

Online Wie dressiert man seinen Chef? Was ist tabu beim Plausch nach Feierabend? Alle bisherigen Folgen der Serie „Das 1 x 1 der Büropolitik“ Abendblatt.de/bueropolitik

CAMPUSKÖPFE



Ewald Stübinger, 53, lehrt Theologie an der Bundeswehr-Uni in Hamburg.

Der Experte für die Religionen der Welt und die Sorgen der Studenten

BIRTE SCHMIDT

HAMBURG :: Die Frage der Vereinbarkeit von Krieg und Religion steht für Ewald Stübinger im Mittelpunkt seiner Arbeit. Statt in der Kirche arbeitet der Theologe dort, wo dieses Thema ganz besonderes Brisanz ist: Stübinger ist Professor für Evangelische Theologie an der Helmut-Schmidt-Universität der Bundeswehr und hat es sich zur Aufgabe gemacht, seinen Studenten alle Facetten der „Feindes-Liebe“, wie er es biblisch ausdrückt, nahezubringen.

Rund 40 Prozent seiner Studenten gehören keiner Religion an. Aber das stört ihn nicht. „Wer meine Vorlesung besucht, muss nicht religiös sein“, sagt der tolerante Professor.

„In allererster Linie halte ich Vorlesungen über die verschiedenen Weltreligionen, aber auch über Sekten, Satanismus und Esoterik“, erzählt Stübinger. „Daneben gibt es hier natürlich ganz spezielle Themen, zum Beispiel, in welchem Zusammenhang der Krieg und das Christentum stehen.“

Manchmal komme es vor, dass Studenten mit ihm auch nach der Vorlesung noch über Religion diskutieren wollen oder einfach nur um Rat fragen. Für ihn sei das altbekanntes Terrain, sagt Stübinger. Schließlich hat er nach dem Studium als Seelsorger an der Bundeswehr-Uni in München angefangen.

„Da habe ich in allen Lebenslagen geholfen, bei universitären oder auch bei partnerschaftlichen Problemen.“ Dass er heute als Theologie-Professor forschen und lehren, aber dennoch für seine Studenten da sein kann, ist für den 53-Jährigen eine ideale Kombination.

So knüpft man Netzwerke

Serie, Teil 5: Das 1 x 1 der Büropolitik. Visitenkarten sammeln reicht nicht. Man muss interessiert sein und Hilfe anbieten

ANDREA PAWLIK

„Erfolgreich zu netzwerken ist doch so leicht! Schnell sind mit ein paar Klicks fünf neue Xing-Kontakte gewonnen, mit ein paar humorigen Sätzen zehn weitere Follower bei Twitter angelockt. Das Netzwerk wächst und wächst ... Aber bringt das auch was?“

„Wenig – wenn man einfach nur bei den großen Plattformen im Internet angemeldet ist und Kontakte sammelt“, sagt Anke Brandt, Kommunikations-trainerin und Coach aus Kiel. „Denn es geht nicht um die Anzahl der Kontakte, sondern um ihre Qualität.“ Das ist online genauso wie im realen (Berufs-)Leben. Wer es jedoch richtig anstellt, fördert die Entwicklung seiner Karriere, indem er netzwerkt, meint Brandt. „Es ist aber wichtig, dass man wirklich Interesse an den Kontakten hat“, betont sie. „Und dass man weiß, warum man überhaupt ein Netzwerk haben will.“ Und nicht zuletzt: Dass man nicht erst anfängt, Kontakte zu knüpfen, wenn man konkrete Unterstützung sucht.

Das eigene Ziel – zum Beispiel immer gut informiert zu sein, den beruflichen Aufstieg voranzubringen oder (auch privat) nützliche Kontakte zu gewinnen –, sollte man beim Netzwerken aber erst einmal hintanstellen. „Wer nur daran denkt, wen er wie briefen muss, um seine Ziele zu erreichen, der wird scheitern“, sagt Andrea Schottelius, Coach und Karriereberaterin aus Hamburg. Schließlich sei es für jeden unangenehm, „angebaggert“ zu werden, à la „Kannst du mir nicht mal ...“

Wer in Vorleistung geht, bleibt beim anderen in guter Erinnerung

„Wenn ich mich mit jemandem vernetzen möchte, sollte ich lieber überlegen, wie ich demjenigen weiterhelfen kann“, erklärt die Personalentwicklerin. Wer dem anderen erst einmal Info oder Unterstützung zukommen lasse, ohne gleich eine Gegenleistung zu erwarten, der bleibe in angenehmer Erinnerung. „Netzwerke ist schließlich ein Geben und Nehmen“, betont Schottelius. Womit man in Vorleistung geht?



