

Beruf & Erfolg

EXTRA Das Journal
für Ingenieure Seite 71-82



MEIN ZIEL...

Weltweit Konzerte geben



Emilio Peroni (31). FOTO: PRIVAT

„Ich brauche die Kunst in meinem Leben“, sagt Emilio Peroni. Darum sei er Pianist geworden und könne sich nichts anderes vorstellen. Der 31-jährige Argentinier hat jüngst sein Studium im Fach Kammermusik an der Hochschule für Musik und Theater in Rostock mit Auszeichnung abgeschlossen – genauso wie 2006 sein Examen im Fach Klavier. Seine Ausbildung haben der Deutsche Akademische Austausch Dienst und der Katholische Akademische Ausländer-Dienst mit Stipendien unterstützt.

Der Pianist wurde bereits vielfach ausgezeichnet. So erhielt er erste Preise bei den Klavierwettbewerben „Patagónico de Neuquén“ und „Pau Casals“. „Jetzt suche ich Arbeit als Klavierlehrer und Lehraufträge an Musikhochschulen“, sagt Peroni – zumindest für so lange, wie ihn seine Kunst noch nicht trägt. Denn als Solist und Kammermusiker durch die Welt zu reisen ist sein vorerstes Ziel. Die ersten Schritte dahin hat er getan: Konzertreisen führten ihn durch Argentinien, Großbritannien, Italien, die Niederlande und Frankreich. Auch in Deutschland ist er gut beschäftigt. Er trat bereits in Rundfunk und Fernsehen auf und war Solist verschiedener Orchester, etwa der Norddeutschen Philharmonie Rostock. Seit er sieben Jahre ist, spielt Emilio Peroni Klavier.

Außer Spanisch und Deutsch spricht er Englisch, Italienisch und ein bisschen Französisch. „Die Musik aus verschiedenen Ländern hat mich dazu geführt, die dazugehörigen Sprachen zu lernen“, sagt er. Einen Lieblingskomponisten hat er nicht. „Ich lerne gern neue Stücke kennen, aus den unterschiedlichsten Epochen“, sagt er. Sechs bis sieben Stunden übt Emilio Peroni täglich. Zum Ausgleich joggt er, fährt Rad, liest und kocht – aber viel Zeit bleibt ihm neben der Musik nicht. Peroni: „Schließlich bin ich auch mein eigener Manager“.

ANDREA PAWLIK

www.emilioperoni.com

Jetzt bewerben: Sie möchten Karriere machen und haben Ihr Studium gerade erfolgreich abgeschlossen oder stehen kurz vor dem Examen? Dann bewerben Sie sich mit einem Kurzprofil per E-Mail an: mein.ziel@abendblatt.de. Die Redaktion wählt die Kandidaten aus; der Rechtsweg ist ausgeschlossen. Auf Arbeitgeber können über diese Adresse Kontakt aufnehmen.

ÖFFENTLICHKEITSARBEIT IM IDEALFALL HÄLT DER CHEF DEN KOPF HIN

Was tun, wenn's in der Firma kriselt?



Experten raten: Als Erste sollten die Mitarbeiter informiert werden – sonst blühen die Gerüchte.

Andrea Pawlik

Wenn ein Kind Angst im Dunkeln hat, hilft es nichts, ihm zu erklären, dass da nichts ist, wovor es sich fürchten muss. „Erst das über Jahre aufgebaute Vertrauen zu den Eltern gibt ihm die Gewissheit, dass es daran glauben kann“, sagt Kommunikationsberater Wolf Achim Wiegand. Ähnlich funktioniert Krisen-PR: „Ein Unternehmen, das die Emotionen in der Öffentlichkeit nicht ernst nimmt, bekommt Probleme, weil es deren Vertrauen verliert.“ Die Folgen: Das Image ist beschädigt, die Mitarbeiter fremden, die Kunden verlieren das Vertrauen und der Umsatz geht zurück.

