



# GEHALTSVERHANDLUNG DEN EIGENEN WERT KENNEN



Dipl.-Kfm. Andreas Erbenich,  
Personalberater

Wer sich bewirbt, muss auch über das Geld reden – irgendwann. Eine gute Vorbereitung zahlt sich aus. Doch Achtung: Viele Karrierebücher taugen nicht den Euro, den man investiert. Wer überzeugend begründen kann, warum die Wahl auf ihn fallen sollte und dass er sein gewünschtes Gehalt auch wert ist, hat am Ende die Nase vorn. Und eine gute Vorbereitung kann einem kein Bewerbungsratgeber abnehmen.

In der Regel hat ein Arbeitgeber eine klare Vorstellung, in welcher Größenordnung er bereit ist, eine Position zu vergüten. Insbesondere bei Einstiegspositionen liegen häufig konkrete Bandbreiten vor, innerhalb derer Nachwuchskräfte eingestellt werden. Die Frage nach den Gehaltsvorstellungen ist aber nicht so zu verstehen, dass ein Arbeitgeber daran sein Gehaltsangebot zwingend ausrichten wird. Vielmehr geht es bei der Frage auch darum zu erfahren, ob ein Bewerber sich im Vorfeld Gedanken bezüglich seines Marktwertes gemacht hat. So gesehen zählt eine realistische Selbsteinschätzung der gehaltlichen Möglichkeiten auf dem Arbeitsmarkt mit zur Beurteilung der Qualifikation eines Bewerbers. Arbeitgeber erwarten, dass sich Bewerber hierüber informieren. Wer völlig daneben liegt oder gar keine Vorstellung hat, verringert seine Chancen.

#### Der eigene Marktwert

Wie lässt sich nun der eigene Marktwert ermitteln? Letztlich hängt dieser von einer Vielzahl von Einflussfaktoren ab und kann immer nur auf eine bestimmte Position mit den jeweiligen Rahmenbedingungen bezogen werden. Wichtige

Faktoren sind der Ausbildungsabschluss, Praxiserfahrung, die konkrete Position in einer Branche. Ferner sind die Region, in der das Unternehmen ansässig ist, die Größe des Unternehmens sowie einschlägige Vorkenntnisse und Zusatzqualifikationen zu berücksichtigen. Natürlich spielt auch die Marktsituation eine wichtige Rolle, d.h. ob ein Bewerberüberangebot besteht oder Fach- und Führungskräfte in ganz speziellen Funktionen händierend gesucht werden.

Um eine Orientierung zu bekommen, gibt es eine Vielzahl von Informationsquellen. Tarifverträge, Gehaltstabellen, wie sie u.a. in der FAZ, im Handelsblatt oder auf Internetportalen veröffentlicht werden, können hilfreich sein. Aber auch Gespräche mit Bekannten in ähnlichen Jobs und der Kontakt zu Personaldienstleistern und Personalberatern, die den Markt aktiv verfolgen, helfen bei der Einschätzung. Besonders ergiebig können auch der Besuch von Jobmessen bzw. Karrieretagen (wie sie zum Beispiel regelmäßig von der Möbelfachschule veranstaltet werden) und Gespräche mit Unternehmensvertretern sein, die auf Nachfrage gerne die Einstiegsbandbreiten nennen.

Bei der Frage nach dem Gehalt sollte nicht das nackte Monatsgehalt im Mittelpunkt stehen. Entscheidend ist das gesamte Vergütungspaket. Hierzu zählen auch Zusatzzahlungen wie ein 13. Monatsgehalt oder Urlaubs- und Weihnachtsgeld, vermögenswirksame Leistungen oder erfolgsabhängige Vergütungen. Aber auch Nebenleistungen wie eine Netzkarte für den öffentlichen Nahverkehr oder – was im Vertrieb durchaus üblich ist – ein Firmenwagen, der auch zur privaten Nutzung zur Verfügung steht.

Ebenso spielen Faktoren wie die Arbeitszeit eine wichtige Rolle. Liegt eine 40-Stunden-Woche dem Gehalt zugrunde oder sind mit der Vergütung auch alle Überstunden abgegolten? Wie viele Tage Urlaub stehen zur Debatte? Viele dieser Punkte sind oft schon in Tarifverträgen geregelt – soweit es eine Tarifbindung (noch) gibt.

