

Die Karriereturbos

Auf Ellenbogen allein wollte in den 2000ern niemand mehr vertrauen. Um aufzusteigen, schlugen wir neue Wege ein. Aber die hatten ihre eigenen Tücken. Lesen Sie selbst:

Karrierecoaches: Super-Nannys für Manager

Angestellte mit Ambitionen nutzten nicht länger nur Ellenbogen und Personalentwicklungsmaßnahmen – sondern auch Hilfe von außen. Denn selbst gestandenen Mannsbildern wurde es in den Nullern nicht als Zeichen von Schwäche ausgelegt, wenn sie sich coachen ließen. Im Gegenteil. Professionelle Unterstützung war in. In anderen Lebensbereichen hatten wir uns längst daran gewöhnt. Politiker engagierten Spin-Doktoren, Antriebsschwache einen Personal Trainer, Kleinunternehmer den Kabeleins-TV-Coach Stefan

Hagen und Eltern je nach Bedarf einen Psychologen, Ergotherapeuten oder Logopäden.
Zugegeben: Einige Manager mochte die Suche nach einem persönlichen Karriereberater schon Überwindung gekostet haben. Üblicherweise glaubte diese Berufsgruppe ja meist nur das, was sie per PowerPoint präsentiert bekam. Dennoch war ihnen das Prinzip des Coachings keinesfalls fremd. Wer mit seinem Projekt, seiner Abteilung oder seiner Firma in Schwierigkeiten steckte, analysierte im Benchmarking ja auch Stärken und Schwächen, um sich an den besten Konkurrenten zu messen. Zudem mochte den ein oder anderen die leise Angst vor einem Burn-out in die Arme eines Karriereberaters getrieben haben. Oder die Angst vor Mobbing. Oder die Angst vor den hypermotivierten High Potentials aus den Goldfischteichen des eigenen Unternehmens. Genug Gründe, um Hilfe zu suchen, gab es also allemal.

Die allermeisten Führungskräfte aber wagten selbstverständlich aus innerer Einsicht den Schritt. Denn wer sich selbst mit den Augen eines anderen sehen konnte, brachte fürs lebensnotwendige Selbstmarketing im Betrieb schließlich beste Voraussetzungen mit. Und darum ging es letztlich. Die Schmalspuranalyse sollte schließlich den eigenen Aufstieg ebnen und Platz machen auf der Überholspur. Na ja, formuliert hätte es so natürlich niemand. Fragte man die Betroffenen, so ging es ihnen ohne Frage ausnahmslos um eine Standortbestimmung, klar. Der Coach war dazu da, mit ihnen gemeinsam herauszufinden, wie sie aufgestellt waren, was sie motivierte, was sie eigentlich erreichen wollten – und warum das so nicht funktionierte. Und natürlich auch, um sie in ihrer ganzen Authentizität richtig zu positionieren in der Firma.

Jawoll! Authentizität war superwichtig in den Nullern! Und da viele Angestellte nicht mehr so recht wussten, was nach diversen Managementtrainings und Persönlichkeitsworkshops an ihnen eigentlich noch authentisch war, machten sie sich eben mit einem Außenstehenden gemeinsam auf die Suche.

Coach ohne Couch

Das Erfreuliche für viele war, dass ein Coach ohne Couch funktionierte. Wer Glück hatte, spazierte während der Sitzungen durch den nahen Stadtpark. Wer weniger Glück hatte, saß in einem seelenlosen Seminarraum zwischen Flipchart und Hydrokultur. Die Coaches selber beeindruckten nicht nur durch die in Businesskreisen recht seltene Gabe des Zuhörens. Bei Bedarf erstellten sie auch Potenzialanalysen aller Art. Und sie fütterten ihre Klienten mit diversen Weisheiten. Ganz oben auf der Liste: „Love it, change it or leave it.“ Was übersetzt so viel bedeutete wie: Arme Schweine, die ihren Job weder mochten noch ändern konnten, sollten sich schleunigst vom Acker machen. Solche Einsichten dürften die meisten Manager nicht wirklich überrascht haben. Aber die Bestätigung durch einen Experten war einfach angenehm. Davon wurden sie in ihrem Joballtag nicht gerade überschüttet. Wer den persönlichen Kontakt scheute, bestellte klammheimlich bei Amazon das Frustjobkillerbuch und andere einschlägige Motivationsratgeber. Wieder andere durchliefen lieber das Do-it-yourself-Coaching am Montagabend auf ProSieben: Stromberg. Wer