Eine Firmenkrise zeigt laut Wiegand dann Außenwirkung, wenn „Grundwerte der Gesellschaft betroffen sind“. Zu ihnen gehören heute gesundheitliche und finanzielle Sicherheit sowie eine intakte Umwelt. Sind diese Grundwert-

te augenscheinlich gefährdet, breitet sich Angst aus. Dieser Unsicherheit der Menschen müsse ein Unternehmen in der Krise begegnen, meint Wiegand. Was nicht immer leicht sei: „Unternehmen reagieren häufig mit Zahlen, Daten, Fakten – und unterschätzen die großen Emotionen.“

Schlechte Beispiele gibt es zuhauf – gerade in der aktuellen Finanzkrise. Ex-Journalist Wiegand: „Zum Beispiel ist der Vorstandschef der Bayern LB in einer Pressekonferenz gefragt worden, ob er sich nicht für die Verfehlungen seines Instituts entschuldigen wolle. Er hat auf diese Frage überhaupt nicht reagiert.“ Damit vertrat er die Chance, in der Öffentlichkeit ein Bild seiner Bank als Unternehmen und Arbeitgeber

mit Verantwortungsbewusstsein zu zeichnen. Besser in der aktuellen Krise habe da ein Hamburger Institut reagiert: die Haspa. „Nur ein oder zwei Tage nach der Insolvenz von Lehman Brothers hat die Haspa öffentlich gesagt, dass auch unter ihren Kunden Anleger betroffen sind und dass sie sie bereits persönlich angesprochen habe.“

Stefanie von Carlsburg, Leiterin der Haspa-Unternehmenskommunikation, freut sich zwar über das Lob – aber eigentlich hält sie das Vorgehen ihres Instituts für selbstverständlich. „Auch mit unangenehmen Themen muss man offen umgehen. Sonst verliert man seine Glaubwürdigkeit.“

„Schlechte Nachrichten haben einfach immer einen be-

sonders hohen Aufmerksamkeitswert“, hebt Medientrainerin Kathrin Lehmann hervor. Sie rät betroffenen Unternehmensvertretern, weniger „glatt“ aufzutreten und dafür mehr Menschlichkeit zu zeigen. „Fakten zu transportieren ist natürlich wichtig, aber man sollte sich auch überlegen, wer der Betroffene ist und sich mit ihm auf eine Stufe stellen.“ Wichtig sei, dass man es damit auch ehrlich meine. Lehmann: „Wenn sich ein Unternehmen nur anbietet, spürt man das als Zuhörer.“ Vor Plattitüden warnt die Medientrainerin: „Natürlich kann man, unbürokratische Hilfe“ zusagen, aber man muss solche Begriffe dann auch mit Leben füllen. Es muss klar werden, was das Unternehmen genau darunter

versteht, wenn es solche Hilfe verspricht.“

Doch was macht eigentlich eine Krise aus? Sind es immer nur Störfälle in Kernkraftwerken, Massentötungen, Rückrufaktionen? „Es ist derjenige, der das Unternehmen von außen betrachtet, der festlegt, ob es sich um eine Krise handelt“, erklärt PR-Expertin Ulla Wiegand. Den Firmen selbst sei es mitunter noch gar nicht bewusst, dass sie in Schwierigkeiten stecken. „Wenn etwa bei einem kleineren Chemieunfall interne Experten sagen, mit 99,9-prozentiger Wahrscheinlichkeit sei die Umgebung nicht betroffen, glaubt sich die Firma auf der sicheren Seite. Der Laie aber sieht die 0,1-prozentige Möglichkeit, dass ihm und seinem Umfeld doch etwas passiert.“

Es gibt kein Patentrezept – aber einen Plan braucht man

Kathrin Lehmann rät Firmen deshalb dringend, sich auf Krisen vorzubereiten. „Natürlich gibt es kein Patentrezept“, sagt sie. Aber einige Schritte seien dennoch immer gleich: „Zunächst einmal muss man intern die wichtigsten Personen informieren“, erklärt sie. Das seien diejenigen, die mit der Presse in Kontakt stünden – neben Vorstand, Geschäftsführung und PR-Abteilung könne das beispielsweise auch die Marketingabteilung betreffen. „In großen Unternehmen sollten sogar alle Mitarbeiter schnellstens darüber informiert werden, was vorgefallen ist und wie die Firma sich weiter verhalten wird“, rät Lehmann. Von den Mitarbeitern Stillschweigen nach außen hin zu verlangen, hält sie für unangemessen. „Man darf dem Team keinen Maulkorb umhängen, sondern muss dafür sorgen, dass es das Problem und die Vorgehensweise versteht.“ Denn lässt man die Mitarbeiter im Unklaren, entstehen Gerüchte – und deren Auswirkung kann dramatischer sein als das eigentliche Problem.

