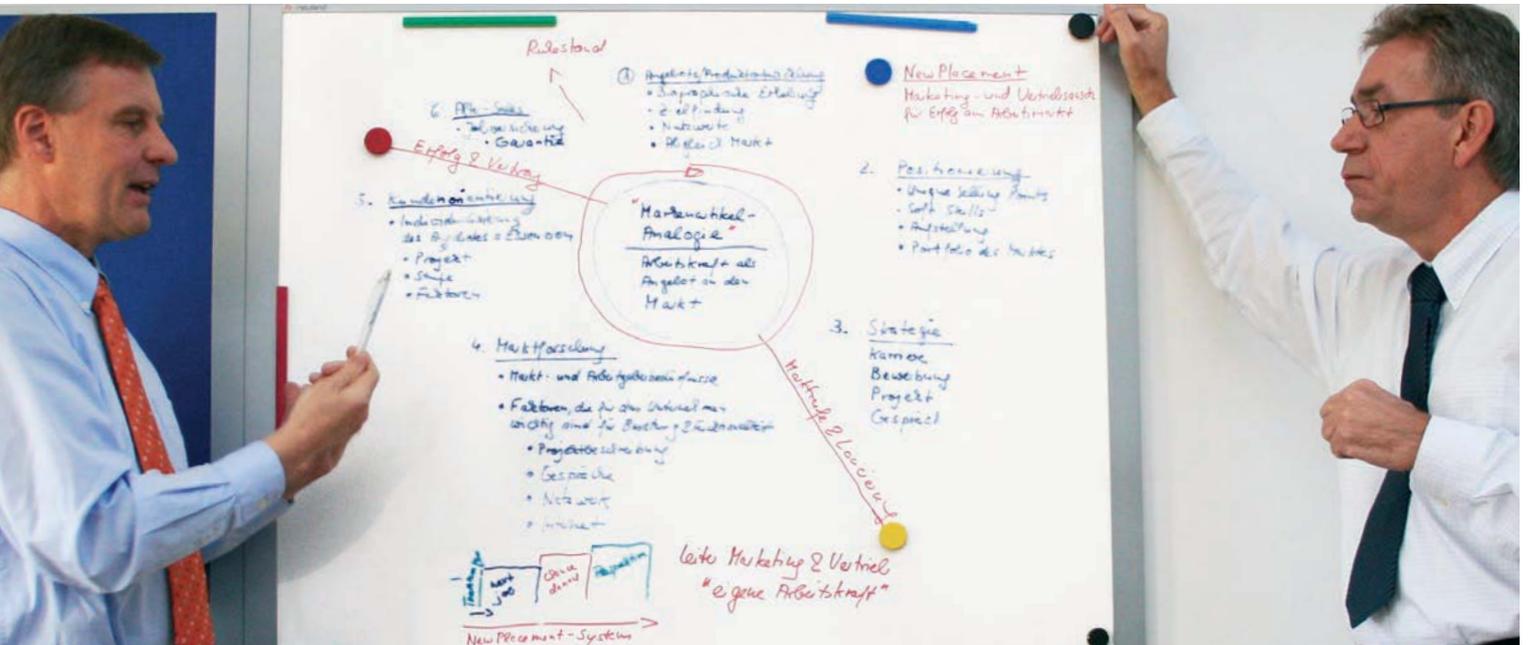


Manager als Marke

NewPlacement: Der Marketing- und Vertriebsansatz für Erfolg am Arbeitsmarkt



HANS-CHRISTOPH NAGEL & NORBERT ROSENECK

VON CLAUDIA MATTHEIS

Den Marketing-Mix mit seinen vier Säulen „Product, Price, Place, Promotion“ hat jeder Manager verinnerlicht und setzt ihn für sein Unternehmen um. Doch was ist mit dem Marketing in eigener Sache? Dies wird meist sehr viel weniger professionell betrieben, sagt Hans-Christoph Nagel, Vorstandsvorsitzender der NewPlacement AG. Als Marketingprofi mit internationaler Erfahrung im Management u. a. von Reemtsma, Peter Stuyvesant und Krombacher hat er dafür nur wenig Verständnis: „Wer eine erfolgreiche Karriere anstrebt, muss seine Arbeitskraft als ein Angebot an den Markt verstehen. Und diese auch wie einen Markenartikel behandeln. Dazu gehören neben einer Marketingstrategie auch die Definition von Produkteigenschaften, USP, Positionierung und Zielgruppe.“

Doch Hans-Christoph Nagel weiß auch, dass es aufgrund der fehlenden Distanz schwierig ist, die eigenen Fähigkeiten richtig einzuschätzen und zu vermarkten. Darum hat er zusammen mit Gerd Löffler, einem der Pioniere der deutschen OutPlacement-Szene, im Jahr 2005 ein neues Beratungsprodukt entwickelt: NewPlacement-Coaching.

