

Peter Cisler

Das Laufbahnbuch

, *be-Werbung*

0 Einführung

o.i Ein Handbuch für alle Fälle

Ratgeber zum Nachschlagen 6 * Werben beim Bewerben – be-Werben 7

0.2 Prozesshaftes von Laufbahngestaltung bis Stellensuche

Cestaltungsprozess 8 * Prozess-Struktur und Arbeitsmodelle 8 »

Standortbestimmung – Ausgangssituation 10 *

Standortbestimmung – Erwerbslosigkeit 10

0.3 Prozessschritte

Schritte Standortbestimmung 12 * Schritte Perspektive 13 *

Schritte Umsetzung 13 » Prozess – Symptome und Nebenwirkungen 14

0.4 Was zählt beim be-Werben

be-Werben – Leitplanken 15 * Marktzugang 16

0.5 Laufbahn- und Lebensgestaltung

Grundüberlegungen 17 » Begriffsklärungen 17 *

Laufbahngestaltung bei «Jung» und «Alt» 19

0.6 Arbeitsmarktfähigkeit versus Lebenstüchtigkeit

Lebensqualität 22 > Arbeitsmarktfähigkeit 22 ▾

Demografische Entwicklung 22 > Lebenslanges Lernen oder

Education Permanente 23 ▾ Eigenverantwortung 23 » Lebenstüchtigkeit –

eine erweiterte Sicht 24 » Aufgabe für Sie – Standortbestimmung 24

1 Standortbestimmung

1.1 Laufbahn- und Lebensgestaltung – Modelle

Arbeitsmodell *Lebenerfinden* 26 * Arbeitsmodell *Jobberfinden* 28 »

Standortbestimmung als Inventur 28

1.2 Arbeiten mit Arbeitsblättern

Auswahl der «Reflexionen» 29 * Den Prozess hüten 29 » Selbstbefragung ist

lernbar 30

1.3 Arbeitsblätter Standortbestimmung

Übersicht 31 ~ Reflexion 1: Selbst- und Fremdbild 32 ~ Reflexion 2: Prägende, sozialisierende Einflüsse 34* Reflexion 3: Erlebte (Lebens)Qualität 35 *

Reflexion 4: Das Ressourcen-Inventar 36 ~ Reflexion 5: Fähigkeiten.profil 38 ▾

Reflexion 6: Sprachkompetenzen 39 ~ Reflexion 7: Modell «Soziales Netzwerk»

2 Perspektive

2.1 Zielgerichtetheit

2.2 Arbeitsblätter Perspektive

Übersicht 45 » Reflexion 8: Elemente des künftigen Alltags 46 >

Reflexion 9: Rahmenbedingungen 47 ~ Reflexion 10: Einzel-Aktivitäten und

-Tätigkeiten 49 ~ Reflexion 11: Inserate-Check 51 >

Reflexion 12: Leben/Job erfinden 52

2.3 Arbeit mit dem Modell <i>ioberfinden</i>	54
Lego-Steine: «Figuren» und Szenarien erarbeiten 54 * Lego-Bauanleitung 54 * Modell <i>Joberfinden</i> als Marketingkonzept 54 * <i>ioberfinden</i> und Marketingkonzept – ein Beispiel 55 » <i>Joberfindung</i> – Ihre Vision 57	
2.4 Vision, Ziel bis Entscheidung	58
Imagination des Alltags 58 * Was ist ein Ziel? 58 * Wie kommt eine Entscheidung zustande? 59	
2.5 Recherche	60
Sich lesend informieren 60 'Vorgehen Recherche 60 » Fazit: Reden ist wichtig 62 ▾ Das Reden üben 62	
2.6 Standort- und Perspektiven-Arbeit haben Projektcharakter	64
Erste Schritte im Projekt-Management 64 ▾ Zum Ziel oder zu den Teilzielen 64 * Begünstigendes, Behinderndes 64 > Auswirkungen auf verschiedene Bereiche 65 ▾ Rollende Planung 65	

