

Hans Schmid
Der 45-Jährige ist seit 2008 Direktor und Miteigentümer des Hotels Piz Linard im Unterengadin. Vorher arbeitete er mehrere Jahre in der öffentlichen Verwaltung, etwa als Generalsekretär des Volkswirtschaftsdepartements St. Gallen.

DER REIZ DES NEUEN

Gerade in der Krise versuchen viele ihr Glück in einer neuen Branche. Prädestiniert dafür sind Bereiche, in denen ein breiter Horizont gefragt ist, allen voran der Tourismus.



Luzia Fallegger
Die 33-Jährige baute für eine Parfümeriekette das zentrale Marketing auf. Heute arbeitet sie bei einer Bank als Marketing- und Eventmanagerin. Im Mai schloss sie das Certificate of Advanced Studies (CAS) in Tourismus für Quereinsteiger ab und steht vor dem Einstieg in den Tourismus.

► ALEXIS SCHATZ TEXT / ELISABETH REAL FOTOS

Roger Seifritz hat einen «doppelten Salto» hingelegt. Damit bezeichnen Personalberater ein kleines Kunststück, das immer mehr Arbeitnehmer reizt: Job- und Branchenwechsel in einem Schritt. Seit zehn Jahren ist Seifritz Direktor der Tourismusregion Gstaad/Saanenland. Ursprünglich hatte seine Karriere eine ganz andere Richtung genommen. Nach dem Studium der Betriebswissenschaften an der Hochschule St. Gallen arbeitete Seifritz zehn Jahre lang in multinationalen Konzernen. Zunächst als Risk-Management-Berater

bei der Gerling-Versicherung, später im Bereich Human Resources beim Baustoffkonzern Holcim. Vor ihm lag eine vielversprechende Karriere, dennoch entschied er sich 1998 für einen radikalen Wechsel. Eigentlich war er bei Holcim zufrieden. «Ich hatte aber gewisse Ziele, die sich dort nicht umsetzen liessen», sagt Seifritz. Was er suchte, war «eine wirkliche Herausforderung». Seifritz kündigte seine Anstellung. Für den 47-Jährigen hat sich das Wagnis gelohnt. Heute geht er in seinem neuen Beruf voll auf. «Mich haben vor

allem zwei Dinge an diesem Job gereizt: erstens die Aussicht, für ein emotionales Produkt zu arbeiten, zweitens die Vielfalt der Aufgaben», sagt Seifritz.

Aus seiner früheren Tätigkeit als Berater habe er «die Fähigkeit mitgebracht, komplexe Probleme systematisch anzugehen und schwierige Sachverhalte einfach zu vermitteln». Zudem hat er während seiner Zeit als Projektleiter bei Holcim wertvolle Erfahrungen mit Fusionen gemacht. «Das hat mir sehr geholfen, insbesondere bei der Umsetzung der Fusion von sieben

Verkehrsvereinen oder 2004, als sich zehn Bergbahngesellschaften aus der Region zu einer einzigen vereinigten», sagt Seifritz.

SINNSUCHE. In der Finanzkrise denken immer mehr Arbeitnehmer über einen Neuanfang und einen Karrierewechsel nach. Die Personalberater von Michael Page International verzeichnen seit über einem Jahr eine wachsende Zahl von Kandidaten, die einen Branchenwechsel anstreben. Vor allem aus dem Finanz- und Consultingbereich drängen viele Manager auf

den Markt. «Seit November 2008 hat sich die Zahl der Kandidaten aus diesen Branchen um 30 Prozent erhöht», sagt Stephan Surber, Head Banking und Financial Services bei Michael Page. Auch Riet Grass, geschäftsführender Partner bei der Vermittlungsagentur Grass & Partner, beobachtet: «Seit Beginn des Jahres sind bei uns sehr viele Aufträge eingegangen.» Die Nachfrage aus dem Finanzsektor sei um acht Prozent gegenüber den Vorjahren gestiegen. Die Krise verstärkt einen Trend, der sich seit einigen Jahren abzeichnet.

«Wir stellen fest, dass es vermehrt Leute gibt, die sich anderweitig orientieren möchten», sagt Grass. Neben Abbau und Umstrukturierung gibt es auch andere Gründe, die für einen Branchenwechsel ausschlaggebend sind: «Nicht alle rennen dem Geld hinterher. Viele sind auf der Suche nach mehr Sinnhaftigkeit im Berufsleben, andere suchen eine neue Herausforderung.» Meist handelt es sich um gestandene Manager, die auf eine reiche Berufserfahrung bauen können. Grass hat viele Menschen auf dem Weg in eine neue Karriere be-

TIPPS

So packen Sie den Wechsel an

Praxistipps für Branchen- und Funktionswechsel

- Wer den Umstieg plant, sollte dies von langer Hand vorbereiten und sich dabei coachen lassen.
- