

**Berufsporträt** Wie sieht die Arbeit eines Archivars im Staatsarchiv aus? Thomas Brakmann erzählt vom Digitalisieren und Geschichtemachen Seite 58  
**Online** Karrieretipps, Interviews, Arbeitsrecht – alles rund um die Themen Job, Aufstieg, Berufsleben [Abendblatt.de/karriere](http://Abendblatt.de/karriere)

## Zu alt und zu teuer – was tun?

Für Arbeitslose über 50 sinken die Chancen auf einen neuen Job. Vorurteile erschweren **reifen Bewerbern** die Suche. Das raten Experten

ANDREA PAWLIK

„Wenn Unternehmen sagen, sie setzen auf ältere Mitarbeiter, dann ist das gelogen“, sagt Gerhard Rohmann. Er ist 51 und sucht seit zwei Jahren eine neue Festanstellung. Zuletzt war Rohmann als Bereichsleiter im Dokumenten-Management bei einem deutschen Konzern beschäftigt. Davor hatte er unter anderem als Vertriebs- und Marketingleiter bei einem Systemhaus für Post- und Mailmanagement gearbeitet und verantwortete Outsourcing-Projekte bei einem namhaften Hersteller von Druckern und Kopierern. Sein Lebenslauf ist eindrucksvoll.

„Ende 2008 ist mein Arbeitgeber voll in die Finanzkrise gerutscht und hat begonnen, Leute zu entlassen“, sagt Rohmann. Doch da dachte er noch, mit seinen Erfahrungen, Zeugnissen und Kontakten sollte es nicht schwer sein, einen neuen Job zu finden. „Ich war ein halbes Jahr freigestellt. Währenddessen habe ich massiv Gas gegeben und mich beworben.“ Kontakt zu etwa 50 Unternehmen in Deutschland, Österreich und der Schweiz habe er in dieser Zeit gehabt – Bewerbungen, Telefonate, aber auch persönliche Treffen mit Geschäftsführern und Personalleitern. Was sie ihm vermittelten, war ernüchternd: „Du bist zu alt und zu teuer.“

**Dass Ältere für Unternehmen wertvoll sind, verstehen viele Firmen noch nicht**

Auch Annedore Marscheider, Inhaberin der Bewerberberatung Stellenwert in Bremen, bestätigt die Vorurteile. „Eigentlich sollten die Bewerber mit 50plus aufgrund der demografischen Entwicklung und des damit verbundenen Fachkräftemangels ein wertvolles Gut für Firmen sein“, sagt sie. „Aber tatsächlich ist es noch nicht bei den Unternehmen angekommen, dass sie die Leute brauchen.“ Kleine und mittelständische Unternehmen will sie ein bisschen von der Kritik ausnehmen: „Die sind schon offener. Das sollte man gerade für Initiativbewerbungen wissen.“ Marscheider zählt die klassischen Vorurteile auf: Ältere seien anfälliger für Krankheiten, technisch nicht so sattelfest, unflexibel und erwarteten mehr Gehalt.

Wie viel Wahrheit in den Vorurteilen stecke, sei individuell sehr unterschiedlich. Marscheider rät dazu, solche Unterstellungen wenn möglich in der Bewerbung diskret zu entkräften. So sollten zum Beispiel im Lebenslauf unter Hobbys sportliche Aktivitäten aufgeführt sein. Gleiches gilt für Technik-Kenntnisse: „MS Office, Internetrecherche – so etwas sollten ältere Bewerber in ihrer Vita aufweisen.“ Und zum Thema Gehalt sagt Bewerbungsberaterin Marscheider: „Man kann zum Ende des Anschreibens erwähnen, dass



man sich gern ins Gehaltsgefüge des Unternehmens integrieren werde.“ Im Anschreiben zu jammern – à la „Bitte geben wenigstens Sie mir eine Chance“ – ist verboten: „Außerdem besteht dazu ja gar kein Grund. Das sind oft gute Leute, sie können selbstbewusst auftreten.“

Die Beschäftigungssituation der Älteren habe sich in den vergangenen Jahren insgesamt verbessert, hat jüngste eine Studie des Instituts für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB) ermittelt. Doch auch das belegt die Studie: Es ist weiterhin so, dass mit zunehmendem Alter bei Arbeitslosen die Chancen sinken, wieder einen Job zu finden.

**Es hilft, sich in anderen Bereichen des Lebens Bestätigung zu suchen**

Und Absagen kratzen am Ego. „Man muss sich immer wieder selbst motivieren und aufbauen“, sagt Gerhard Rohmann. „Dennoch gibt es Phasen, da fühlt man sich einfach nur schlecht.“ Wichtig war für ihn das Verständnis seiner Frau und der beiden erwachsenen Töchter. Und seine Selbstständigkeit als Unternehmensberater – die er aber auch nach einem Jahr immer noch als Übergangslösung sieht. Ziel ist nach wie vor der neue, feste Job.

Sich auf Stellen unter seiner Qualifikation oder für deutlich weniger Gehalt zu bewerben, ist nichts für Rohmann. Er will sich nicht unter Wert verkaufen. Diese Versuche wären ohnehin sinnlos, sagen Experten. „Die Firmen fürchten, dass derjenige den Job nur als Sprungbrett benutzt und sich weiter woanders bewirbt“, sagt Birgit Dähmlow, die in Berlin die Beratung „Bewerbung easy“ betreibt. Und wenn man ehrlich sei, würden die meisten in diesem Fall ja auch wirklich weitersuchen.

Ihr Tipp gegen Bewerbungsfrust: „Als älterer Bewerber muss man darauf achten, dass man sich in Unternehmen bewirbt, in denen Erfahrung und Kompetenz vor dem Alter rangieren.“ Für besonders schwierig hält sie Bewerbungen in Konzernen – ausgenommen für Führungspositionen – sowie in jungen Firmen „und dort, wo man wenig bezahlen will“. Bewerber höherer Alters brauchen ihrer Erfahrung nach immer etwas länger als jüngere, bis sie wieder einen Job finden. In der IT-Branche hätten sie es besonders schwer, in Bereichen, wo es um Vertrauen geht, etwa in der Kundenbetreuung, hält Dähmlow die Chancen für besser. „Wichtig ist, die eigenen Pluspunkte herauszustellen.“

Die da sind? „Die umfassende Erfahrung, große Routine und eine besondere Gelassenheit, wenn Probleme auftauchen“, fasst Bewerbungsberaterin Annedore Marscheider zusammen. Diese Pluspunkte versucht auch Gerhard Rohmann in seinen Bewerbungen zu vermitteln. Er knüpft weiter Kon-

takte, recherchiert Stellenanzeigen, verschickt seine Unterlagen, besucht Messen – und hofft. „Ich gehe da jeden Tag wie in einen Boxkampf rein“, sagt er. „Ich weiß, dass ich wahrscheinlich wieder Schläge einstecken werde, aber es muss doch möglich sein, auch selbst irgendwo zu punkten.“

### Bewerbungstipps für ältere Jobsucher

**Prüfen Sie Ihre Unterlagen vor dem Abschlucken** besonders gründlich. Müssen Bewerbungen generell schon sehr gut aussehen, sollten die von Älteren hervorragend sein, damit sie sich von der Masse abheben.

**Das Bewerbungsfoto** muss professionell gemacht sein. Gesund, frisch, offen – diese Eigenschaften kann man so unterstreichen.

**Die Unternehmenskultur** muss gut zum älteren Bewerber passen. Recherchieren Sie vorab – z.B. online, in Firmenbroschüren – wie sich die Firma darstellt, und fragen Sie sich, ob Sie sich in diesen Werten wiederfinden.

**Betteln Sie nicht:** Schreiben Sie in Ihren Unterlagen nichts von Ihrer langen, beschwerlichen Jobsuche. Wer seine Bedürftigkeit durch-

scheinen lässt, wirkt weniger attraktiv.

**Machen Sie sich klar:** Nicht jede Absage hat mit Ihrem Alter zu tun. Auch jüngere Bewerber werden abgelehnt.

**In kleinen und mittelständischen Firmen** haben ältere Bewerber oft bessere Chancen als im Konzern. Berücksichtigen Sie bei Ihrer Suche auch weniger namhafte Firmen. (apa)

### BUCH DER WOCHE

## In Menschen lesen

ANDREAS MATZ

**Inhalt:** ●●●●●

Mit acht Jahren kam Autor Joe Navarro als Flüchtling von Kuba in die USA. Kein Wort Englisch sprechend, entdeckte er für sich die Techniken der nonverbalen Kommunikation. Später folgte eine lange Karriere beim FBI. Dort war Navarro bei der Spionageabwehr beschäftigt, also bei den Spezialisten fürs Tricksen und Täuschen. Inzwischen verdient der Mann sein Geld allerdings als Berater und Autor.

In diesem Buch geht es um zwei Dinge. Da ist zum einen die Fähigkeit, Menschen zu „lesen“. Damit ist gemeint, durch genaues Beobachten herauszufinden, was sie wirklich denken und fühlen, wenn sie etwas sagen – oder wenn sie nichts sagen. Der zweite Teil ist vermutlich für die berufliche Praxis der wichtiger. Er erklärt, wie man diese Kenntnisse im täglichen Leben anwendet. Dabei steht gar nicht so sehr das Entschlüsseln der anderen im Vordergrund, sondern das eigene Verhalten und die eigene Ausstrahlung. Wen könnte oder sollte so etwas interessieren? Eigentlich alle, die im Beruf professionell kommunizieren müssen, um erfolgreich zu sein.