diese Serie sah, empfand seinen eigenen Job garantiert nicht mehr als so unerträglich wie gedacht. Und er lernte einiges über diverse Charaktere im Büro. Ein Coachingserfolg, der sich sehen lassen konnte. Denn er stellte sich bereits nach läppischen 30 Minuten ein.

MBA: Pimp your Lebenslauf

Ambitionierte Angestellte übten in den Nullern im Wesentlichen zwei Hobbys aus: Das Training für den Marathon und den Run auf den MBA. In beiden Fällen hatten sie das Ziel fest vor Augen. Sie wollten es schnell bis ganz nach vorn/ganz nach oben schaffen. Und der Master of Business Administration (MBA) sollte dabei als zuverlässiger Karriereturbo wirken. Schwer konnte diese General-Management-Ausbildung nicht wirklich sein, davon war man als Techniker oder Naturwissenschaftler eh überzeugt. Und wenn es eben sein musste, gab man für das Schmalspurwirtschaftsstudium auch gern 40.000 Euro aus. Das Geld hatte man doch im kommenden Job ganz easy über die Gehaltssteigerung wieder raus.

Und außerdem konnte man ja auch im Freundeskreis punkten, wenn man an einer Business School studiert hatte, oder?! Die Personalchefs jedenfalls ließen sich leicht mit den drei Buchstaben beeindrucken. Zumindest behaupteten das alle. Schließlich hatte man als MBA-Absolvent doch bewiesen, dass man es ernst meinte mit dem lebenslangen Lernen. Und außerdem, dass man überdurchschnittlichen Einsatz zeigte. Und natürlich, dass man neben dem eigenen Studienabschluss als Diplom-Ingenieur oder promovierter Chemiker auch Rechnungswesen, Produktionsmanagement und Marketing beherrschte. Nun ja. Manche MBAler bewiesen vielleicht auch nur, dass ihnen nichts Besseres eingefallen war, um die Zeit der erfolglosen Stellensuche zu überbrücken. Aber egal. MBA war MBA – auch dann, wenn man ihn an der, ääh, University of Miami gemacht hatte. Klar. Und es fragte auch ganz bestimmt niemand nach, wenn man nur einen MBA in Immobilienfinanzierung erworben hatte, obwohl das ja zugegebenermaßen mit General Management nicht ganz so viel zu tun hatte. Besonders beliebt war der Modetitel bei Unternehmensberatern. Das musste daran liegen, dass die Big Player der Branche in den 2000ern ja vorzugsweise Biologen, Philosophen oder Theologen einstellten. Da

konnte man den Klienten gegenüber so schön mit dem Out-of-the-box-Thinking angeben. Und wenn besagte Biologen, Philosophen oder Theologen dann auch ein wenig Ahnung von Betriebswirtschaft mitbrachten, schadete das ja auch nicht. Bevor man einen internationalen Konzern beriet, half es ganz sicher, ein Management-Buy-out von einem Manager-Burnout unterscheiden zu können oder beim Stichwort First-In-First-Out nicht an Personalpolitik zu denken. Und weil das so war, wollte eben jeder Karrierehansel einen MBA haben. Zumindest so lange, bis sich rumgesprochen hatte, dass man seit Einführung der neuen Bachelor-Studiengänge das alles viel billiger haben

konnte. Und so bräuchte es keinen Nuller wundern, wenn der MBA in den Zehnerjahren vom BBA abgelöst würde. Als MBA für Arme. Aber immerhin. J.M.G.

Literatur-Tipp

Die Texte sind gekürzt und entnommen aus:
Judith-Maria Gillies: Unsere Nullerjahre.
Das Jahrzehnt der Bagels, Blogs und Billigflieger.
Eichborn 2009, 200 Texthäppchen über die Moden und Macken des Jahrzehnts, 224 Seiten.