#### Die Verhandlungsstrategie

Es ist nicht notwendig, als Bewerber die Gehaltsfrage selbst anzusprechen. Der Arbeitgeber wird dieses Thema in

jedem Fall aufgreifen, wenn er den geeigneten Zeitpunkt im Gespräch für gekommen hält. Als Bewerber ist es für Sie von Vorteil, wenn Sie möglichst viel Zeit zur Verfügung haben, um Ihre Stärken zu präsentieren, bevor es um das Thema Geld geht.

Auf die Frage nach den eigenen Gehaltsvorstellungen kann es durchaus sinnvoll sein, zunächst den Ball zurückzugeben. Fragen Sie doch den Arbeitgeber, in welchem gehaltlichen Rahmen er die Position sieht. Nennt er einen Wert, wissen Sie, wo die Verhandlungsgrenze liegt. Ist er zu keiner Aussage bereit und fordert Sie nochmals auf, einen Wert zu nennen, sollten Sie vorab über die Rahmenbedingungen Bescheid wissen. Bitten Sie den Arbeitgeber, hierzu nähere Auskünfte zu geben, also das Vergütungspaket zu beschreiben. Auf dieser Grundlage ist es für Sie leichter, Ihre Gehaltsvorstellung zu benennen. Wenn Sie dies tun, sollten Sie immer auch begründen, wie Sie zu dieser Zahl gekommen sind.

Sofern die gehaltlichen Vorstellungen des Arbeitgebers mit den Ihren weitgehend übereinstimmen, besteht schon eine solide Basis für die weitere Verhandlung. In diesem Fall geht es lediglich um kleinere Anpassungen. Ein Ziel könnte es sein, eine erste Gehaltsanpassung nach der Probezeit bereits im Arbeitsvertrag zu vereinbaren.

Wenn sich abzeichnet, dass Ihre Gehaltsvorstellungen und die des Arbeitgebers immer noch voneinander abweichen, kann es sinnvoll sein, das Thema auf ein zweites Gespräch zu vertagen. Dies bietet Ihnen und dem Arbeitgeber nochmals die Möglichkeit, die eigene Verhandlungsposition zu überdenken und sich dann in einem neuen Anlauf zu einigen.

Letztlich gilt: Ihre Erfolgsaussichten in der Gehaltsverhandlung steigen, wenn Sie von sich und Ihren Stärken überzeugt sind und Sie diese auch positiv nach außen repräsentieren können. Denn Arbeitgeber wissen: Wenn Sie Ihre Interessen sachlich und souverän vertreten, werden Sie auch als Mitarbeiter die Interessen des Unternehmens erfolgreich vertreten können. Das ist ein gutes Argument dafür, auch mehr Gehalt zu bezahlen. Quod erat demonstrandum.

Ihr Andreas Erbenich  
www.andreaserbernich.de



## Die Jobs des Monats

Wir suchen im Auftrag unseres Kunden für die Region Nürnberg eine/n  
**VERKÄUFER/IN**  
für eine moderne Küchenabteilung in einer großen Küchenausstellung ...  
... mehr auf Seite 175

Für unsere Shops in München und Umgebung suchen wir abschlussichere  
**EINRICHTUNGSPROFIS (M/W)**  
... mehr auf Seite 173

### BUCHTIPP

„ONLINE GEWINNEN“  
von Jörg Funder/Jochen Strähle/  
Marc Ehlbeck/Thomas Natkowski



Herausforderung E-Commerce: Die zunehmende Konkurrenzdrücke im interaktiven Handel verschärfen die Marktbedingungen erheblich. Gleichzeitig zeichnet sich eine hohe Preissensibilität seitens der Kunden und eine sinkende Loyalität gegenüber den Internetschops ab. Das Buch „Online gewinnen“ beschreibt die Erfolgskriterien für ein modernes Multi-channel-Unternehmen. Die fünf Themenkomplexe Targeting, Methoden des Cross- und Up-Sellings, Banner, Newsletter-Marketing sowie individuelle Pricing-Strategien demonstrieren, was im Onlineverkauf heute State of the Art ist. Deutscher Fachverlag, 328 Seiten, gebunden, 78,00 Euro, ISBN 978-3-86641-248-4