Fotos: Prof. Dr. Kornelia Rappe-Giesecke (http://rappe-giesecke.com)

BRANCHE

Auch Designer arbeiten im Karrierecoaching spielerisch mit Knetgummi, um unbewusste Zukunftspotenziale freizulegen. Gestalttherapeuten nennen diese Visualisierungsmethode Presencing

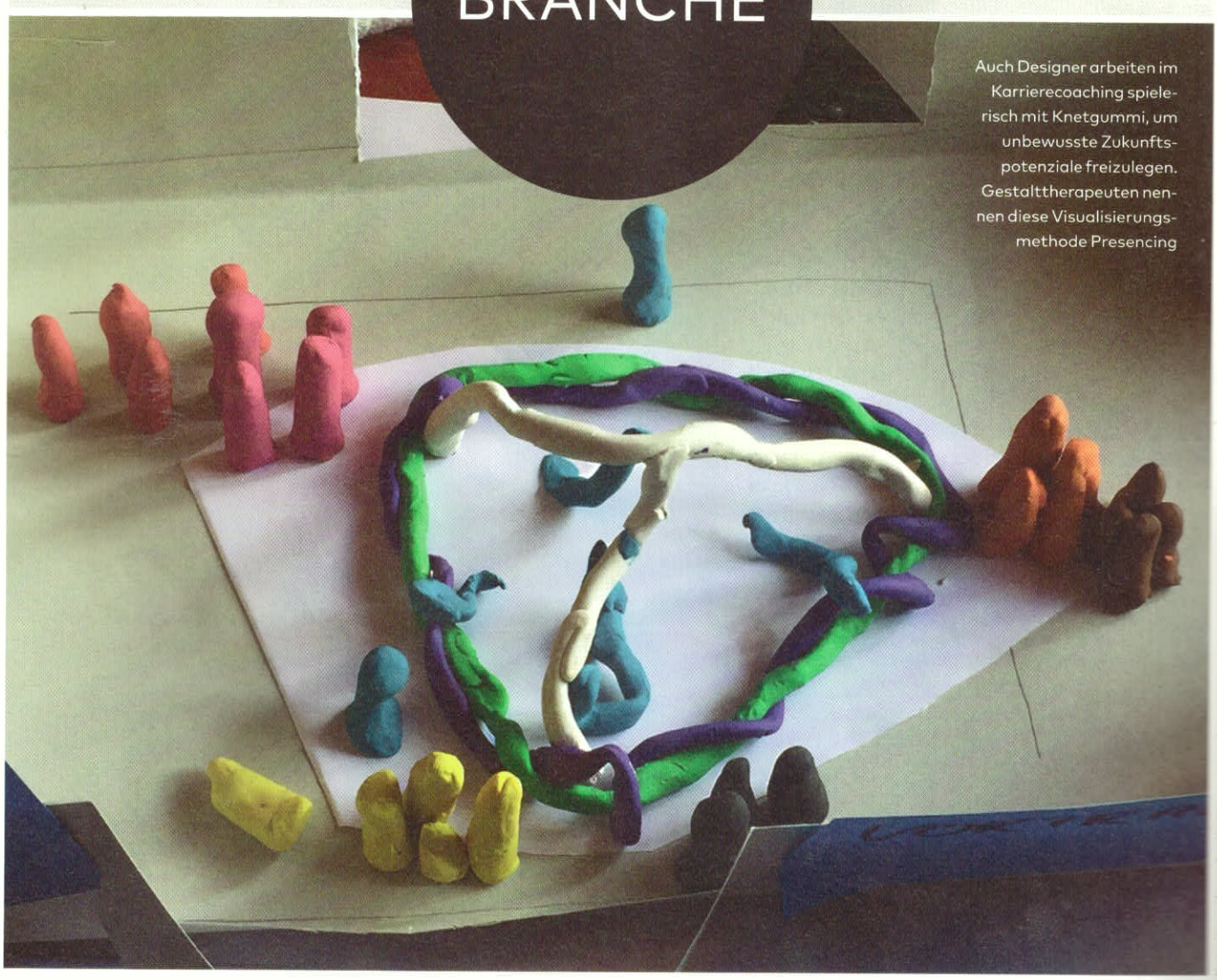


Foto: transform berlin (www.transformberlin.de)

Lass dich coachen!