Im zweiten Schritt wird die Öffentlichkeit informiert. „Und zwar vom Chef selbst“, präzisiert die Kommunikationsexpertin Ulla Wiegand. „Das Unternehmen muss in der Krise einen sichtbaren Kopf haben. Es darf sich nicht hinter Pressemitteilungen verstecken.“ Ein Fehler, den gerade in der aktuellen Bankenkrise viele begangen hätten: „Da haben sich kaum Bankenchefs nach vorn gestellt“, kritisiert Wiegand. Allerdings sollte der, der das Unternehmen vertritt, auch etwas davon verstehen, fügt sie hinzu. „Denn in Krisenzeiten beruht der Kommunikationserfolg nur zu 20 Prozent auf der Organisation, etwa dem Krisenplan, aber zu 80 Prozent auf dem Auftritt des Unternehmens, zum Beispiel in Gestalt seines Kopfes.“

SO BEREITEN SICH UNTERNEHMEN AUF DEN ERNSTFALL VOR

- **Langfristige Vertrauen aufbauen:** Als glaubwürdig sollte sich ein Unternehmen bereits fernab jeglicher Krisen erweisen. Gerät die Firma in Schwierigkeiten, ist es zu spät für den Aufbau von Vertrauen bei Mitarbeitern, Geschäftspartnern und Kunden. Wie gut eine Krisen-PR gelingt, ist immer auch eine Frage der Qualität der Unternehmenskultur.
- **Krisenplan entwickeln:** Nicht nur Firmen, die potenziell gefähr-

liche Produkte herstellen oder im öffentlichen Fokus stehen, sollten sich auf alle Eventualitäten vorbereiten. Auch ein selbstständiger Heizungsmonteur kann ins Gerede kommen – etwa wenn er an einem Einbau mitgearbeitet hat, der später für eine Explosion verantwortlich ist. Festzulegen ist: Wer tritt in welchen Fällen wie an die Öffentlichkeit?
- **Offenheit:** Bloß nicht abblocken! Stefanie von Carlsburg, PR-Chefin der Haspa: „Man sollte Mitarbeiter

und Öffentlichkeit schnell und ehrlich informieren, selbst wenn man nur über einen Zwischenstand berichten kann.“ Auch das könne man nachvollziehbar kommunizieren. Wenn das Unternehmen mit einer neuen Information an die Öffentlichkeit geht, müssen zuvor die Mitarbeiter intern eingeweiht werden. „Es ist wichtig, dass sie genau wissen, was am nächsten Tag über ihr Unternehmen in der Zeitung steht.“ (apa)

Investieren lohnt sich

Ingenieure, Informatiker und Naturwissenschaftler fehlen nicht nur den Firmen, sondern auch der Volkswirtschaft. Von Juli 2007 bis Juni 2008 summierten sich die Wertschöpfungsverluste wegen nicht oder verspätet besetzter Stellen auf 28,5 Milliarden Euro. Das Institut der deutschen Wirtschaft (IW Köln) hat nun Vorschläge gegen den Fachkräftemangel erarbeitet. Dazu gehört zum Beispiel die bessere staatliche Förderung von Studenten und der Ausbau von Ganztagschulen. Die Kosten beliefen sich laut IW jährlich auf 6 bis 9,2 Milliarden Euro, ansteigend von 2009 bis 2030. Die jährlichen Extra-Einnahmen aus Steuern und Abgaben wurden 0,7 bis 22,4 Milliarden Euro betragen, ebenfalls bis 2030. Ein Ausgleich von Kosten und Nutzen sei etwa im Jahr 2016 zu erwarten. (apa)

www.iw-koeln.de

Beruf & Erfolg online

Weitere Berichte:

Mehr als 2400 freie Stellen für Ingenieure und Techniker

Der große Überblick: Welche Firma sucht welche Mitarbeiter?

