



# Berufliche Neupositionierung von Führungskräften

(permanent und interimistisch)

Hendrik Böttcher  
Beratungsgesellschaft mbH

**Vorwort** **Test – Wie gut bin ich**  
**für einen Bewerbungsprozess**  
**aufgestellt** **Auswertung** **Test**  
**Neupositionierung – Führungskraft**  
**angestellt** **Positionierung –**  
**Führungskraft** **interimistisch**  
**Schlusswort**

# Vorwort

*Liebe/r Leser/in,*

herzlichen Dank für Ihr Interesse an „Berufliche Neupositionierung von Führungskräften (permanent und interimistisch)“.

Ziel ist es, Ihnen einen Überblick zu verschaffen, wie sich der Arbeitsmarkt darstellt und aus gegebenen Anlass, welche Chancen dieser durch/nach Corona bietet.

Mein Bedürfnis ist, dass gute Führungskräfte in Wirkung kommen. Dies ist heutzutage keine Selbstverständlichkeit. Eine hohe Passung von Kandidat und Unternehmen bedarf einer klaren Positionierung! Dieser geht eine Schärfung des eigenen Profils und Definition der eigenen Marke vorweg.

Der Arbeitsmarkt hat sich entwickelt und das in unterschiedliche Richtungen, so dass kein Unternehmen wie das andere ist. Es gibt unterschiedliche Kanäle für einen Markteintritt, wie Stellenanzeigen, Headhunter, den verdeckten Arbeitsmarkt und weitere. Im Optimalfall sollten Sie alle, jedoch in Vorgehensweise und Intensität unterschiedlich, für sich nutzen.



Herzliche Grüße

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'H. Böttcher'. The signature is fluid and cursive, written over a small white rectangular area.

Hendrik Böttcher

# Test

FRAGE	JA	NEIN
1. <i>Fühlen Sie sich sicher in der Vermarktung Ihrer eigenen Person?</i>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. <i>Kennen und beherrschen Sie die einzelnen Kanäle/Zugänge zum Arbeitsmarkt?</i>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. <i>Haben Sie einen Überblick über die Zielfirmen sowie Ansprechpartner in Ihrer Region?</i>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. <i>Kennen Sie Ihr eigenes Netzwerk, vor allem in zweiter Ebene?</i>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. <i>Sind Sie sich Ihrer Wünsche hinsichtlich Umfeld und Tätigkeit im Klaren?</i>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6. <i>Bekommen Sie die gewünschte Resonanz auf Ihre bisherigen Bewerbungsaktivitäten?</i>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7. <i>Fällt es Ihnen leicht, auch außerhalb Ihrer Branche Interesse zu wecken?</i>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8. <i>Haben Sie ein klares Bild von Wunschemfeld und Tätigkeitsbereich?</i>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9. <i>Ist Ihr Bewerbungsprozess als ein effizient gesteuerter Prozess zu bewerten?</i>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10. <i>Haben Sie Ihre Vermarktung bereits erfolgreich an die aktuelle Situation anpassen können?</i>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**IHRE PUNKTZAHL LAUTET:**

---

Eine Erklärung finden Sie auf der nachfolgenden Seite. Das Ergebnis ist aufgrund der geringen Anzahl der Fragen sicherlich nur bedingt repräsentativ, jedoch ein guter Indikator.



# Auswertung Test

## *Sie haben 8 – 10 Fragen mit ja beantwortet*

Sie sind schon sehr gut aufgestellt und liegen damit weit über dem Durchschnitt. Sie scheinen sich bereits, intensiv mit Ihrer Person sowie dem Markt auseinandergesetzt zu haben. Sie wissen, was Sie wollen und es gelingt Ihnen vor allem auch, dies Ihrem Umfeld zu vermitteln, so dass sich darüber auch in zweiter Kontaktebene interessante Opportunitäten eröffnen. Sollten Sie dennoch eine Optimierung prüfen lassen wollen, stehe ich Ihnen gerne zur Verfügung.

## *Sie haben 4 – 7 Fragen mit ja beantwortet*

Es fällt Ihnen offensichtlich leicht, in Ihrer Branche Fuß zu fassen. Ihr Netzwerk scheint Sie zu schätzen und der Umgang mit Medien und Headhuntern stellt für Sie ebenfalls keine große Herausforderung dar. Sie sind reflektiert und wissen zumindest, was Sie nicht mehr möchten und haben bereits eine grobe Vorstellung, wo es hingehen soll. Wenn Sie wissen möchten, wie Sie in mehr Gespräche mit Entscheidern kommen, anstatt im Schwerpunkt Interviews mit Personalern zu führen und das auch außerhalb Ihres direkten Netzwerkes und Branche, lassen Sie uns sprechen.

