



TIME TO SAY GOODBYE?

GRÜNDE FÜR EINEN JOBWECHSEL



Dipl.-Kfm. Andreas Erbenich,
Personalberater

Froh ist, wer einen Job erst mal hat. Glücklicherweise, dem sein Job dann auch noch gefällt. Wer, wie Signor Rossi, noch ein Stück vom Glück sucht, wechselt gern einmal den Job. Was sind eigentlich wirklich die Gründe und die Motivation, sich zu verändern?

Die Arbeitsmarktmobilität und die Beschäftigungsstabilität sind Gegenstand der Arbeitsmarktforschung. Eine generelle Dynamisierung, also die Zunahme der Wechsel der Beschäftigungsverhältnisse, beschleunigt sich in der öffentlichen Wahrnehmung insbesondere durch die heute oft zeitlich befristeten Arbeitsverhältnisse.

Wwem wechselt? Warum?

Dies hat für die Wissenschaft verschiedene Ursachen: Zum einen weicht mit zunehmendem Alter der Wunsch nach Verantwortung, Wachstum und neuen Herausforderungen auf natürliche Weise dem Wunsch, das eigene Wissen und die eigenen Erfahrungen weiterzugeben. Zum anderen wird die Neuorientierung mit zunehmendem Alter eine wachsende Herausforderung darstellen und werden sich reifere Arbeitnehmer in einer vom Jugendideal geprägten Gesellschaft weniger Chancen auf Verbesserung der eigenen beruflichen Situation am Arbeitsmarkt ausrechnen.

Den eher pragmatischen Motiven der Jobwechsler auf die Spur gekommen ist das Jobportal Monster Deutschland. Dabei wurde einerseits die Frage gestellt, welche Gründe Arbeitnehmer, die den Job wechselten, tatsächlich dazu bewegt haben, und andererseits wurden Arbeitnehmer gefragt, was sie dazu veranlassen könnte, den Job zu wechseln. Das Ergebnis

zeigt eine spannende Diskrepanz: Während die meisten Arbeitnehmer sich einen Jobwechsel am ehesten durch Übernahme neuer Herausforderungen vorstellen können, führt letztlich doch der Wunsch nach mehr Gehalt zu mehr Dynamik.

Allerdings ist auch zu erwarten, dass die meisten Arbeitnehmer mit einem Wechsel zu neuen Herausforderungen mehrheitlich auch eine Verbesserung der Gehaltssituation verbinden und Wachstum immer ein gesellschaftlich angesehenes Motiv zu sein scheint als Geldgier.

Gute Gründe – schlechte Gründe

Was könnte Sie zu einem Jobwechsel veranlassen? Für den Jobwechsel gibt es viele Motive. Nicht jeder Beweggrund ist aber auch gut. Folgend sind drei häufig genannte Gründe diskutiert. Manchmal braucht man für mehr Zufriedenheit nicht gleich den Arbeitgeber zu wechseln:

Grund 1: „Ich komme mit meinem Chef nicht klar.“ Ein guter Grund für einen Jobwechsel ist eine angespannte Beziehung zum Vorgesetzten jedoch nur selten. Natürlich sollen Arbeitnehmer und Chef miteinander auskommen. Doch: Um gut miteinander zu arbeiten, müssen sich zwei Menschen privat nicht sonderlich mögen. Selbst mit schwierigen Chefs können Mitarbeiter leben: Der Trick liegt darin, den eigenen Vorgesetzten nicht per se als Chef zu betrachten, sondern ihn auch als Mensch mit Sorgen, Ängsten und Schwächen zu begreifen. Chefs sind, trotz ihrer Vorbildfunktion, keine besseren Menschen – sie haben nur andere Aufgaben. Statt vor seinem Chef zu fliehen, kann es lohnenswert sein, zu lernen, den eigenen Boss zu managen. Hingegen ist in jedem Fall ein Wechsel anzuraten, wenn sich Ihr Vorgesetzter als moralisch unhaltbar erweist, d.h. keine ethischen Standards hat, unzuverlässig, unbeständig oder gar hinterlistig ist. Ein Einzelfall in einer angespannten Gesamtsituation ist sicher verzeihlich. Einem Wiederholungstäter sollten Sie nicht länger als unbedingt nötig zuarbeiten und schleunigst nach einer neuen Wirkungsstätte suchen.