Auch Designer durchlaufen kritische berufliche Phasen – und überlassen ihre Karriere dann doch dem Zufall. Ein Fehler, denn der eigene Werdegang lässt sich durchaus steuern

● Um die typischen Lebensabschnitte, in denen einem Karrierefragen zu schaffen machen, können sich auch Kreativprofis nicht herumdrücken. Da ist zunächst einmal das Studienende, wo man nicht weiß, was beruflich werden soll. Oder es stellen sich private Veränderungen ein, wie Nachwuchs, Scheidung, Krankheit, die Nestflucht der Kinder und natürlich die Midlife-Crisis, die zu dem Wunsch führen, sich neu aufzustellen oder gleich gänzlich neu zu erfinden. Oft meldet sich ein solcher Wunsch aber auch ganz leise. »Das passiert aus einer inneren Entwicklung heraus und hat nicht nur mit dem Lebensabschnitt zu tun«, sagt Karriereberaterin Susanne Diemann aus Hamburg.

Dass die Chancen zur Neuorientierung in der Kreativbranche eigentlich vielfältig sind, ist dabei nicht immer hilfreich: Fast in allen Designberufen kann man fest angestellt in der Agentur oder im Unternehmen arbeiten. Man kann im Management Karriere machen oder eine neue fachliche Laufbahn einschlagen. Und man kann als Freelancer oder im eigenen Designstudio arbeiten – allein, zu zweit oder in einem größeren Kreativnetzwerk. In kaum einer anderen Branche sind die Möglichkeiten derart breit gefächert, doch umso schwerer fällt häufig auch die Entscheidung für den »richtigen« Weg.

Karrierecoaching hilft auch Designern

Für viele Kreativprofis gehört Kundenberatung zum beruflichen Alltag. Da erstaunt es, dass sie für eigene Karrierefragen kaum externe Beratung in Anspruch nehmen. »Egal, ob einem gekündigt wurde, ob man sich weiterentwickeln will oder ob man eine komplette Neuorientierung anstrebt – die eigene Karriere überlässt man doch nicht einfach dem Zufall«, sagt die Berliner Karriereberaterin Verena Weese. Die diplomierte Medienberaterin hat auch einen Abschluss als Schauspielerin, sie arbeitete als Projektmanagerin in einer Grafikagentur und berät seit dem Jahr 2000 Kreative. Sie weiß, wie froh ihre Klienten sind, wenn sie mit einem professionellen Berater endlich ein klares Profil erarbeitet haben, dem sie folgen können, statt weiter allein vor sich hin zu wursteln.

Karriereberater ist kein geschützter Beruf, es gibt keine einheitliche Ausbildung, und jeder hat mehr oder weniger seine eigene Beratungstechnik. »Schauen Sie bei der Wahl eines Karrierecoaches auf dessen Erfahrungen, Referenzen und Methoden«, empfiehlt Bettina Kahlau, diplomierte Betriebswirtin, mehrfach zertifizierter Coach und Persönlichkeitstrainerin aus Hamburg. Denn so verschieden der berufliche Hintergrund von Karriereberatern, so verschieden ist auch ihre Herangehensweise.

Welchen Beratertyp brauchen Kreativprofis?

»Viele Berater kommen eher aus der Personalberatung und -vermittlung und schauen darauf, welche Funktion jemand hat, welche Laufbahn noch vor ihm liegt und welche Position er erreichen möchte«, sagt Professorin Dr. Kornelia Rappe-Giesecke aus Neustadt am Rübenberge. Die Sozialwissenschaftlerin und Verfasserin des Standardwerks »Triadische Karriereberatung. Begleitung von Professionals, Führungskräften und Selbstständigen« ist der Auffassung, dass ausschließlich auf die fachlich-berufliche Entwicklung der Klienten ausgerichtete Berater die Frage vernachlässigen, aus welchen biografischen Moti- →

Fotos: Prof. Dr. Kornelia Rappe-Giesecke (http://rappe-giesecke.com)

»Egal, ob einem gekündigt wurde, ob man sich weiterentwickeln will oder eine komplette Neuorientierung anstrebt – die eigene Karriere überlässt man doch nicht einfach dem Zufall«

Verena Weese, Karriereberaterin in Berlin ↗ www.transformberlin.de

→ ven jemand eine Profession wie beispielsweise Grafikdesign gewählt hat.