3 Umsetzung **67**

3.1 Stellensuche als Projekt	68
Mindmap 68 * Projektordner 68 * Das persönliche Profil im Zentrum 68	
3.2 Stellensuche – allgemeine Wege	70
Stellenangebote in Print- und elektronischen Medien 70 > Personaldienstleister 71	
3.3 Stellensuche – unternehmerische Wege	72
Spontan-be-Werbung 72 * Spontan-be-Werbung online 74 * Eigeninserate Printmedien 74 ▾ Eigeninserate / Profile online 74 » Netzwerkarbeit allgemein 75 » Netzwerkarbeit und Stellensuche mit Social Media 76	
3.4 Stellensuche im Ausland	82
Fuss fassen 82 > Assimilation 82	
3.5 Arbeitsangebote, bei denen Vorsicht geboten ist	83
Chiffre-Inserate 83 » Heimarbeit, Nebenverdienste'83	
3.6 Strategie Stellensuche	85
Vielseitig vorgehen 85 * Spezielle Strategien für «Alt» und «Jung», für «Frau» und «Mann»? 86 ▾ be-Werbungs-Set 87 * Beispiel einer Strategie 89	
3.7 Arbeitsblätter Umsetzung	91
Übersicht 91 * Reflexion 13: Fähigkeiten.check 92 - Reflexion 14: Fähigkeiten. check.zb 93 - Reflexion 15: Fähigkeiten.Performance 94 * Reflexion 16: Wahl eines Bildungsganges 95	
3.8 be-Werbung: Grundsätze	98
Übereinstimmung des eigenen Kernprofils mit dem Anforderungsprofil 98 » Keine Alibi-be-Werbungen! 98 * Telefonische Vorabklärung 99 * Einsatz von Reflexion 14: Fähigkeiten.check 100 * be-Werbung via Post oder via Internet? 101	

3.9 be-Werbung via Post	103
be-Werbung auf ein Stelleninserat 103 * Spontan-be-Werbung-103 *	
be-Werbungs-Elemente 103	
3.10 be-Werbung via Internet	105
be-Werbung per E-Mail 105 ▾ Sicherheitsaspekte, Risiken 107 *	
be-Werbung online 107	
3.11 be-Werbungs-Technik – Lebenslauf	108
Kernprofil 108 * Unique Selling Proposition 108 » Kompetenzprofil 108 *	
Lead-System 109 * Formen und allgemeine Inhalte des Lebenslaufs 110 »	
Spezielle Inhalte 111» Lebenslauf für Spontan-be-Werbungen 113 *	
Gibt es DEN Lebenslauf? 114» Heikles im Lebenslauf 114	
3.12 be-Werbungs-Technik – be-Werbungs-Brief	118
Die Dreiteilung: SIE – ICH – WIR 119 » Die Zukunftsorientierung 120 * be-	
Werbungs-Brief auf ein Inserat 122 * be-Werbungs-Brief für Spontan-be-	
Werbung 123	
3.13 be-Werbungs-Technik – be-Werbungs-Beilagen und Dossier	124
Grundsätze 124 > Der erste Eindruck 124 * Die «Verpackung» 124 1	
Papierqualität und -farbe 125 ▾ Inhalte einer be-Werbung auf ein Inserat –	
Papierdossier 125 * Inhalte einer Spontan-be-Werbung 126 ▾ Formen der	
Spontan-be-Werbung 127 ▾ Fazit für alle be-Werbungs-Dossiers 127 *	
be-Werbung optimieren 127	
3.14 Arbeitszeugnisse	128
Arbeitsvertragsrecht 128 * Inhalte 128 * Arbeitszeugnis-Analyse 129	
3.15 Vorstellung	131
Vorbereitung 131 'Auseinandersetzung mit sich 131 'Auseinandersetzung	
mit dem Unternehmen 131 * Auftritt 132 * Ausrüstung 132 * Verhalten 133 *	
Das Gespräch üben 133 * Graphologische Schriftbeurteilung, Tests,	
Assessment-Center 134 * Erstes Gespräch 135 * Fortsetzung 143	
3.16 Stellenstart – Probezeit	145
Einstieg und Einarbeitung 145	
4 Nachtsch	149
4.1 be-Werbungs-Muster	152
Dossier 1: Sergio Leoni 150 * Dossier 2: Katharina Huber 151 ▾ Dossier 3:	
Yvonne Woller 151 * Dossier 4: Andreas Lager 152 • Dossier 5: Jella Blacevic 152 »	
Dossier 6: Beat Gerber 153 > Dossier 7: Susanne Felder 153 1	
Aus Dossier 11: Herbert Notter 154 * Allgemeine Hinweise 154 *	
be-Werbungs-Muster 156 -194	
4.2 Links, Literatur, Quellenhinweise	195
Links 195 ▾ Literatur 197« Quellenhinweise 198	
4.3 Stichwortverzeichnis	197