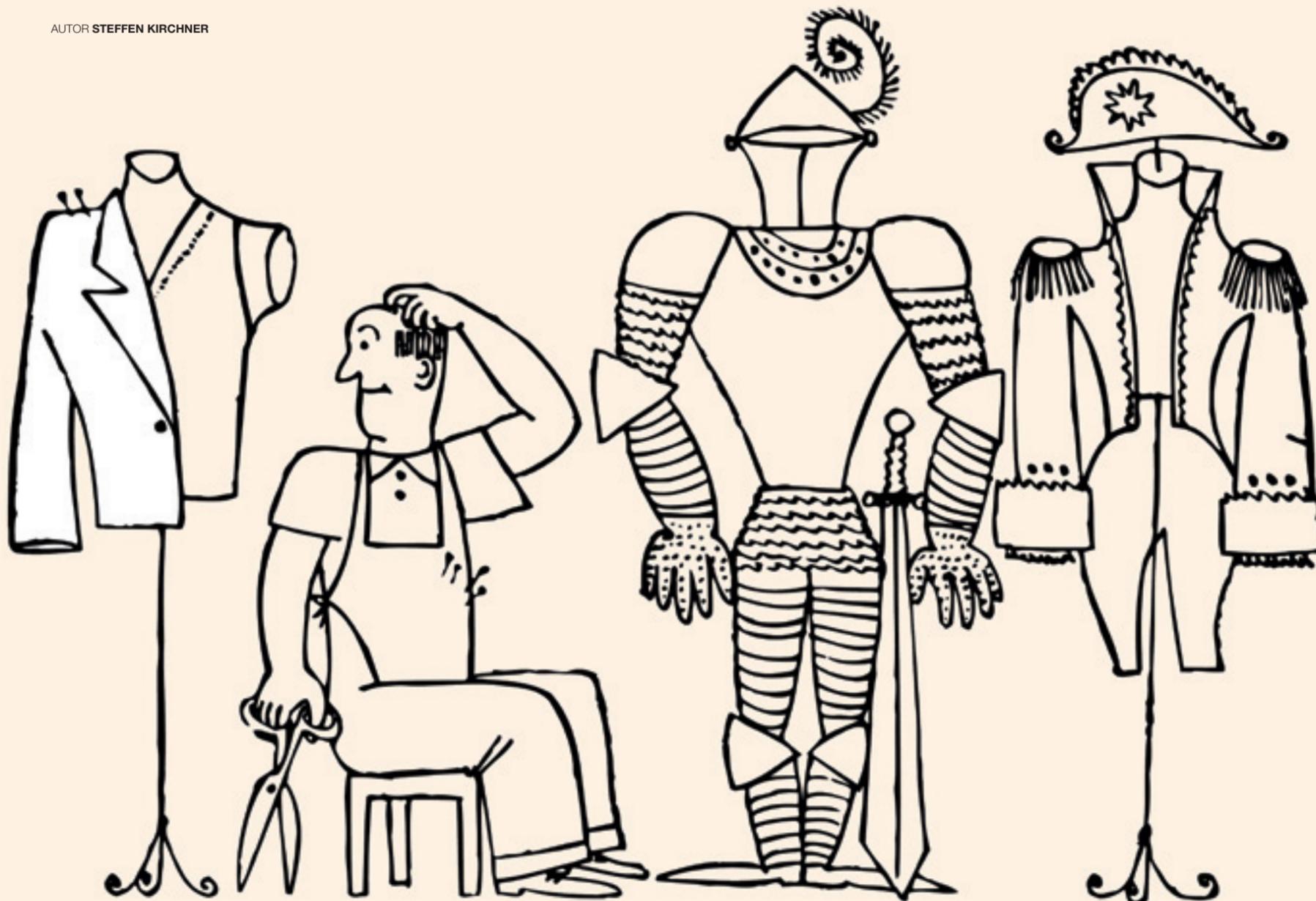


KARRIERELÜGEN

Du kannst, weil Du darfst, was Du willst

Zu oft geht es in Bewerbungsgesprächen zuerst ums Geld und das, was man dafür tun muss. Natürlich ist das Gehalt wichtig, besonders direkt nach dem Studium. Doch worauf kommt es Absolventen heute an, wenn sie ins Berufsleben eintreten?

