

Sebastian Pioch

# TROJANIZED

*Ein verblüffend  
wirksamer Weg, um den  
passenden Job zu finden.*



tredition®

[www.tredition.de](http://www.tredition.de)

**Sebastian Pioch**

**trojanized**

**Ein verblüffend wirksamer Weg,  
um den passenden Job zu finden.**

© 2015 Sebastian Pioch

Verlag: tredition GmbH, Hamburg

ISBN

Hardcover 978-3-7323-3231-1

Paperback 978-3-7323-3230-4

e-Book 978-3-7323-3232-8

Das Werk, einschließlich seiner Teile, ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung ist ohne Zustimmung des Verlages und des Autors unzulässig. Dies gilt insbesondere für die elektronische oder sonstige Vervielfältigung, Übersetzung, Verbreitung und öffentliche Zugänglichmachung.

# Inhaltsverzeichnis

1. Warum dieses Buch?
2. Orientierungsdepressionen
3. Wie finde ich das Unternehmen „X“?
4. Der fiktive Arbeitstag
5. Vernetzen! Wie geht Job Shadowing?
6. (M)Ein Thema finden
7. Wie treffe ich Entscheidungen?
8. Bewerbungsschreiben 2.0
9. Personal Branding
10. Auf geht's!

# 1. Warum dieses Buch?

**W**eil es längst überfällig ist. Die Wege, wie Arbeitgeber und Arbeitnehmer zukünftig erfolgreich zueinander finden, werden sich in den kommenden Jahren grundlegend ändern, aber der Reihe nach. Dieses Buch richtet sich insbesondere an Studierende ab dem 3. Semester, an Berufseinsteiger, deren Eltern und an Personalverantwortliche. Ziel soll es sein, einen etwas anderen Weg aufzuzeigen, als sich auf zumeist nichtssagende Stellenanzeigen mit noch weniger sagenden Anschreiben zu bewerben.

Es soll zudem bei der Orientierung hinsichtlich der Frage behilflich sein, bei welchem Unternehmen sich ein junger Mensch bewirbt. Dies, so glaube ich, ist nämlich weitaus wichtiger als die Frage, nach dem Gehalt, den Aufstiegschancen und etwa einem vermaledeiten Firmenwagen. Woher ich das weiß? Nun, als Karrierecoach an einer Hamburger Hochschule habe ich fast täglich mit Studierenden und jungen Absolventen zu tun, die an *Orientierungsdepressionen* leiden. Sie bitten mich, ihnen Feedback zu Bewerbungsschreiben zu geben, die selten einer einfachen Nachfrage „Warum bewerben Sie sich bei diesem Unternehmen?“ standhalten. Meist kommen dann Aussagen wie: „Na das macht sich doch gut, wenn ich die in meinem Lebenslauf habe. Oder?“. Wenn ich den jungen Leuten dann erkläre, dass noch nie ein Lebenslauf meine Miete gezahlt hat und es zudem doch fraglich ist, dass selbst jener Umstand kaum dazu führen würde, dass sie glücklich werden, macht sie das oft nachdenklich. Sehr oft. Sie fühlen sich oftmals allein, diese jungen Leute. Sie spüren den Druck ihrer Eltern, eine hohe gesellschaftliche Erwartungshaltung und sie haben bestenfalls ihre nächste Klausur

im Blick. Hakt man nach, worum es ihnen denn ginge, blicken sie nicht selten lange ins Leere. Für diese Leute schreibe ich dieses Buch. Ich möchte, dass sie einen Ansatz bekommen, warum sie überhaupt ihr Studium oder ihre Ausbildung absolvieren und wie es ihnen gelingen kann, sich erfolgreich im Arbeitsmarkt zu positionieren. Dabei ist es mein Anspruch, dass Erfolg als Zufriedenheit mit dem ausgeübten Job verstanden wird, nicht etwa als die bestbezahlte Stelle.

Dieses Buch richtet sich jedoch auch an die Eltern jener jungen Menschen. Es soll ihnen Möglichkeiten aufzeigen, ihre Kinder dabei zu unterstützen, einen Berufseinstieg zu finden, der dafür sorgt, dass sie sich eher auf den Montagmorgen denn auf den Freitagnachmittag freuen. Um es vorwegzunehmen, streichen Sie bitte ersatzlos die Frage: „Wie viele Credit Points fehlen dir noch?“ aus Ihrem Repertoire! Wen interessiert dieser Unsinn?

Schließlich richtet sich mein Ansatz auch an die Personalverantwortlichen. An Jene, die diese merkwürdigen Stellenanzeigen verfassen und sich wundern, warum sie so wenige passende Bewerbungen bekommen. Nein, nein, gute Bewerbungen bekommen Sie, nur eben wenige, die passen! In diesem Buch finden Sie die Antwort darauf, was Sie tun können, um wirklich schlaue Dinge in Sachen Employer Branding zu unternehmen. Was bringt es Ihnen, wenn Ihnen zigtausend Lemminge auf Instagram, Pinterest und Co. folgen? Was Sie wollen sind Bewerber, oder? In Zeiten, in denen die Gebrüder *Digitalisierung* und *Globalisierung* das Denken und Handeln der Generation Y bestimmen werden jene Unternehmen den „war for talents“ gewinnen, die spitz statt breit denken und den jungen Leuten die Möglichkeit geben, niederschwellig ihr Unternehmen kennen zu lernen.

Die jungen Talente hingegen sollten sich indes fragen, was sie tun können, um einen größtmöglichen Nutzen bei dem Unternehmen in