Um andere lebensgeschichtliche Aspekte stärker miteinfließen zu lassen, entwickelte Kornelia Rappe-Giesecke die triadische Karriereberatung. Sie betrachtet die Laufbahn (also den Karrierepfad in Unternehmen und Organisationen), den professionellen Werdegang (im Laufe des Lebens erworbene Kompetenzen) und die private Biografie gleichberechtigt und untersucht das Zusammen- und Gegeneinanderwirken der drei Aspekte, um eine 360-Grad-Betrachtung des Klienten zu bieten. Die Sozialwissenschaftlerin hat in den vergangenen elf Jahren rund hundertfünfzig Karrierecoaches nach dieser Methode ausgebildet und bedauert: »Die triadische Karriereberatung zieht nur recht langsam in die Kreativbranche ein. Erst in den letzten beiden Kursen hatte ich Teilnehmer aus dem Kreativbereich.«

Um Kreative erfolgreich beruflich beraten zu können, sollte man die Designbranche und das kreative Arbeitsumfeld gut kennen. Es ist wichtig, die Kultur in Agenturen zu verstehen. »Man muss wissen, wie man in einer Branche, in der eine so unglaubliche Beschleunigung herrscht, vernünftige Karriereberatung betreibt«, meint Rappe-Giesecke. Das Wissen, wie übliche Designkarrieren aussehen, welche Disziplinen und Professionen sich gerade neu entwickeln oder in welchen Situationen Kreative sich überfordert fühlen, ist Grundlage für eine fundierte Beratung.

Businesskompetenz fördern

Die Kompetenzen Kreativschaffender in Kundenakquise, Kundenkommunikation, Verhandlungsführung und Organisation zu verbessern ist das Anliegen von Susanne Diemann. Die Hamburger Karriereberaterin hat selbst einen Hintergrund als Designerin und bietet in der Hamburger Kreativgesellschaft, der Hamburger ExistenzgründungsInitiative und an Hochschulen, an denen Design unterrichtet werden, Existenzgründungsseminare mit durchschnittlich fünfzehn Teilnehmern an, die unter anderem auch die Positionierung des eigenen Unternehmens umfassen.

Am Anfang steht immer ein sogenannter Elevator Pitch, bei dem jeder Teilnehmer die Idee hinter seinem Gründungsvorhaben umreißt. »Solch ein Pitch zeigt sehr deutlich, ob sich jemand wirklich im Klaren darüber ist, wo er hinwill«, erklärt Susanne Diemann. Im Seminar zur Positionierung geht es beispielsweise um die Erarbeitung eines unverwechselbaren Angebots, das die erwünschten Auftraggeber erreicht. Zur Schärfung des Profils werden Ziele, Stärken, Arbeitsfelder, Zielkunden, Qualitäten und Ausrichtung des künftigen Kreativunternehmens analysiert.

Außerdem entwickeln die Teilnehmer eine eigene Mindmap, um ihr Stärkenpotenzial zu visualisieren. Hinzu kommt ein Wertekatalog mit Hunderten von Begriffen, die Schritt für Schritt gefiltert werden. »Am Ende des Tages, wenn die Teilnehmer die Unterlagen durchgearbeitet haben, merken sie, worauf sie sich beruflich und privat mehr fokussieren müssen und in welchen Angeboten sie konkreter werden sollten, um sich von der Masse abzuheben«, erklärt Susanne Diemann. »Oft bewegen sich Kreative im täglichen Hamsterrad. Im Workshop erlernen sie Methoden, um ihren tieferen, inneren Ausrichtungen und Wünschen zu folgen.«

Unbewusste Werte und Familienprägung

Fach- und Business-Skills sind zwar wichtig, die Berliner Karriereberaterin Verena Weese ist jedoch überzeugt, dass bei einem Coaching nur eine gründliche Datenerhebung in allen karriererelevanten Dimensionen zum Erfolg führt. Aus diesem Grund nutzt sie nicht nur die triadische Karriereberatung von Kornelia Rappe-Giesecke, sondern analysiert neben Biografie, Laufbahn und professionellem Werdegang auch die Vergangenheitsprägung des Kreativen: Welche oftmals unbewussten Grundwerte bringt er oder sie mit und wie wirken sich diese auf sein Berufsleben aus? →

Typische Coaching-Prozesse

Die Beraterin Verena Weese kennt die Lebensphasen, in denen Designer von einem Karrierecoaching profitieren. Hier skizziert sie typische Klienten

Max
Ü20

● Max (26) ist ein entspannter Hipster und absoluter Craft-Beer-Experte. Seinen Lifestyle dem Beruf unterzuordnen käme für ihn nicht infrage. Er hat einen Bachelor in Illustration und war nach dem Studium in zwei Start-ups tätig. Zwischen den beiden Jobs reiste er ein halbes Jahr durch Südamerika.