Das 1 x 1 des Verkaufens

Was Verkäufer und Vertriebler erfolgreich macht: Praktische Tipps in unserer Serie!



Diese Texte finden Sie im Internet unter:

www.abendblatt.de/beruf-erfolg

UNTERNEHMEN

Mehr Familiensinn

Familienfreundlichkeit gewinnt auch bei Arbeitgebern an Bedeutung. Heute meinen 84 Prozent der Top-Manager, dass es der Wirtschaft nützt, wenn Firmen familienfreundlich sind, heißt es in einem Arbeitsbericht zum Programm „Erfolgsfaktor Familie“ des Bundesfamilienministeriums. 2003 teilte erst die Hälfte der Führungskräfte diese Ansicht. Für viele Arbeitnehmer ist Familienfreundlichkeit ein wichtiges Kriterium bei der Entscheidung für einen Arbeitgeber. Entsprechende Angebote sind für mehr als 90 Prozent der Beschäftigten mit Kindern mindestens so wichtig wie das Gehalt. Doch in vielen Betrieben hinkt das Bewusstsein dafür den Erwartungen hinterher: 70 Prozent der Väter sagten, sie könnten ihre Arbeitszeit nicht reduzieren. (dpa)

TU HARBURG

Schnupperstudium

Die Technische Universität Hamburg-Harburg bietet Interessierten am 17. und 18. November ein Schnupperstudium mit Vorträgen, Unternehmensbesichtigungen, Infobörsen, Studentinnenforum und Beratungen an. Unter anderem ist ein Besuch des Airbus-Werks in Finkenwerder oder in der Imtech-Hauptniederlassung möglich. Beginn ist um 9.30 Uhr im Audimax I, Schwarzenbergstraße 95. (kei)

www.tu-harburg.de/schnupperstudium

DIE GUTE NACHRICHT

Bewerbungstraining

Einmal monatlich können Väter und Mütter, die einen neuen Job suchen, sich bei allen Aufgaben rund um die Bewerbung helfen lassen. Das kostenlose Training wird vom Personal-Service Westermann angeboten. Die nächsten Termine sind: Mittwoch, 5. November, 10.30 bis 12 Uhr im Eltern-Kind-Zentrum Mümmelmannsberg, Paul-Klee-Straße 3, und Dienstag, 18. November, 10 bis 11.30 Uhr im Eltern-Kind-Zentrum Eißendorf, Lüthmannstraße 13a. (apa)

Buch der Woche



Erste Hilfe im Konflikt – Tipps und Tools zur Konfliktlösung im Beruf
von Thomas Fritzsche und Klaus Höfle,
Orell Füssli, 200 Seiten, 24,90 Euro.

toren ab Seite 80 auf Ebene drei. Spätestens da kann von Erster Hilfe nicht mehr die Rede sein. Die Modelle und Ansätze sind methodisch absolut auf der Höhe der Zeit. Dieses Buch enthält alles, was sich unter einem praktischen Gesichtspunkt über Konflikte und deren Lösung zu wissen lohnt. **exzellent**

VERLOSUNG

Vom Buch der Woche verlost das Abendblatt fünf Exemplare. Und so sind Sie dabei: Wählen Sie unsere

Gewinnhotline (0178) 40 34 67

(50 Cent pro Anruf aus dem Festnetz), geben Sie das Stichwort „Konflikt“ an. Oder schreiben Sie eine Postkarte an die folgende Adresse:

Hamburger Abendblatt
Beruf & Erfolg
Stichwort: Konflikt
20644 Hamburg

Teilnahmeschluss ist der 4. November (Poststempel). Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

ANDREAS MATZ

Jürgen Hoffmann

Philipp Duske stammt aus einer Unternehmerfamilie. „Ich habe früh gelernt, dass es wichtig ist, jahrzehntelang erarbeitete Vermögen möglichst sicher anzulegen.“ Nach Abitur, kaufmännischer Ausbildung und wirtschaftswissenschaftlichem Studium landete Duske in einem Emissionshaus für geschlossene Fonds und schließlich in der Hamburger Strategieberatung für Familienvermögen Kontora. Als Vermögensverwalter wohlhabender Familien geht es dem 35-Jährigen in erster Linie darum, „die Werte unserer Kunden zu erhalten und zu mehren“.