AUTOR STEFFEN KIRCHNER



Steffen Kirchner ist Referent, Autor und Mentalcoach. Neben den zahlreichen Vorträgen in Unternehmen arbeitet Steffen Kirchner mit vielen Profisportclubs und Top-Athleten zusammen. Steffen Kirchner ist bis heute selbst in der deutschen Tennis Bundesliga aktiv. www.steffenkirchner.de

Viel mehr als früher wollen sich die Führungskräfte von morgen stärker selbst verwirklichen. Das zeigt auch eine vor kurzem erschienene Umfrage der Unternehmensberatung Ernst & Young. Mehr als zwei Drittel nannten als Top-Kriterien für die Berufswahl persönliche Entfaltungschancen, mehr als die Hälfte gab eine ausgewogene Work-Life-Balance an. Nur noch knapp ein Drittel legt es wirklich auf zukünftige Karrierechancen an. So entsteht nach und nach eine neue Unternehmenskultur, in der junge Menschen Verantwortung übernehmen und von Führungskräften als Vorbildern lernen wollen. Schneller als noch vor zehn oder zwanzig Jahren merken sie, dass mehr Geld eher einen kurzfristigen Adrenalinschub verursacht, als dass es ein dauerhafter Antreiber ist. Und so kommt es auch weniger darauf an, was man für sein Geld tun muss, sondern darauf, was man dafür tun darf.

Wie Wahrheiten zu Irrtümern werden

Immanuel Kant hat einmal gesagt: «Du kannst, weil Du willst, was Du musst.» In vielen Unternehmen stimmt das auch noch. Pflichterfüllung und Einordnung garantieren eine Karriere auf Schienen, die irgendwann in einem Sackbahnhof endet. Aber der Trend ist ein anderer und die Zukunft sieht anders aus. Wer heute seine Karriereaufstieg beginnt, muss sicher mit dem Status Quo leben, sollte seinen Fokus aber auf das lenken, was gültig sein wird, wenn er die Baumgrenze hinter sich lässt und die Steigeisen benötigt. Für die «Führungskraft 2020» gelten die alten Wirtschaftswunderwahrheiten nicht mehr. Sie wandeln sich von der Wahrheit zum Irrtum und werden irgendwann zur Lüge. Vier dieser Lügen prägen heute noch das Denken vieler Unternehmen. Sie blockieren die Entwicklung von Mitarbeitern und Führungskräften, wenn diese kritiklos übernehmen, was ihnen an antiquierter Philosophie aufdiktiert wird. Und wer seine erste grosse Anstel-

lung sucht oder eine Veränderung plant, tut gut daran, sich einen Ort zu suchen, an dem die Zukunft schon begonnen hat.

So sollten grosse Konzerne genauso wie mittelständische und kleine Unternehmen mehr denn je wissen, wie der qualifizierte Bewerber von heute denkt und welche seiner Glaubenssätze hinsichtlich der eigenen Karriere längst überholt sind. Insgesamt kristallisieren sich vier Karrierelügen heraus, die Arbeitgeber wie Arbeitnehmer heute kennen sollten.

Karrierelüge Nr. 1: Du musst Ziele erreichen

Hier liegt die Lüge nicht in der Aussage, denn Ziele sind natürlich wichtig. Die Unwahrheit liegt darin, dass Ziele alles sind, worauf es ankommt. Das Ziel, jedes Jahr mehr Reifen mit höherer Marge zu verkaufen, ist nicht der Sinn von Pirelli oder Michelin. Es ist das Mittel, mit dem sie den Zweck des Unternehmens erreichen: Langlebige Reifen zu konstruieren, die Autos effizient und sicher sein lassen. Und nur weil dieser Zweck ein unglaublicher Antreiber ist, machen beide so gute Produkte, die sich erfolgreich verkaufen lassen.

Für Mitarbeiter gilt ebenso, dass Ziele nur ein Mittel sind. Die drei wesentlichen Faktoren, die einen Arbeitsplatz attraktiv machen und echte Spitzenleistungen ermöglichen, sind Verstehbarkeit, Sinnhaftigkeit und Gestaltbarkeit. Der Freiraum zum Gestalten ist dabei besonders wichtig. Menschen wollen von Natur aus wachsen. Das können sie nicht in einem Umfeld, das ihnen kreative Dauerschrauben anlegt. Die Gallup-Studie von 2012 zeigt drastisch, wie dramatisch die Zahl der Arbeitnehmer steigt, die entweder ihren Dienst nach Vorschrift herunterleiern oder schon innerlich gekündigt haben.