**Präsentation:** ●●●●●

Das Buch ist so, wie man sich einen FBI-Agenten vorstellt: zapackend und manchmal etwas hemdsärmelig. Das ist

ein gut funktionierender Weg, Nicht-Psychologen das Thema näherzubringen. Wenn es um die Entschlüsselung von Körpersprache und anderen nonverbalen Signalen geht, helfen die vielen Zeichnungen, die in dem 270-Seiten-Buch enthalten sind.

**Praxiswert:** ●●●●●

Zum Thema Körpersprache wird viel geschrieben, und entsprechend viel Unfug ist im Umlauf, wie etwa: „Vor der Brust verschränkte Arme bedeuten Ablehnung.“ Doch obwohl man mit Küchenpsychologie nicht weiterkommt, gilt: Ein aufmerksamer Zuhörer wird immer mehr von seinem Gegenüber erfahren als ein unaufmerksamer. Das chinesische Schriftzeichen für aktives Zuhören ist sehr komplex. Es enthält die Zeichen für Ohr, Auge, Herz und ungeteilte Aufmerksamkeit. In welche Richtung diese Aufmerksamkeit gehen soll, verrät dieses Buch.



„Menschen verstehen und lenken. Ein FBI-Agent erklärt, wie man Körpersprache für den persönlichen Erfolg nutzt“ von Joe Navarro, mvg Verlag, 272 Seiten, 16,99 Euro

## So verkaufen Sie sich gut

**Top im Job** Coach Eva Martens erklärt, warum auch Mitarbeiter ein Alleinstellungsmerkmal brauchen

ANDREA PAWLIK

„Wer einfach nur still und reibungslos seine Arbeit macht, fällt im Unternehmen nicht weiter auf – auch nicht dem Chef, der Kandidaten für eine Beförderung vorschlagen soll. Wer stattdessen von sich reden machen will, sollte sich fragen, wie er sich selbst besser vermarkten kann.“

„Vielen Berufstätigen ist die Idee, Selbstmarketing zu betreiben, noch fremd“, sagt Eva Martens. Die Hamburger Marketingexpertin coacht und berät Firmen und Privatpersonen bei ihrer Positionierung. „Zu häufig sehen sich zum Beispiel Bewerber nicht als Gestalter eines Angebots, sondern versuchen, sich für das Unternehmen passend zu machen.“ Besser sei, sich selbst als etwas Besonderes zu etablieren – und damit seine Position auf dem Arbeitsmarkt zu stärken. „Man muss seine Arbeitsleistung deutlich zeigen“, sagt Martens.

Doch wie? Nicht jedem liegt es, sich selbst lauthals im Meeting zu loben. Martens: Schreiben Sie einen Artikel über Ihr gelungenes Projekt oder über besondere Verkaufserfolge und bieten Sie ihn den Verantwortlichen für die Mitarbeiterzeitschrift oder das Intranet an. An Unternehmenswettbewerben, etwa zu internen Verbesserungen, teilzunehmen, bietet ebenfalls die Möglichkeit, Ideen zu platzieren. „Oder suchen Sie sich einen Mentor im Unter-



Eva Martens berät Firmen und Privatleute bei ihrer Positionierung

nehmen.“ Ein offizielles Mentorenprogramm brauche es dazu nicht. „Nehmen Sie aktiv den Kontakt zu einer Person auf, die Sie aufgrund ihrer Position und ihres Auftretens für geeignet halten.“

Soziale Fähigkeiten gehören immer auch zum eigenen Profil. „Man muss professionell mit Konflikten umgehen können, Emotionen anderer erkennen und sich in seiner Kommunikation gut auf unterschiedliche Gesprächspartner einstellen können“, erklärt Martens.

**Nur wer sich von anderen unterscheidet, hat ein scharfes Profil**

Gutes Selbstmarketing braucht auch Planung. „Bin ich da, wo ich sein möchte?“ sei die leitende Frage. Wenn nicht: „Was muss ich tun, um dahin zu kommen?“ Das kann eine interne Veränderung sein oder der Wechsel des Unternehmens. Bewirbt man sich neu, ist es umso wichtiger, mit seinen Kenntnissen und Fähigkeiten Position zu beziehen. „Man darf sich nicht als einer von vielen sehen“, sagt die Marketingexpertin. Man müsse sich dadurch de-

finieren, was einen unterscheidet: „Ich biete Arbeitgebern eine Dienstleistung an – und die führe ich auf meine spezielle Art und Weise aus, das ist mein Profil.“ Bei einem Produkt würde es Alleinstellungsmerkmal oder Produktkern heißen.

