



Willkommen in der Realität

Viele Einsteiger starten mit großen Erwartungen in den Beruf und werden dann enttäuscht. Wie kann man damit umgehen?



Maren Lehky, 50,

war viele Jahre
Personalchefin großer
Unternehmen.

Jetzt leitet sie eine
Unternehmensberatung,
die auf Personal- und
Führungsthemen
spezialisiert ist

Manchmal ist schon der erste Tag ernüchternd. Sie kommen zur vereinbarten Uhrzeit ins Unternehmen – und keiner erwartet Sie. Es gibt kein freies Büro, die Visitenkarten sind nicht fertig, der Chef ist auf Reisen und die Kollegen sind im Stress. Man setzt Sie irgendwo an einen Tisch, versorgt Sie mit reichlich Material (»Lesen Sie sich doch schon mal ein!«) – dann machen alle um Sie herum einfach mit ihrer Arbeit weiter.

In den folgenden Wochen wird immer deutlicher, dass vieles von dem, wofür im Unternehmensalltag viel Zeit draufgeht, nichts mit den »spannenden Herausforderungen« zu tun hat, von denen in der Bewerbungsphase ständig die Rede war: SAP-Nummern für Bestellvorgänge einrichten zum Beispiel, Formulare ausfüllen, Genehmigungen einholen, auf Zustimmungen warten, Reisekosten abrechnen, an Details fehlen, noch mal nachfragen, wieder warten. Und selbst wenn Sie an interessanten Projekten mitarbeiten, sind Sie oft nicht dort, wo es besonders spannend ist, sondern liefern nur zu – bereiten etwa als Jungberater für die Kollegen das Material auf oder gleichen im Marketing Adresslisten für Einladungen zu Konferenzen ab.

Besonders frustrierend ist es, wenn Entscheidungen auf den oberen Ebenen nicht nach unten durchgegeben werden: Sie haben sich in

eine Aufgabe reingehängt und sind euphorisch und stolz, alles rechtzeitig fertigbekommen zu haben. Dann hören Sie nichts mehr, und später auf Nachfrage: »Ach, richtig, hatten wir Ihnen das noch nicht erzählt? Die Prioritäten haben sich verschoben, das Projekt liegt auf Eis.«

All das passiert – nicht immer, aber leider doch erstaunlich oft. Um sich nicht entmutigen zu lassen, helfen folgende Überlegungen. Erstens: Nehmen Sie es nicht persönlich, wenn Ihnen wenig Beachtung geschenkt wird. Die Aufmerksamkeit des Chefs verteilt sich nun mal auf vieles: den eigenen Chef, die wichtigsten Kunden, die Problemfälle im Team und alle Kollegen, von denen Sie eben nur einer sind. Zweitens: Fordern Sie Erklärungen ein. Welchem übergeordneten Ziel nutzt zum Beispiel der Abgleich der Adresslisten? Drittens: Vernetzen Sie sich von Anfang an, ein gutes Team löst Probleme gemeinsam.

Die Erfahrung zeigt, dass der Frust meist schnell überstanden ist. Weil man irgendwann angekommen ist. Weil die Aufgaben spannender werden. Weil man Zusammenhänge besser versteht. Weil man sieht, dass andere ebenfalls mit viel Kleinkram kämpfen – und auch deshalb, weil man irgendwann seine Erwartungen an die Realität anpasst.



IMPRESSUM

Herausgeber Thomas Kerstan | **Chefredakteur** Simon Kerbusk | **Art-Direktion** Beate Pietrek (beurlaubt); Dorothee Holthöfer (verantwortlich) | **Beratung** Art-Direktion DIE ZEIT / Malin Schulz | **Redaktion** Nadja Kirsten, Caterina Lobenstein, Oskar Piegsa, Leonie Seifert; Philipp Schultz (Grafik); Ulrike Bach (Assistenz) | **Mitarbeiter dieses Extras** Hedi Lusser (Bildredaktion); Anna Bordel, Jan Greve, Jan Guldner, Alex Jahn, Maren Lehky, Annika Sartor, Nico Semsrott, Sandra Stein

Zeitverlag Gerd Bucerius GmbH & Co. KG, Buceriusstraße, Eingang Speersort 1, 20095 Hamburg | **Verlagsleitung** Magazine Sandra Krefit | **Objektleitung** Christiane Dähm
Geschäftsführung Dr. Rainer Esser | **Gesamtanzeigenleitung** Matthias Weidling | **Anzeigenleitung** Magazine Maren Henke (verantwortlich)

Gesamtanzeigenleitung **Empfehlungsanzeigen iq media marketing** Michael Zehentmeier | **Anzeigenleitung** **Empfehlungsanzeigen iq media marketing**
Karsten Völker | ZEIT CAMPUS-Anzeigenpreislise Nr. 7, 1. Januar 2013 | *Dieses Extra ist eine Beilage zu ZEIT CAMPUS 5/13 (vollständiges Impressum dort)*