Wer also seine erste oder eine neue Herausforderung sucht, tut gut daran, ein Unternehmen zu wählen, mit dem eine echte Identifikation nicht nur über das Geld erfolgt. Denn dieser Effekt verpufft schnell, weil man sich daran

gewöhnt. Gestalten, ändern, wachsen, revolutionieren – das hört nie auf und schafft den Nährboden dafür, mit Spitzenleistung Spitzenjobs zu bekommen.

**Karrierelüge Nr. 2:
Du musst ein Experte sein**

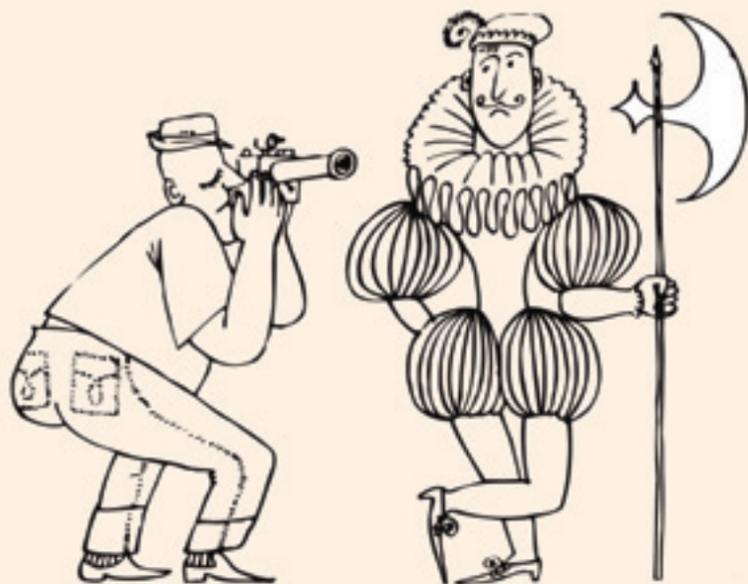
Auch hier liegt die Unwahrheit im Beigeschmack, und es ist ähnlich wie bei Lüge eins: Natürlich ist Fachwissen wichtig. Aber dieses Fachwissen muss auch Wirkung entfalten. Es kommt schon jetzt immer stärker darauf an, gut vernetzt zu sein. Arbeitnehmer müssen zukünftig immer mehr zum Agenten ihrer Fähigkeiten werden. Sie müssen lernen, ihre Expertise auch an die Frau oder den Mann zu bringen. Die Zeiten, dass eine Lore am Schreibtisch vorbeirollt, in die man sein Wissen legen kann, die es dann zum Chef transportiert, sind bald vorbei. Nur wer zum Menschenexperten wird, der aktiv und effektiv kommuniziert, wird gestalterischen Einfluss nehmen. Wichtig dabei ist auch, stets über den Tellerrand des eigenen Fachbereiches hinausblicken. Nur wer in der Lage ist, aktiv eine Brücke von seiner Insel zu anderen zu schlagen, kann wirklich kommunizieren. Erfolgreiches Networking im Job braucht zwei Säulen: Kommunikationsfähigkeit und das Wissen, wie man auch fachlich beim anderen andocken kann.

**Karrierelüge Nr. 3:
Du musst immer nur Leistung bringen**

Reines Leistungsdenken kann einen weit bringen, aber nicht an die Spitze. Auf die positiven Emotionen kommt es an, weil Leistung allein weder das eigene Feuer entzündet, noch ansteckend auf andere wirkt. Wer als Führungskraft Mitarbeiter begeistern will, tut das nicht mit, sondern für Ergebnisse. Und so bemisst sich der Wert, den man für «sein» Unternehmen hat, nicht nach der Leistung, sondern nach dem Grad Emotionen, die sich selbst und andere zur Leistung und zum Wachstum motivieren.

**Karrierelüge Nr. 4:
«Eigenlob stinkt»**

«Bleibe im Land und nähre dich redlich.» Dieses alte Zitat drückt aus, dass Bescheidenheit der sichere und risikoarme Weg zu einem



kleinen, aber stabilen Glück ist. Doch was, wenn eine Kündigungswelle durchs Unternehmen schwappt? Sie spült zuerst jene aus der Tür heraus, die ihre Arbeit still und/oder ordentlich machen. Das «Oder» ist wichtig. Nur «ordentlich» ist zu wenig, aber still und super ist auch verkehrt. Denn egal, ob es um Beförderung oder Freisetzung geht: Wenn zwei gleich gut sind, gewinnt der mit der stärkeren Persönlichkeit.