Zu wissen, worin man besonders gut ist, ist das eine. Das andere, die richtige Zielgruppe für sein Angebot zu finden. „In welcher Branche, in welchem Unternehmen, in welcher Teamkonstellation kommen meine Fähigkeiten besonders gut zur Geltung? Wo werden sie am meisten gebraucht?“ solle man sich fragen, sagt Martens.

Dass es Menschen gibt, denen ein Profil fehlt, glaubt die Fachfrau nicht. „Jeder ist einzigartig“, sagt sie. Man müsse seine Besonderheiten nur erkennen. Es hilft, auch mal andere – Kollegen, Vorgesetzte – zu fragen, wie sie einen sehen, wofür man in ihren Augen steht. Was jemand erlebt habe, was er gelernt und wo er gearbeitet habe, macht seine „Feldkompetenz“ aus, wie Martens es nennt. Schon in einer Familie ältestes Kind gewesen zu sein, sei ein Detail des Profils: Verantwortungsbewusstsein, Führungsstärke könne man demjenigen zuschreiben. Auch die Kenntnis einer besonderen Sprache macht Bewerber für Firmen mit passenden Kunden interessant. „Und auch Mütter bringen nach der Erziehungszeit etwa in Sachen Multitasking und Flexibilität etwas Besonderes mit.“



Jetzt bestellen unter [www.abendblatt.de/shop](http://www.abendblatt.de/shop)

ANZEIGE

### KOMPASS



## Kommen Sie aus Ihrem Quark!

EIN KOMMENTAR VON JON CHRISTOPH BERNDT

„Wer im Berufsleben von gestern ist, aber nicht von gestern sein will, hat ganz schön was zu tun. Ruck, zuck ist es passiert, dass die Leute mehr milde lachen als bewundernd lächeln. Dann kann man das so hinnehmen und sich dem Rosenzüchten widmen – oder „Jetzt erst recht!“ sagen, und zwar laut: sein Leben in die Hand nehmen, das eigene Markenprofil schärfen und mit klaren Zielen und genauso klaren Maßnahmen dafür sorgen, dass es wahr wird.“

Der französische Politiker François Hollande ist gerade auf dem Weg zum Präsidentschaftskandidaten der Sozialisten, nachdem er eigentlich schon weg vom Fenster war: Den Parteivorsitz hatte er abgegeben. Die Medien berichteten, wenn überhaupt, lustlos über ihn. Er kleidete sich nachlässig und wurde dicklich.

Seine Freunde ermahnten ihn: „Du musst Selbststachtung haben.“ Das hat der zwischenzeitlich als „kleiner Witzbold“ Bespöttelte beherzigt: Er nahm 15 Kilo ab, wechselte den Friseur und den Optiker, kleidete sich sorgfältiger, nahm Unterricht in Mimik und Gestik und tritt entschiedener auf. Vor allem weiß Hollande wieder, was er will. Und was er dafür bereit ist zu tun. Er geht auf das Wahlvolk zu, und das nimmt ihm die neue Entschlossenheit ab. Am Sonntag soll es mit dem Teufel zugehen, wenn seine Partei den Durchstarter nicht zum Kandidaten macht.

Es ist nie zu spät dafür, aus seinem Quark herauszukommen. Wichtig ist dabei, sein Inneres nach außen zu tragen und vor allem immer das zu halten, was man verspricht: Wer Feuer, Power und Leidenschaft vermittelt, muss auch feurig, powervoll und leidenschaftlich sein. Das Innere (die Marke, das Versprechen) und das Äußere (das Marketing, die Einlösung des Versprechens) stehen in ständiger Wechselbeziehung zueinander. Dann vollendet auch die richtige Brille nicht nur den gewollten, sondern vor allem den durch stetiges Tun belegten Eindruck und Ausdruck. Merke: Marke ist nicht das, was und wie ich sein will, sondern das, was die anderen hinter meinem Rücken über mich erzählen.

Jon Christoph Berndt ist Markenexperte, Management-Trainer und Keynote-Speaker. Im Internet unter [www.human-branding.de](http://www.human-branding.de)

### WER VERDIENT WIE VIEL? Einkäufer

Jahresbrutto, ohne Personalverantwortung

Gesamt	Unteres Quartil*	Median**	Oberes Quartil
	34.959	44.210	57.212
€ Frauen	30.073	37.900	48.629
Männer	38.017	48.140	61.230

### Nach Branchen

Telekommunikation	52.230	61.789	71.687
Bau	35.783	42.506	51.255
Hotel und Gaststätten	25.594	30.060	44.660

### Nach Unternehmensgröße

Bis 100 Mitarbeiter	29.000	36.000	44.197
101 – 1000	35.254	43.574	54.420
> 1000	44.361	55.680	69.824

\* Quartil = Ober- oder unterhalb dieses Wertes verdienen nur noch 25 % besser oder schlechter.  
 \*\* Median = 50 % verdienen mehr, 50 % weniger  
 PERSONALMARKT