Ausgangslage: Aktuell arbeitet er fest angestellt als Artdirektor in einer großen Agentur. Max liebt seinen Job als Illustrator, könnte sich aber auch etwas anderes vorstellen, vielleicht einen Master in Medienmanagement? Er hat das Gefühl, dass er sein gestalterisches Potenzial zu stark dem Agenturdasein unterordnet und weit unter seinen Möglichkeiten fliegt. Neben der Agentur arbeitet er freiberuflich. Soll er sich ganz selbstständig machen? Wie müsste er aufgestellt sein, um überall arbeiten zu können? Was sind seine Ziele, seine Vision? Seine Eltern arbeiten fest angestellt in anderen Branchen und verstehen kaum, was der Sohn macht.

Coaching: Neben klassischen Diagnosemethoden wie der Werteanalyse kam das Genogramm aus der systemischen Familientherapie zum Einsatz. Max entdeckte ein neues männliches Rollenmodell in seinem Großonkel, der in der Selbstständigkeit erfolgreich war. Vorher hatte er immer nur seine Eltern und ihre Überzeugungen im Kopf. Mithilfe einer Vision und einer strategischen Planung, die Geschäftsfeld, Wettbewerb und Erfolgsaussichten beinhaltet, entwickelte Max sein Zukunftsszenario als Freelancer. Durch die Talentanalyse entdeckte er in sich Ressourcen, die er vorher viel zu selbstverständlich fand, um sie als Talente zu erkennen. Durch das neue Selbstbild fühlte er sich für die Selbstständigkeit besser aufgestellt.

Resultat: »Im Rahmen eines Stufenplans, der mich in die Selbstständigkeit begleitet, bin ich nun in Verhandlungen wegen einer 50-Prozent-Stelle.«

Karola
Ü30

● Karola (Ende 30), verheiratet, zwei Kinder, lebt und arbeitet im Highspeed-Modus – sie macht alles doppelt so schnell wie andere und ist »immer auf genau zwei Baustellen zu viel unterwegs«. Die Diplom-Kommunikationsdesignerin hat zwei Jahre in New York gearbeitet. Nach drei Festanstellungen als Kreativdirektorin wurde ihr gekündigt. Aktuell ist sie als freiberufliche Kreativdirektorin und Texterin im offenen Netzwerk tätig. Ihr Mann ist freier Publizist.

Ausgangslage: Karola liebt die Abwechslung und Herausforderungen, dauerhafte Routine ermüdet sie. Aber die Familie braucht Sicherheit und Planbarkeit, ein ewiger Spagat. Sie ist stark im Team, braucht aber auch Zeit für sich. Sie gestaltet gern, aus ihrer Kreativität zieht sie Kraft und Motivation. Aber sie kann auch führen. Karola grübelt, ob sie weiter als Freie arbeiten, eine eigene Agentur gründen oder zurück in die Festanstellung gehen soll. Soll sie in die Personalführung wechseln? Oder möchte sie doch noch ein drittes Kind?

Coaching: Zuerst ermittelten wir die persönlichen Werte und Entscheidungskriterien, die die Karriere auch unbewusst gesteuert haben: Wo liegen die verborgenen Stärken und Talente? Wie sieht der nächste Entwicklungsschritt aus, und was passt in die gewünschte Entwicklung? Welche Chancen zeichnen sich in den aktuellen Trends der Branche ab? Was sind die Kernstärken und Talente, und in welcher Funktion kommen diese am effektivsten zum Tragen?