„Darf ich Ihnen meine Karte geben?“ Gern, aber gutes Netzwerken geht anders. Foto: Jens Schierenbeck/dpa

„Zeigen Sie Interesse an dem, was andere tun“, rät sie. „Wenn man weiß, was jemand beruflich macht oder woran er interessiert ist, kann man ihm auch leicht mal helfen.“ Zum Beispiel mit einem Buchtipp, einem Hinweis auf einen interessanten Artikel, mit einer Idee zu einem Problem oder dem Kontakt zu einem Bekannten aus demselben Metier. Gelegenheiten, behilflich zu sein, gibt es unzählige.

Zuhören und Informationen sammeln ist aber nicht alles. „Es ist auch wichtig, von sich selbst, den eigenen Plänen und Leistungen zu erzählen“, hebt Kommunikationstrainerin Anke Brandt hervor. „Selbst in eigentlich engen Netzwerken weiß man doch oft nicht, was der andere alles macht und welche Interessen er hat.“ Und genauso, wie man selbst erst einmal über die Beweggründe des anderen Bescheid wis-

sen müsse, um ihm hilfreiche Tipps geben zu können, braucht auch das Gegenüber erst einmal Input, um zu wissen, wie es Unterstützung bieten kann.

Am besten, man notiert sich, wer welches Steckpferd pflügt

Um nicht durcheinanderzukommen, wer welches Steckpferd pflügt und wer welche Fortbildung macht, hilft es, sich Notizen zu machen. „Auf dieser Liste kann man zum Beispiel auch vermerken, worüber beim letzten Kontakt gesprochen wurde und wann der nächste sein soll“, regt Andrea Schottelius an.

Wer beginnen will, strategisch zu netzwerken, muss sich erst einmal darüber klar werden, mit wem er sinnvollerweise in Kontakt treten möchte – um dann zu gucken, wo er diese Personen kennenlernen könnte. Sind diese Leute

internetaffin, trifft man sie vor allem online? Gibt es einen Branchenstammtisch? Einen passenden Kongress, bei dem man ungezwungen ein Gespräch beginnen kann, oder einen Berufsverband, der zu Veranstaltungen einlädt? „Zäumen Sie das Pferd von hinten auf“, rät Andrea Schottelius. „Überlegen Sie sich, was Sie erreichen wollen und welche Schritte dahin notwendig sind.“

Man muss übrigens kein besonders extrovertierter Typ sein, um sich gut zu vernetzen. „Eigentlich kann das jeder“, findet Anke Brandt. Wem die Kommunikation per Telefon nicht so liege, der könne schließlich auch bei persönlichen Treffen netzwerken oder übers Internet. „Dort fällt es auch eher schüchternen Menschen meist leicht.“

Lesen Sie am kommenden Wochenende: Teil 6 – Intriganten erkennen und abwehren

ARBEITSRECHT

Azubi verliert im Streit um Gewissenskonflikt

BERLIN :: Arbeitsverweigerung aus Glaubensgründen ist rechtswidrig. Dies hat das Arbeitsgericht Freiburg entschieden, wie die Deutsche Anwaltskunft mitteilt. In dem Rechtsstreit hatte sich eine Angehörige der Zeugen Jehovas geweigert, eine Fastnachtsfeier zu organisieren, weil sie das in einer religiösen Gewissenskonflikt bringe. Der Arbeitgeber schickte eine Abmahnung, die Auszubildende klagte – erfolglos. Sie sei von Anfang an über ihre Aufgaben aufgeklärt worden. (dpa)

