



DAS ENDE DER ZEUGNISSE

EIN ARBEITSZEUGNIS FÜR PR-MANAGER SOLLTE BESONDERS DIE STRATEGISCH-KOMMUNIKATIVEN KOMPETENZEN HERVORHEBEN. FÜR DEN BERUFLICHEN WERDEGANG VON SPITZENSPRECHERN IST DAS ZEUGNIS ABER KAUM VON BEDEUTUNG. JE HÖHER DIE POSITION IM UNTERNEHMEN ANGESIEDELT IST, DESTO WICHTIGER WERDEN REFERENZEN.



AGENDA

TEXT
SERENA KLEIN
sk@pressesprecher.com

► **Das Zeugnis zahlreicher PR-Manager von Banken könnte derzeit schlecht ausfallen – und wird es dennoch nicht.** Der gesetzliche Anspruch auf ein Arbeitszeugnis beinhaltet die Regel: Formulierungen sollten wohlwollend ausfallen, dem scheidenden Mitarbeiter keinen Stein in den Weg legen. Einen Wert hat ein Zeugnis letztlich aber nur, wenn es mehr enthält als Floskeln. Entscheidend ist für den Kommunikationschef, dass das Dokument detaillierte Beschreibungen strategischer und kommunikativer Kompetenzen enthält. Allerdings hat sich in den vergangenen Jahren auch gezeigt:

Ein Zeugnis hat für Unternehmenssprecher in Spitzenposition oftmals nur noch juristische Relevanz. Wichtiger sind für Topmanager der PR die richtigen Referenzschreiben und das Bild ihrer Arbeit in der Öffentlichkeit.

DER GUTE NAME

Für den nächsten Karriereschritt benötigt ein PR-Topmanager ein Arbeitszeugnis nicht unbedingt. Je höher die Position im Unternehmen angesiedelt ist, desto unbedeutender werden Zeugnisse. „Die Bedeutung des Arbeitszeugnisses steht im umgekehrten Verhältnis zur Hierarchie“, sagt Ulrich

Schuhmann, Geschäftsführer der Schuhmann Personalberatung in Köln. „Ein Zeugnis wird ab einer gewissen Position kaum noch relevant. Die Qualität der Arbeit eines Kommunikationschefs ist schließlich in wesentlichen Teilen für die Öffentlichkeit transparent. Sein Name und der mit diesem verbundene Ruf sind meist bekannt und ersetzen häufig das klassische Zeugnis.“

JURISTISCHER ANSPRUCH

Dennoch besteht der Rechtsanspruch auf ein Zeugnis – und der sollte genutzt werden. „Wer kein Zeugnis besitzt, erregt Misstrauen

bei seinem künftigen Arbeitgeber“, sagt **Thorsten Knobbe**, Managing Partner vom Karriereservice Leaderspoint.de. Ein Zeugnis bedeutet eine rechtliche Absicherung. „Mit dem Zeugnis ist juristisch verbürgt, dass der neue Mitarbeiter mit der Führungsetage seines vorherigen Unternehmens keine Probleme hatte, voraussichtlich keine Leichen im Keller hat.“

KARRIERESTART

Für PR-Berater und Pressesprecher, die erst am Anfang ihrer Karriere stehen, ist ein Arbeitszeugnis dagegen entscheidend. „Es ist wichtig, dass sich anhand der Zeugnisse eine lückenlose Tätigkeit nachweisen lässt“, sagt **Jörg Busenbender**, geschäftsführender Gesellschafter des Personalberatungsunternehmens Busenbender International in Berlin. Ebenso bedeutend sei zu Beginn der Karriere die sehr gute Bewertung, die Eins mit dem Sternchen. „Bei Berufseinsteigern achten Vorgesetzte genau darauf,

ob im Zeugnis des neuen Mitarbeiters die Worte ‚zu unserer vollsten Zufriedenheit‘ stehen“, sagt er. Knackpunkte, die möglicherweise den Anruf beim Arbeitsrechtler nötig werden lassen, sind folgende: Wenn wichtige Verantwortlichkeiten unter den Tisch fallen oder Nebensächlichkeiten besonders hervorgehoben werden. „Schlecht ist, wenn die Schlussformel – das Bedauern über den Weggang – im Text nicht enthalten ist“, sagt Thorsten Knobbe.