Bundesweit gibt es einige Hundert, in Hamburg etwa ein halbes Dutzend Family Officer. 20 bis 30 Millionen Euro muss man schon besitzen, um Kunde bei einem der „Geld-Butler“ werden zu können. Mancher diskrete Helfer verwaltet insgesamt bis zu einer Milliarde Euro. Wie? Zunächst wird die Struktur des vorhandenen Vermögens des Kunden

WAS MACHT EIGENTLICH EIN...

Family Officer

analysiert, danach immer wieder optimiert. Welche Aktien oder Zertifikate sollte der Kunde kaufen, welche Immobilien erwerben, an welchen Firmen sich beteiligen? Auch das Controlling und Reporting übernimmt in der Regel der Family Officer. Und er vertritt die Interessen seines Kunden gegenüber Banken, Versicherungen und dem Finanzamt, wählt Portfoliomanager aus, koordiniert externe Berater, strukturiert und managt Beteiligungen. Wie Privatsekretäre nehmen die Dienstleister ihren Mandanten auch lästigen Verwaltungsaufwand ab, erledigen seine Post oder besorgen auf Wunsch begehrte Konzertkarten. „Wir sind moderne Finanz-Consiglieres“, sagt Duske. Gearbeitet werde immer im Hintergrund. Und das letzte Wort hat immer der Kunde.

Die Strategieberatung, für die Duske tätig ist, arbeitet nur auf Honorarbasis. „Denn nur eine Vergütung nach Aufwand und Erfolg führt zu einer Interessengleichheit zwischen Mandant und Berater“, betont der Family Officer.

Für seine Aufgaben braucht der Family Officer exzellentes Zahlenverständnis und gute Allgemeinbildung. Loyalität gegenüber den Mandanten, Teamfähigkeit, Durchsetzungsvermögen und Zielstrebigkeit zählen zu den wichtigsten Eigenschaften, die ein Vermögensverwalter reicher Familien mitbringen muss. Darüber hinaus braucht er Verhandlungsgeschick und Fingerspitzengefühl – denn nicht immer wollen alle Familienmitglieder dasselbe.

PERSPEKTIVEN

Gehalt: Es ist in der Regel stark leistungsbezogen. Einstiegsgehälter liegen bei 60 000 Euro. Mit Boni kann sich diese Summe leicht verdoppeln.

Chancen: Viele betuchte Unternehmer haben keine Zeit, sich groß um ihr Vermögen zu kümmern. Und selbst wenn, suchen sie oft, nach dem Firmenverkauf etwa, einen Sparringspartner für ihre Entscheidungen. Die Zahl der sehr Wohlhabenden in Deutschland steigt. (ho)

WER VERDIENT WIE VIEL? E-TECHNIK-INGENIEURE

Ohne Personalverantwortung, Jahresbrutto

	Oberes Quartil*	Median**	Unteres Quartil
Gesamt	61 231	50 387	42 512
Frauen	57 389	43 333	38 909
Männer	61 384	50 400	42 631
Branche			
Halbleiter	80 774	62 898	52 525
E-Technik	60 959	49 612	41 400
Ingenieurbüro	51 925	43 817	39 000
Nach Unternehmensgröße			
Bis 100 Mitarbeiter	51 630	43 559	38 224
101 – 1000	60 128	50 879	42 900
> 1000	69 294	58 503	48 285

* Quartil = Ober- oder unterhalb dieses Wertes verdienen nur noch 25% besser oder schlechter.
** Median = 50% verdienen mehr, 50% weniger

PERSONALMARKT