FACHKRÄFTE

Fast 80 Prozent interessiert an einem Auslandseinsatz

DÜSSELDORF :: Knapp zwei Drittel der Fach- und Führungskräfte weltweit (64 Prozent) können sich derzeit vorstellen, im Ausland zu arbeiten. Die beliebtesten Metropolen sind London, New York, Sydney, Paris und Dubai. Das hat eine Studie der Jobbörse StepStone und der Intelligence Group ergeben. Im Jahr 2007 waren es noch 61 Prozent, die Interesse geäußert hatten. In Deutschland sind es aktuell 79 Prozent der Fach- und Führungskräfte, die offen sind für eine berufliche Auslandserfahrung – acht Prozent mehr als vor drei Jahren. (HA)

FREIBERUFLEDER

Wirtschaftliche Lage wird als besser empfunden

BERLIN :: Nach der Wirtschaftskrise geht es für viele Architekten, Anwälte und Apotheker wieder aufwärts: Die Freiberufler schätzen ihre wirtschaftliche Lage laut einer Umfrage vielfach als besser ein als im vergangenen Jahr. Das teilt der Bundesverband der Freien Berufe mit. Angehörige dieser Berufe bewerten ihre Situation derzeit mit der Note „befriedigend“. Im Vergleich zum Vorjahr sei der Zufriedenheitswert von 3,6 auf 3,33 gestiegen. (dpa)

ANZEIGE

Advertisement for 'Prüfungsstelle der Vertragsärzte und Krankenkassen in Schleswig-Holstein'. It describes a position for a medical director in a private clinic, requiring a medical degree and experience. Contact information for the recruitment office is provided.

Advertisement for 'Hotelmanager/-in' at a hotel in Wismar. The ad lists responsibilities like managing hotel operations, guest relations, and marketing. It also includes a 'Profil' section with requirements like a degree and language skills.

Advertisement for 'Friedhofsverwalter/in' (Cemetery manager) and 'Datenmanager (m/w)'. The cemetery manager role involves managing a cemetery with 22,889 graves. The data manager role involves supporting a marketing department.

Advertisement for 'Bürokauffrau/-mann' and 'Hausverkäufer (m/w)'. The office assistant role involves planning and organizing. The real estate sales role involves selling properties.

Advertisement for 'Leiter Kundendienst Maschinenbau (m/w)' at Lubitz Unternehmensberatung. The role involves managing after-sales service for machinery. The company is based in Hamburg.

Advertisement for 'Handwerkskammer Hamburg'. It describes the chamber's role in representing the interests of over 15,000 craft businesses in the city.

Advertisement for 'Leiter/-in für den Geschäftsbereich I Interessenvertretung/Politik'. The role involves representing the interests of small and medium-sized businesses in the city.

Advertisement for 'Freudliche Mitarbeiter (m/w) am Telefon' and 'Sport/Fitnesskaufmann/frau'. The first role is for a friendly customer service representative. The second role is for a sports and fitness equipment salesperson.

Advertisement for 'Fachkraft der Haus- und Grundstücksverwaltung'. The role involves managing real estate transactions and property administration.

Advertisement for 'Vertriebsassistent/-in' and 'Bilanzbuchhalter/-in'. The sales assistant role involves supporting sales activities. The balance sheet accountant role involves managing financial records.

Advertisement for 'Med.Schreibkraft (m/w)'. The role involves dictating and transcribing medical reports and documents.

Advertisement for 'Gehen Sie neue Wege...' and 'Parfümeriefachverkäufer/in'. The first ad is for a career opportunity. The second ad is for a perfume specialist.

Advertisement for 'Kreuzung aus Bürokratie und Marketingexpertise' and 'Anspruchsvolle Nebenberuflichkeit'. The first ad is for a career opportunity. The second ad is for a part-time job.

Advertisement for 'MILES' featuring a world map. The ad describes MILES as a global trading company with over 400 employees and a wide range of products.

Advertisement for 'Merchandiser Einkauf (m/w) für den Bereich Gepäck'. The role involves purchasing luggage and travel accessories.

Advertisement for 'LF EUROPE' and 'SilverArt'. LF EUROPE is a recruitment agency. SilverArt is a jewelry store.

Advertisement for 'Filialeiter (m/w)'. The role involves managing a retail branch.