Resultat: »Der Schritt in die Personalverantwortung ist für meine weitere Karriere naheliegend. Der neue Aufgabenbereich bietet mir genug Potenzial, um meine Kreativität auszuleben, und gleichzeitig ein weites Feld, in dem ich mich weiterqualifizieren kann.«

Konstantin
Ü50

● Konstantin (51), schwarzer Anzug, Brille, bunte Socken, hat eine Ausbildung als Grafikdesigner und Kommunikationswissenschaften studiert. Er ist Senior Creative Director in einem großen Verlagshaus und freier Dozent an diversen Hochschulen. Aktuell stehen Gesundheitsfragen im Vordergrund. Eine Auszeit von acht Wochen wegen drohenden Burn-outs liegt zwar Jahre zurück – aber wenn es so weitergeht, kommt die nächste bald. Die Kinder studieren. Finanziell bestreitet er in der Familie den Hauptpart.

Ausgangslage: Er könnte alles so weiterlaufen lassen, aber der Nachwuchs drückt mächtig von unten. Personal- und Projektverantwortung drängen die kreative Arbeit immer weiter zurück. Konstantin kann Management, aber es kostet ihn viel Kraft. Wie sollen die nächsten 15 Jahre aussehen? Freie Projekte? Geschäftsführer in einer kleineren Kommunikationsagentur? Die Perspektiven im Verlagshaus sind ausgereizt, zumal seine Abteilung gefährdet ist – Outplacement ist nicht auszuschließen.

Coaching: Wir ermittelten gemeinsam Werte, Talente und den Ist-Zustand. Mit einer Technik namens Presencing, bei der die Klienten frei mit Knetgummi arbeiten, visualisierte Konstantin intuitiv seine vor- und unbewussten Zukunftspotenziale. Wir arbeiteten mit seiner Biografie, seinen Talenten und leiteten daraus eine Zukunftsstrategie ab.

Resultat: »Obwohl mich die Geschäftsführung durchaus reizt, übernehme ich erst einmal eine Elternzeitvertretung an der Hochschule, um herauszufinden, ob die akademische Lehre eine gute Alternative wäre. Da die Talentanalyse ergab, dass ich ein gutes Händchen dafür habe, Menschen an ihr eigenes kreatives Potenzial heranzuführen, werde ich danach entscheiden, ob ich in die Lehre gehe oder die Rolle als Geschäftsführer annehme.« *Verena Weese (ae)*

→ Um Antworten auf diese Fragen zu finden, greift Weese auf die Karriereanker von Edgar Schein zurück (siehe rechts). Mit ihnen analysieren Berufsberater seit fünfzig Jahren das Selbstkonzept eines Menschen, ermitteln Motive und Werte, die ihn beruflich antreiben. »Hat man zum Beispiel den Karriereanker Selbstständigkeit/Unabhängigkeit, kann man nicht arbeiten, wenn man eng geführt wird«, so Weese. Kollidiert die Arbeit mit den eigenen Werten, macht sie subjektiv keinen Sinn oder werden Stärken und Fähigkeiten nicht ausgeschöpft, geraten nicht nur Kreative in Konflikte.

Auch mit möglichen unbewussten Aufträgen ihrer Ursprungsfamilie setzen sich Verena Weeses Klienten auseinander: Sind Vorfahren etwa mit einem eigenen Unternehmen gescheitert, könnte sich dies beim Klienten als Blockade für eine potenzielle Selbstständigkeit entpuppen. Gemeinsam mit Weese ermitteln die Klienten ihre Talente und persönlichen Stärken. Dass all das Zeit braucht, um zu wirken, liegt auf der Hand. »Es ist wünschenswert diesem Prozess einen mehrmonatigen Zeitrahmen zu geben, damit er eine gewissen Tiefenwirksamkeit und Eigendynamik entfalten kann«, so die Karriereberaterin. Über die Klarheit des Ergebnisses seien Ratsuchende dann aber meist ziemlich überrascht.

Die Wahl, ob man als Kreativer fest angestellt oder als Freelancer arbeitet, ob man in die Personalführung geht oder eher weitere Expertise erwirbt, ob man lieber allein oder im Team tätig ist, bleibt jedem selbst überlassen. »Aber es fällt so viel leichter, darüber zu entscheiden, wenn man mehr über sich selbst weiß«, sagt Verena Weese. Wenn Sie also Ihrer beruflichen Laufbahn eine andere Richtung geben wollen, wursteln Sie nicht länger allein herum. Warten Sie nicht auf bessere Tage, sondern nehmen Sie Ihre Karriere in die Hand! *ae [4273]*