Grund 2: „Ich habe in meiner jetzigen Position alles erreicht, was ich erreichen kann, und nun komme ich nicht

weiter.“ Alles erreicht zu haben hat zwei Dimensionen: Einerseits die Frage nach der beruflichen Perspektive im Sinne von Position, Verantwortung und Gehalt, andererseits die Frage nach der Qualität der eigenen Arbeit. Alles auf Ihrer Stelle erreicht haben Sie, wenn Sie Ihr Aufgabengebiet überdurchschnittlich beherrschen, Ihre Aufgabe mit Exzellenz erledigen, Ihr Arbeitsumfeld so eingerichtet haben, dass Sie Ihre Arbeit gern dort verrichten und sich nun persönlich und fachlich weiterentwickeln wollen. Prüfen Sie zunächst alle internen Möglichkeiten weiterzukommen! Erlaubt Ihnen die Struktur des Unternehmens auch in näherer Zukunft keinen Aufstieg, so ist ein Wechsel legitim.

Grund 3: „Meine Arbeit reizt und fordert mich nicht mehr.“ Zu erleben, dass die eigene Arbeit keinen Spaß mehr macht, ist weit verbreitet. Wer mit offenen Augen durch die Welt schreitet, wird zahlreiche Berufe erkennen, die man scheinbar überhaupt nicht mit Zufriedenheit ausüben kann. Dennoch ist es riskant, aus diesen Motiven den Job zu wechseln. Wird die neue Stelle wirklich mehr Antrieb mit sich bringen? Und wie lange? Frühere Generationen motivierten sich hierfür mit dem Begriff der „Pflichterfüllung“. Und doch ist es möglich, Routine mit Lust und Laune zu erledigen oder verlorene vergangene Freude wiederzufinden. Anhaltspunkte hierzu können sein:

Erfahren Sie den Wert Ihres Beitrags. Doch wer sollte damit beginnen, Ihre Arbeit zu wertschätzen, wenn nicht Sie selbst? Ist Ihnen der Wert Ihres Beitrags bewusst? Sie selbst bestimmen Ihre Einstellung zur Arbeit. Sie können missmutig Ihre Tätigkeiten verrichten. Sie können dieselbe Tätigkeit auch mit Freude und gut gelaunt ausführen. Die Entscheidung darüber liegt bei Ihnen. Auch wenn Sie sich die Tätigkeit selbst nicht aussuchen können: Sie haben immer die Wahl, wie Sie diese verrichten wollen. Wie Taschenlampe und Spiegel: Wenn Sie beginnen zu strahlen, werden Sie auch angestrahlt werden.

Lassen Sie sich in Ihren Stimmungen und Meinungen nicht zu sehr von Ihrem Umfeld prägen – prägen Sie Ihr Umfeld!

Ihr Andreas Erbenich
www.andreaserbenich.de



Die Jobs des Monats

Zur Unterstützung unseres Vertriebs-teams suchen wir einen engagierten **VERKAUFSREPRÄSENTANTEN (M/W)**

für das Verkaufsgebiet BAYERN
PLZ-Gebiete 80-87, 91-94 ...
... mehr auf Seite 158

EINKÄUFER / PRODUKT-MANAGER (M/W)

für die Bereiche Leuchten, Wohnen,
Garten & Heimtextilien ...
... mehr auf Seite 155

BUCHTIPP

„ERFOLGSSTRATEGIEN DER FASHION-BRANCHE“

von Alfred Haar /
Hachmeister und Partner (Hrsg.)



Die Mode-Branche befindet sich im Umbruch. Die Konsumenten setzen heute ein klares Markenprofil und eine transparente Wertschöpfungskette voraus. Parallel dazu nimmt der globale Wettbewerb zu. Die Textilunternehmen sind gezwungen, auf diese Herausforderungen effektiv und kreativ zu reagieren, weshalb sie in der Prozessoptimierung und Markenpflege anderen Branchen weit voraus sind. Insgesamt 18 Essays über verschiedene Aspekte der Fashion-Branche sind in dem Wirtschaftsbuch versammelt. So ergibt sich ein Gesamtbild eines starken Industrie- und Handelszweiges, an dem sich andere Branchen messen können. Deutscher Fachverlag, 285 Seiten, geb., 98,00 Euro, ISBN: 978-3-86641-226-2