USP ließ sich von Hans-Christoph Nagel und seinem Vorstandskollegen Norbert Roseneck die Analogie von Markenartikel und Manager sowie die Philosophie der NewPlacement AG näher erklären.

Was ist der Unterschied zwischen OutPlacement und NewPlacement?

Hans-Christoph Nagel: OutPlacement ist eine von den Unternehmen finanzierte Dienstleistung für ausscheidende Mitarbeiter, die bei der beruflichen Neuorientierung hilft und bei Abschluss eines neuen Vertrages endet.

NewPlacement-Coaching dagegen ist ein ganzheitlicher Beratungsansatz für Top-Level Manager und den Managementnachwuchs und kann über die gesamte Laufbahn bis zum Ruhestand andauern. Es ist eine Weiterentwicklung des klassischen OutPlacements und verbindet Beratung mit Management-Coaching.

Norbert Roseneck: Im Gegensatz zum OutPlacement werden beim NewPlacement-Coaching auch Kandidaten angesprochen, die eine Anstellung haben und aktiv ihre Karriere planen wollen. Oder deren Lauf-

bahn ins Stocken gekommen ist. Natürlich bieten wir uns aber auch Managern an, die ihren Job verloren haben und sich beruflich neu orientieren müssen.

Beim NewPlacement-Coaching sehen Sie die Arbeitskraft als Markenartikel. Was bedeutet dies für Ihre Beratung?

Hans-Christoph Nagel: Wir wollen das Bewusstsein vermitteln, dass jeder „Leiter Marketing & Vertrieb“ in eigener Sache ist. Verantwortung für die eigene Arbeitskraft, d. h. die eigene Marke, muss möglichst früh erkannt und übernommen werden.

Der erste Schritt im NewPlacement-Coaching ist die *Angebots- und Produktentwicklung*. In einer ausführlichen biografischen Erhebung analysieren wir Stärken, Schwächen und Potenziale. Dabei schauen wir uns sowohl das Berufsleben, als auch private Talente, Interessen und Erfolge an. Dann werden Lebens- und Karriereziele formuliert – und zwar bis zum Ruhestand. Denn beim NewPlacement-Coaching geht es nicht darum, schnell irgendeinen Job zu bekommen. Sondern einen zu finden, der strategisch in den Plan passt. Anschließend folgt die *Positionierung*. Wie bei einem Produkt muss der

USP klar definiert werden. Nur die Beschreibung „kaufmännischer Leiter“ zum Beispiel ist kein relevantes Angebot an den Markt. Und dann schauen wir gemeinsam, ob es überhaupt einen passenden Job auf dem Arbeitsmarkt für dieses Produkt gibt. Wenn dies alles feststeht, folgt die Entwicklung der **Strategie**, d. h. wo und wie sollte sich unser Kandidat bewerben, wie muss er sich auf die einzelnen Gespräche vorbereiten. Und wie sieht die „Produktverpackung“ aus, also die Bewerbung, das Foto und letztendlich der Bewerber selbst. Erst wenn alles wirklich optimal ist, hat unser Kandidat die **Marktreife** erreicht. Wie bei der Lancierung eines neuen Produktes gibt es nur eine Chance, darum haben wir eine hohe Verantwortung, wenn wir entscheiden, wann der richtige Zeitpunkt für die Bewerbung ist.

Norbert Roseneck: Allerdings wird nicht eine Standard-Bewerbung an alle relevanten Unternehmen verschickt. Wie bei einer **Marktforschung** wird recherchiert, was die Bedürfnisse der Zielgruppe sind – also des gewünschten neuen Arbeitgebers. Unser Ziel ist absolute **Kundenorientierung**, d. h. eine Bewerbung zu formulieren, die die relevanten Erfahrungen und Fähigkeiten des Bewerbers perfekt auf die Anforderungen des Unternehmens abstimmt. „Sie sind ja wie gemalt für uns!“ – dies sagte ein Personalentscheider zu einem unserer Kandidaten. Besser kann der **Erfolg** unserer Arbeit nicht zusammengefasst werden.

:: unternehmensprofil ::

NewPlacement AG
 E-Mail: info@NewPlacement.de
 Bundesweites Service-Tel.: 0700 63 97 52 23
www.NewPlacement.de
 Ansprechpartner:
 Vorsitzender des Vorstands: Hans-Christoph Nagel
 E-Mail: nagel@NewPlacement.de
 Vorstand: Norbert Roseneck
 E-Mail: roseneck@NewPlacement.de

Gründung:

- die Ursprungsgesellschaft wurde 1989 von Gerd Löffler gegründet, die NewPlacement AG 2005 durch Gerd Löffler und Hans-Christoph Nagel

Organisation:

- aktuell 16 SeniorPartner/innen, die bundesweit an über 50 Standorten tätig sind

Tätigkeitsfelder:

- NewPlacement-Coaching
- OutPlacement-Beratung
- Karriere- und Business-Coaching auf Top-Level und für High Potentials

Hans-Christoph Nagel: Doch der Vertrag ist nicht die Endstation unserer Arbeit. Wie im Vertrieb folgt der **After-Sales-Service**. Dazu gehört u. a. das Abstimmen mit unseren Mandanten darüber, wie die Probezeit läuft und wie danach die geplanten Ziele erreicht werden. Und wir erinnern immer wieder daran, die persönliche Erfolgsdatenbank zu aktualisieren z. B. um internationale Projekte, erfolgreiche Abschlüsse, zusätzliche Qualifikationen, etc. Das ist wichtig für die aktive **Markenpflege** und die berufliche Weiterentwicklung. Denn wie gesagt: das NewPlacement-Coaching endet bei Bedarf erst mit dem Ausstieg in den Ruhestand. Vorher unterstützen wir unseren Mandanten darin, die formulierten Karriereschritte in der geplanten Zeit zu erreichen

Ist es also sinnvoll, sich schon am Anfang der Karriere von Ihnen coachen zu lassen?

Hans-Christoph Nagel: Ja, denn viele sind sich der Tragweite ihrer beruflichen Entscheidungen nicht bewusst. Da wird z. B. nach dem Studium ein Trainee-Job nach dem anderen angenommen. Ideal wäre es aber, die eigene Karriere langfristig zu planen und die Stationen sinnvoll aufeinander abzustimmen. Denn die Weichen für eine Konzernkarriere werden früh gestellt.

Norbert Roseneck: Wir erleben oft, dass die Leute es versäumen, rechtzeitig den nächsten Karriereschritt anzugehen. Sie richten sich auf Jahre bequem in ihrem Job

Erfolgsquote:

- Nahezu 100 % beim NewPlacement-Coaching, da eine Begleitung bis zum nachhaltigen Erfolg des Mandanten stattfindet

USP:

- Ganzheitliche und individuell zugeschnittene NewPlacement-Methode
- Die Beratung erfolgt ausschließlich durch selbstständige, profilierte Partner im Alter 45 plus mit Management- und Führungserfahrung auf hohem Niveau
- Dadurch Qualitätsführer bei der Beratung und dem Coaching des gehobenen und Spitzen-Managements

Selbstverständlicher Service:

- Kostenloses und unverbindliches erstes Informationsgespräch

NEWPLACEMENT
 OutPlacement • NewPlacement • Karriere-Coaching

ein, scheuen Veränderungen und neue Herausforderungen. Spätestens aber, wenn jüngere Kollegen mehr Ehrgeiz zeigen oder Entlassungen anstehen, wird diese Einstellung zum Problem. Denn irgendwann ist man für den eigenen oder auch für andere Arbeitgeber uninteressant. Darum ist es ratsam, immer der aktive Teil zu bleiben und die berufliche Entwicklung selbst zu gestalten.

Was ist der USP der NewPlacement AG?

Norbert Roseneck: Die Partner der NewPlacement AG waren alle selbst langjährig in herausgehobenen Managementpositionen tätig. So können wir unsere Beratung auf einem entsprechend hohen Niveau anbieten. Deshalb lautet unser Claim: Wir verstehen Menschen, Unternehmen und Karrieren.

:: Kernkompetenzen ::

NewPlacement-Coaching

- ist die Weiterentwicklung des klassischen OutPlacement und verbindet Beratungselemente mit Management-Coaching.
- richtet sich an drei Zielgruppen:
 1. Top-Level Manager und Managementnachwuchskräfte, die aus einer Anstellung heraus ihre Karriere aktiv planen und gestalten wollen.
 2. Manager, die ihren Arbeitsplatz verloren haben oder davon bedroht sind und eine neue berufliche Perspektive suchen.
 3. Unternehmen, die eine Ergänzung oder Alternative zu einer Abfindung wollen, mit der positive Signale nach innen und außen gesetzt werden.
- liegt die Einsicht zugrunde, dass erfolgreiche Manager in ihrem Metier Experten sind, im Arbeitsmarkt und im Eigen-Marketing häufig aber nicht. Ihnen fehlt darüber hinaus die Distanz zur eigenen Persönlichkeit, zu den eigenen Fähigkeiten und Potenzialen. Daher fällt es schwer, das geforderte „aussagestarke“ Leistungsprofil zu erstellen. Außerdem reichen die persönlichen Kontakte oft nicht aus, um relativ problemlos den nächsten Karriereschritt zu schaffen.

Nutzen für Unternehmen, wenn sie bei einer Trennung NewPlacement-Coaching anbieten:

- Die Situation entspannt sich
- Das Ausrichten nach vorn verhindert „Nachkarten“
- Gerichtliche Auseinandersetzungen werden vermieden
- An die im Unternehmen verbleibenden Mitarbeiter geht ein positives Signal