PERSÖNLICHES

Die als angebliche Geheimsprache codierte Notenskala ist bei Spitzenkräften der Kommunikation nicht mehr ausschlaggebend. Ihr Zeugnis enthält viel mehr Persönliches: Worte, die besagen, ob der Aussteller die Zusammenarbeit ausdrücklich wertschätzt, den scheidenden Manager jederzeit wieder einstellen würde. „Besonders wertvoll wird das Schreiben auch dann, wenn der PR-Mana-

ger in seiner Zeit Krisen gemeistert hat und das Zeugnis detailliert beschreibt, wie die Krisenkommunikation bewältigt wurde“, sagt Knobbe. Auch gehöre zu einem herausragenden Zeugnis der Hinweis, der Manager habe stets das volle Vertrauen des Aufsichtsrates beziehungsweise des Vorstands genossen. Kurzum, bei Zeugnissen für Spitzenkräfte stehen Wertschätzung, Vertrauen und Verantwortungsbereich im Vordergrund.

KOMPETENZEN

Generell sollte das Zeugnis eines Pressesprechers – egal, ob zu Karrierebeginn oder in deren Verlauf – immer auch strategische und kommunikative Kompetenzen beschreiben. „Erkennt der Kommunikationschef Zusammenhänge, kann er sie einordnen und sprachlich verpacken, wurde die Unternehmensstrategie verstanden, weiß der Sprecher, wer die Meinungsführer im Unternehmen sind“, zählt Knobbe auf.

Anzeige



Bei uns dreht sich alles um Kommunikation.

Als Personalberatung suchen wir Fach- und Führungskräfte in den Bereichen Corporate Communications, Marketing, Sales und Investor Relations. Unsere Spezialisierung und eine über siebzehnjährige Marktpräsenz geben uns den entscheidenden Vorsprung, wenn es um die Lösung komplexer Rekrutierungsprobleme in diesen Feldern geht.

Ihr GK Team bedankt sich herzlich für die vielen interessanten Begegnungen und guten Gespräche in 2008.

Wir wünschen Ihnen ein frohes Weihnachtsfest und ein glückliches, erfolgreiches Neues Jahr.



Eine Veränderung der Ansprüche an ein Zeugnis stellte der Autor mehrerer Bücher über Arbeitszeugnisse in den vergangenen Jah-



„DIE REFERENZ IST DAS ENTSCHEIDENDE ZUSATZELEMENT

FÜR ARBEITSZEUGNISSE VON MANAGERN.“

THORSTEN KNOBBE

ren nicht fest. Die Herausforderungen an Kommunikationschefs hingegen hätten sich geändert: Die weltweit politischen und wirtschaftlichen Veränderungen stellen umfangreichere Ansprüche an die Kommunikationsleistung eines Pressesprechers.

INS DETAIL GEHEN

Auch die Qualität der Zeugnisse selbst habe sich kaum geändert. Noch immer werden Zeugnisse oft zu unkonkret gehalten. „In zahlreichen Zeugnissen stehen allgemeine Überschriften und Floskeln, die kaum ein umfassendes Bild der Arbeit abbilden“, kritisiert Personalberater Ulrich Schuhmann. So sei es beispielsweise hilfreich, das Stichwort Pressearbeit stärker aufzufächern. „Meine Emp-

fehlung ist es, immer einen Tick mehr ins Detail zu gehen als zu wenig“, sagt er. Das Zeugnis eines Pressesprechers sollte besonders in dessen ersten Berufsjahren die Netzwerkpflge zu Journalisten beschreiben, die Verantwortung für einzelne Medienevents auflisten und selbst die Entwicklung von Hintergrundartikeln aufzeigen. „Es sieht im Zeugnis gut aus und hilft der Karriereentwicklung weiter, wenn sich der Vorgesetzte lobend über Projekte äußert, die in der Öffentlichkeit wahrgenommen wurden“, sagt Schuhmann. „Bei Zeugnissen für PR-Manager geht es um die Frage der vermuteten Durchsetzungskraft“, sagt Jörg Busenbender. Stehe beispielsweise die Neupositionierung eines Vorstandsvorsitzenden an, brauche das Unternehmen einen Kommunikationschef, der über sehr gute Kontakte zu entsprechenden Wirtschaftsblättern verfügt. Im Zeugnis sollte daher konkret aufgelistet sein, zu welchen Redaktionen welcher Medien der PR-Manager Kontakte pflegte.