PAGE Connect. So viele neue Designberufe! Einen Überblick gibt's hier
↗ www.page-online.de/connect

PAGE Story »Skill Set für Kreative«. Welche Skills man neben der Fachkompetenz braucht und wie man sie trainiert, steht in PAGE 03.16
↗ www.page-online.de/PEPA1603

Existenzgründung für Designer. Informationen für den Start in die Selbstständigkeit finden Sie im eDossier »Businessplan für Kreative«
↗ www.page-online.de/PDDP1071

8 Karriereanker

Mitunter entdecken Kreativprofis neue Disziplinen, Geschäftszweige oder Arbeitsmodelle für sich. Da ist es gut zu wissen, wie man tickt und was essenziell ist, um gut zu arbeiten und glücklich zu sein

● Das System der Karriereanker, das der US-amerikanische Organisationspsychologe und Sozialwissenschaftler Edgar Schein in den 1960er Jahren erstellt hat, kommt bis heute in Karrierecoachings und Berufsberatungen zum Einsatz. Da Schein sie ursprünglich für Führungskräfte und Manager entwickelte, definieren Doktoranden der Hochschulen Hannover und Vechta gerade einen »Künstleranker«. Dieser, so erklärt die betreuende Professorin Dr. Kornelia Rappe-Giesecke, sei allerdings nicht zu verwechseln mit dem Anker Nummer fünf (»Unternehmerische Kreativität«). Es handle sich vielmehr um die Fähigkeit, immer wieder kreative, schöpferische, aber auch risiko- und wagnisbehaftete Prozesse zu durchleben. Lernen Sie sich besser kennen: Welche der folgenden Anker sind Ihnen wichtig?

1 **Technische/funktionale Kompetenz.** Mit diesem Karriereanker suchen Sie herausfordernde Aufgaben. Sie wollen in dem, was Sie tun, besser werden und qualifizieren sich immer weiter. Außerdem schätzen Sie geregelte Verfahren mit deutlichem Zielbezug.

2 **Befähigung zum General Management.** Mit diesem Anker streben Sie nach Verantwortung. Sie sind führungs- und entscheidungsfreudig und möchten Projekte steuern oder Unternehmen managen. Sie denken analytisch und verfügen über emotionale Kompetenz sowie die Fähigkeit, auch mit lückenhaften Informationen logische Entscheidungen zu treffen.

3 **Selbstständigkeit/Unabhängigkeit.** Frei schalten und walten zu können ist für diese Menschen das Wichtigste. Sie sind flexibel, profitieren von Veränderungen und finden relativ leicht Arbeit. Egal, ob frei oder fest angestellt, Sie erfüllen Aufgaben lieber selbstständig.

4 **Sicherheit/Beständigkeit.** Ein Langzeitarbeitsplatz und regelmäßige Tätigkeiten entsprechen diesem Anker. Für Ihre Loyalität erwarten Sie einen klar definierten Karriereweg und Qualifizierungsangebote.

5 **Unternehmerische Kreativität.** Menschen mit diesem Anker wollen ein eigenes Unternehmen und ihr kreatives Potenzial ausleben. Sie suchen und schätzen neuartige Problemlösungen und wünschen sich gesellschaftliche Anerkennung – sie sind die geborenen Entrepreneure.

6 **Dienst und Hingabe .** Bei diesem Karriereanker stehen die Verwirklichung eigener Werte und die Verbesserung der Welt im Vordergrund. Fairness und der größere Sinn sind Bedingung für die Arbeitsmotivation, das Einkommen sollte zumindest ausreichend sein.

7 **Totale Herausforderung.** Menschen mit diesem Anker suchen große Herausforderungen und den ständigen Wettbewerb. Sie wollen das scheinbar Unmögliche erreichen und suchen für jedes noch so schwierige Problem eine Lösung.

8 **Lebensstil-Integration.** Wer diesen Anker hat, schätzt sein Privatleben mehr als den beruflichen Aufstieg. Um so orientierte Menschen in allen Altersstufen zu halten, sind flexible Arbeitszeitmodelle wichtig.