«Positive Unbescheidenheit» hat eine immens wichtige psychologische Basis – die Wertschätzung seiner selbst und ein realistisch begründeter Stolz auf seine Leistung. Hier ist der gesunde Egoismus eines «Ich bin mir wichtig» absolut nicht fehl am Platz. Gefährlich hingegen ist ein egozentrisches Kikeriki, in dem nur der Gockel zählt, während alle anderen nur unbedeutendes Federvieh sind.

Altes und neues Denken

Wie wir sehen, gehören alle vier Lügen irgendwie zusammen. Sie beeinflussen sich gegenseitig und sind Teil eines überholten Denkmodells. Auf das Zeitalter von Zielfixierung und Leistungsfetischismus folgt die Ära des Sinns, der Emotion und der Kreativität. Und auch, wenn viele es nicht glauben wollen: Die Ergebnisse werden noch besser sein, als sie es jetzt schon sind. «Du kannst, weil Du darfst, was Du willst.» So muss es heissen und daran sollten Sie sich orientieren. ●

Erfolg im E-Commerce hängt auch immer von der **Zahlungslösung** im Onlineshop ab



Es ist ein Fakt: Heute kann es sich fast kein Unternehmen mehr leisten, dem Onlinegeschäft fernzubleiben, denn rund 84 Prozent aller Schweizerinnen und Schweizer ab 14 Jahren nutzen das Internet – zur Information, zur Unterhaltung und immer mehr zum Einkauf. Um davon zu profitieren, kommt es nicht nur auf die Produktpalette an, sondern auch auf den richtigen Mix an Zahlungsalternativen.



Einfache und sichere Zahlungsabwicklung

Ein individuelles Branding der Zahlungsmaske, eine vollautomatische Zahlungsabwicklung und die Minimierung von Zahlungsausfällen sind weitere Vorteile. Onlineshops jeder Grösse können also von einem einfachen und benutzerfreundlichen System mit transparenten Kosten profitieren.

Auch im vergangenen Jahr sind die Verkäufe im Schweizer Onlinehandel stark angestiegen. Im Jahr 2012 erreichten sie einen Umsatz von gut 10 Milliarden Franken. Fast alle Internetnutzer haben schon einmal online eingekauft. Entsprechend stark wachsen die Umsätze im Netz.



Kunden erwarten Zahlungsalternativen

Einfach einen Onlineshop zu eröffnen, reicht aber nicht. Häufig kommt es zu Kaufabbrüchen, wenn den Kunden die richtigen Zahlungsalternativen fehlen. Sie erwarten eine breite Auswahl an Möglichkeiten – von der PostFinance Card über Kreditkarten bis zur Rechnung. Nur wenn ein Unternehmen den richtigen Mix an Alternativen anbietet, wird das Angebot im Netz auch in Anspruch genommen.

Passende Lösung für jedes Unternehmen

Mit einer professionellen Payment-Service-Provider-Lösung (PSP) können Attraktivität und Akzeptanz des Onlinekanals deutlich verbessert werden. Bei der Wahl der richtigen Lösung sind Überlegungen bezüglich der Grösse des Shops, der zu erwartenden Umsätze und der Bedürfnisse der Endkunden massgebend. Entsprechend bietet PostFinance verschiedene Paketlösungen für die unterschiedlichen Anforderungen der Kunden. Die Nummer eins im schweizerischen Zahlungsverkehr ist als Anbieterin von Zahlungslösungen eine bewährte Partnerin.

Schnelle Implementierung aus einer Hand

Die PSP-Lösung ist einfach und schnell eingerichtet. PostFinance arbeitet dazu mit ausgewählten Software- und Lösungspartnern zusammen, die die Dienstleistung E-Payment optimal integrieren. Zudem gibt es für die Kunden nur eine Schnittstelle für bis zu 80 mögliche Zahlungsarten. Alles kommt buchstäblich aus einer Hand. Um beste Sicherheitsstandards zu gewährleisten, hat sich die PostFinance zudem einer PCI-Zertifizierung unterzogen.

Die richtige Lösung steigert den Umsatz – Beispiel Kuhn Rikon

Der Kochgeschirrhersteller Kuhn Rikon hat am Anfang den Onlinekanal für seine Kunden mit Vorauszahlung betrieben, entsprechend gering waren die Umsätze. Erst mit dem Wechsel zur Zahlungslösung von PostFinance sind die Verkäufe regelrecht explodiert. Seitdem sind die Zuwachsraten noch immer zweistellig.



Mehr zum Beispiel Kuhn Rikon und den E-Commerce-Lösungen von PostFinance unter www.postfinance.ch/e-payment