EMPFEHLUNGSSCHREIBEN

Dem traditionellen Arbeitszeugnis droht jedoch zusehends, der Rang abgelaufen zu werden. Bei Headhuntern stehen seit einigen Jahren sogenannte Referenzbriefe höher im Kurs. „Die Referenz ist das entscheidende Zusatzelement für Arbeitszeugnisse von Managern“, sagt Thorsten Knobbe.

Zu verdanken ist diese Entwicklung der Globalisierung. PR-Manager jetten durch die Welt, arbeiten heute in London, ein Jahr später vielleicht schon in Schanghai. Außerhalb Deutschlands sind Arbeitszeugnisse aber weitgehend unbekannt. International üblich sind Reference-Letter, von denen Manager in der Regel bis zu drei im Bewerbungsprozess vorlegen.

Dazu kommt auch, dass es einen großen Zeitaufwand bedeutet, ein anspruchsvolles Zeugnis auszustellen. Viele Vorgesetzte haben aber weder Zeit, Lust noch das entsprechende Wissen, um solch ein Zeugnis auszustellen. Sie lassen Zeugnisse daher lieber schreiben – vom Hausjuristen, der Personalabteilung, externen Dienstleistern – und oftmals vom scheidenden Mitarbeiter selbst. „Zeugnisse sind ein Liebesdienst“, sagt Jörg Busenbender. „Wichtiger ist die Referenz.“ Diese stammten nicht zwangsläufig von ehemaligen Vorgesetzten, eher von ehemaligen Weggefährten, die eine untadelige Persönlichkeit bescheinigen können. „Man sollte sich genau überlegen, welche Personen man angibt“, sagt Busenbender. Er habe schon Fälle erlebt, in denen ein Pressesprecher beruflich nicht weitergekommen sei, weil der Referenzgeber ihn bei Anrufen von Headhuntern oder Vorgesetzten negativ bewertet habe. Sein Tipp: Kontakte zu vorherigen Arbeitgebern aktiv pflegen. Sich rechtzeitig überlegen, welcher der neuen Kollegen oder Vorgesetzten ein potenzieller Referenzgeber sein könnte.



Gut

- 1** In der Einleitung sollte immer „tätig“, nicht „beschäftigt“ stehen.
- 2** Die Aufgaben sollten nach Wichtigkeit geordnet werden.
- 3** Führungsverantwortung muss immer erwähnt und auch beurteilt werden.
- 4** Nicht vergessen: zusammenfassende Leistungs- und Verhaltensbeurteilung
- 5** Schlussformel: Austritt bedauern, für Arbeit danken und Erfolg wünschen.



Schlecht

- 1** Wichtige Aufgaben und Erfolge fehlen.
- 2** Sachlich falsche Angaben
- 3** Schematische Darstellung der Kernkompetenzen und Qualifikationen
- 4** Fehlende Leistungs- und Verhaltensformeln, lückenhafte Schlussformel
- 5** Position des Unterschreibers wird nicht genannt, kein Firmenpapier

DAS GESAMTBILD

Wichtiger als jedes Zeugnis und jede gute Referenz ist der persönliche Eindruck, den ein Pressesprecher in der Öffentlichkeit hinterlässt. Das gilt auch für das Internet. „Viele sind überrascht, was dort ans Tageslicht kommen kann. Das Internet vergisst nichts“, sagt Ulrich Schuhmann. Noch entscheidender ist der gute Name, den ein Kommunikationschef bei seinen Mitmenschen hinterlässt. Schuhmann: „Das bei Mitarbeitern, Vorgesetzten, Kunden und Medien entstandene Gesamtbild – das ist das eigentliche Zeugnis eines Kommunikationschefs.“ ■