## *Sie haben 0 – 3 Fragen mit ja beantwortet*

Ihnen geht es wie sehr vielen meiner Mandanten, die sich auf Ihrem Karriereweg im Wesentlichen auf die Bewältigung Ihrer Aufgaben konzentriert haben und dies so gut gemacht haben, dass Sie sich dadurch jedes Mal für die nächsten Positionen empfohlen haben. Vor allem in den letzten zehn Jahren hat sich sehr viel am Arbeitsmarkt getan. Dies liegt u.a. an der Arbeitsverdichtung/begrenzten Aufmerksamkeit sowie daran, dass Branchen, Unternehmen und Stellenprofile nicht mehr gleichgeschaltet sind. Dies ist für den, der es verstanden und die eigene Marke/Profil geschärft hat, eine große Chance. Es gibt heute viel mehr Gestaltungsspielraum für wirkliche Führungskräfte im richtigen Umfeld. Dabei spielen die vergleichbaren Kenntnissen und Fähigkeiten nur eine untergeordnete Rolle. Des Weiteren besteht bei Führungskräften auch ein sehr großer Unterschied im Dialog mit Headhuntern und der Kommunikation mit Entscheidern. Wie sich ein solcher Prozess für Sie darstellen könnte, stelle ich Ihnen gerne vor.

# Neupositionierung Führungskraft

(permanent/angestellt)

*In den vergangenen Jahren wurde häufig behauptet, dass sogenannte Neo-Generalisten oder auch Menschen mit anderen Sicht- und Herangehensweisen als Führungskräfte gut geeignet wären für die aktuellen Herausforderungen, diese sind aber meist nicht eingestellt worden. Woran liegt das?*

Diese Frage kann ich inzwischen recht klar beantworten und die Lösung erfordert nicht nur ein Umdenken der Unternehmen. Kandidaten, die sich für die heute relevanten Themen (Transformation ganzer Unternehmen und vergleichbare Aufgaben) qualifizieren, zeichnen sich häufig dadurch aus, dass diese „out of the box“ denken. Wichtig ist, dass diese Kandidaten mit den tatsächlichen Entscheidern kommunizieren und es Ihnen gelingt, Vertrauen aufzubauen.

Personaler oder auch interne Recruiter, die mit einem konkreten Such-/Stellenprofil (wenn auch häufig nicht passenden) in den Markt geht, sollen diese „außergewöhnlichen“ Kandidaten gar nicht präsentieren. Dass die definierten Stellenprofile, vor allem seit dem letzten Jahr mitunter wenig Schnittmenge mit den tatsächlichen Anforderungen zu tun haben, lässt sich an den immer häufiger gestoppten und wieder mit neuem Suchprofil aufgesetzten Recruiting-Prozessen erkennen. Die Lösung für Sie als Führungskraft ist daher, einen anderen, zusätzlichen Weg/Kanal zu nutzen – den verdeckten Arbeitsmarkt. Dieser wird häufig als ein komplexes Mysterium dargestellt, was er mitnichten ist. Eine effiziente Vorgehensweise zur Definition von Zielfirmen und konkreten

Ansprechpartnern/Entscheidern, Transparenzschaffung des eigenen Netzwerkes (vor allem in zweiter Kontaktebene), die richtige Kontaktaufnahme und etwas Fleiß sind erforderlich, um sich diesen zu erschließen.

Wichtig ist dabei vor allem zu verstehen, dass Aufmerksamkeit nicht durch den Vergleich entsteht. Dieser ist gut und wichtig für die Kommunikation mit Headhuntern im Falle eines konkret zu besetzenden Mandates (was je nach Position ungefähr ein Viertel bis Drittel des Marktes ausmacht), jedoch völlig kontraproduktiv, wenn Sie über den verdeckten Arbeitsmarkt direkt mit Entscheidern auf Augenhöhe in den Dialog gehen möchten. Personal Branding und das Aufsetzen einer individuellen Vermarktungs-Strategie lassen Sie einen erfolgreichen Bewerbungsprozess führen.

Wie dieser in Ihrem Fall aussehen könnte, erläutere ich Ihnen gerne in einem kurzen Telefonat.