Ein Magazin der Verlagsgruppe Ebner Ulm · www.ebnerverlag.de

Design › Code › Business » Das Magazin der Kreativbranche

PAGE

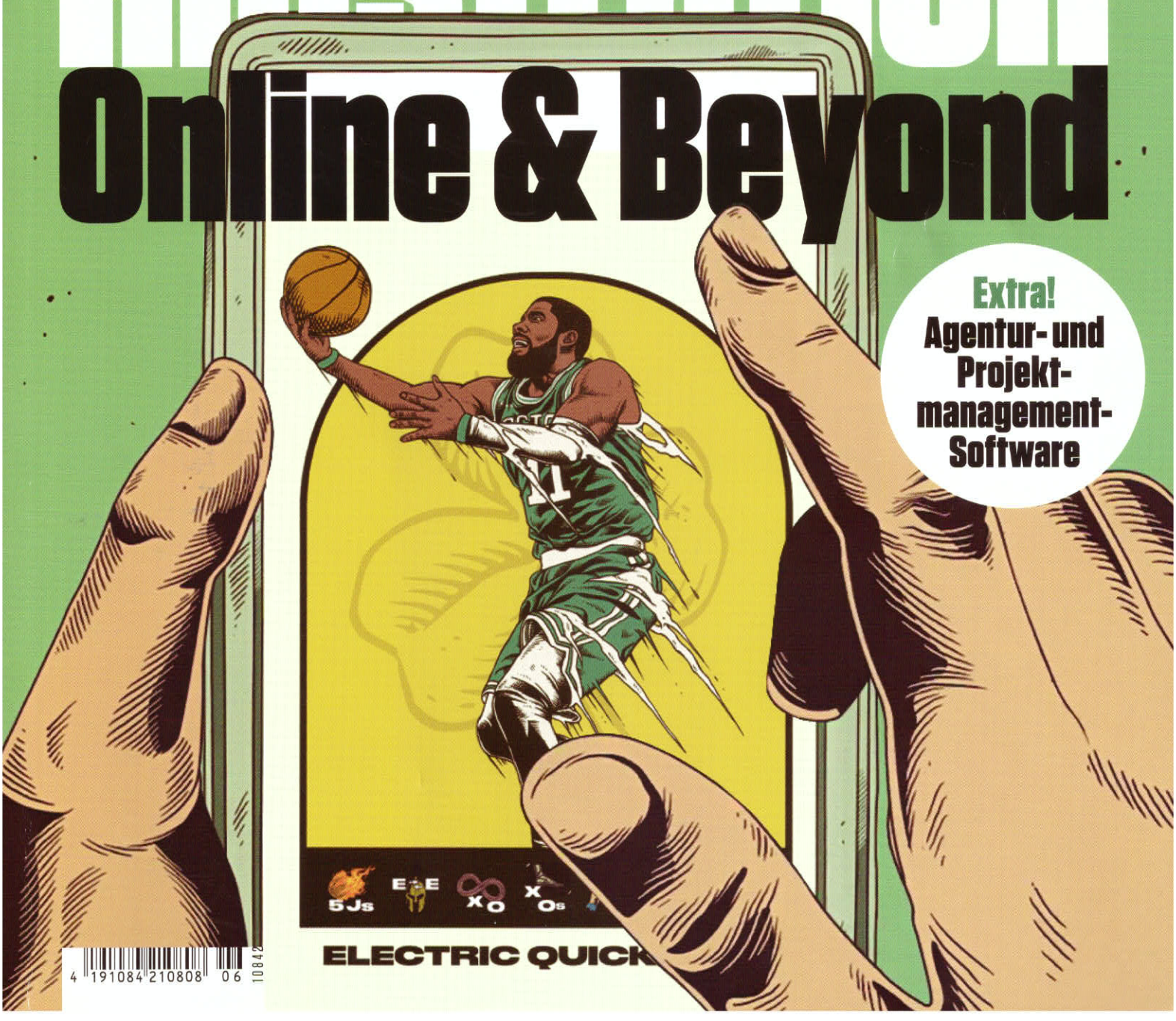
PAGE 06.2018
DEUTSCHLAND 10,80 €
A 12,00 EUR
CH 19,50 CHF
L 12,50 EUR
WWW.PAGE-ONLINE.DE

Illustratoren & Webdesigner
Das Dreamteam für Interaction, Branding und Storytelling

User Interfaces
Smarte Transitions und Animationen

Corporate Types
Sinn & Unsinn von Custom Fonts

Illustration Online & Beyond



Extra!
Agentur- und Projekt-management-Software

4 191084 210808 06 10842