**HIER BERATUNGSGESPRÄCH VEREINBAREN**

# Führungskraft

(interimistisch/selbstständig)

*Interim-Management erfreut sich sowohl bei Kandidaten als auch Unternehmen immer größerer Beliebtheit.*

Es ist immer häufiger ein Beschäftigungsverhältnis, das von Kandidaten ganz bewusst gewählt und von Unternehmen vor allem aufgrund der hohen Flexibilität sehr geschätzt wird.

Anders als in der Vermarktung für permanente Stellen, geht es vielmehr um die tatsächlichen Anforderungen, die Bewerbungsprozesse sind schnell und die Spielregeln nicht sonderlich komplex, jedoch völlig anders als die innerhalb der permanenten Vermarktung. Wichtig ist, klar zu definieren, mit welchen Themen Sie sich beschäftigen wollen und welches Umfeld Sie zur Umsetzung benötigen und nicht davon abzuweichen, vor allem nicht am Anfang. Empfehlungen sind nämlich nur dann positiv, wenn auch die daraus resultierenden Aufgaben Ihr Interesse wecken.

Es gibt für den Interims-Manager diverse Möglichkeiten der Vermarktung. Der direkte Weg über Zielfirmen, Netzwerke mit anderen Interimern sowie eine Vielzahl von zur Verfügung

stehender Provider sind nur einige davon.

Die Sicherheit eines Interim-Managers hängt vermutlich, neben dem Bedarf an seinen Fähigkeiten, vor allem von der richtigen Vermarktung ab und diese haben Sie selbst in der Hand. Das Wichtigste für eine erfolgreiche Positionierung auf dem Interims-Markt ist neben einem klaren/geschärften Profil aber vor allem die bewusste Entscheidung für dieses Arbeitsmodell/Beschäftigungsverhältnis. Für manche meiner Mandanten ist es erforderlich, ein belastbares Feedback aus dem permanenten Arbeitsmarkt zu generieren, um auf dieser Basis die Entscheidung zu treffen, andere kommen bereits mit diesem Wunsch nach einer Tätigkeit als Interim-Manager auf mich zu.

Gerne stehe ich Ihnen für einen Austausch zur Verfügung.

**HIER BERATUNGSGESPRÄCH VEREINBAREN**

# Schluss wort

## *Eine Position ist noch längst keine Positionierung!*

In den letzten Jahren und vor allem beschleunigt durch die Ereignisse der jüngsten Vergangenheit hat sich viel verändert auf dem Arbeitsmarkt. Mit der richtigen Herangehensweise ist dies für die meisten meiner Mandanten jedoch von Vorteil.

Der Auftrag für Führungskräfte (interimistisch oder permanent) ist dabei nur nicht mehr, die eigenen Bewerbungs-/Vermarktungsprozesse, wie bisher durchzuführen, sondern sich mit zu entwickeln. Standardisierte Methoden der Vergangenheit sind teilweise noch geeignet für Kandidaten, die ihren bisherigen Weg in ähnlicher Form fortsetzen wollen und können. Wollen/müssen Sie sich jedoch verändern, z.B. hinsichtlich Branche und Funktionsbereich, wird der Zugang zu Teilen des sichtbaren Arbeitsmarktes durch Ihr biologisches Alter o.ä. erschwert, brauchen Sie eine bessere Strategie.

Es ist wichtig mit den Verantwortlichen, die Entscheidungen treffen können und wollen direkt in den Dialog auf Augenhöhe zu kommen und vorab, auf angemessene Art und Weise deren Aufmerksamkeit zu erlangen.

Dies ist seit sieben Jahren meine/unsere Vorgehensweise, die aktuell wichtiger denn je ist. „Wir machen weiter, wie noch in der alten Arbeitswelt“ o.ä. ist keine Alternative. Es ist vielerorts eine sehr praxisorientierte und mutige Aufbruchstimmung zu bemerken. Themen werden konsequenter angegangen und längst überfällige Reorganisationen vollzogen. All das ist für Menschen, die etwas bewegen/prägen wollen eine gute Zeit, da Sie nun dringend gebraucht werden! Nutzen Sie die jetzige Phase optimal für die Positionierung Ihrer Person/Marke.

Ich denke, dass der Markt für Kandidaten mit klarem Anspruch auf Führung, die Veränderungen schaffen und etwas prägen wollen, sich mit der richtigen Vermarktung ausschließlich positiv gestalten wird! Lassen Sie uns in einem kurzen Telefonat gerne gemeinsam herausfinden, wie wir Sie dabei unterstützen können, Ihre berufliche Neupositionierung erfolgreich zu gestalten.

**HIER BERATUNGSGESPRÄCH VEREINBAREN**



# Hendrik Böttcher

---

Beratungsgesellschaft mbH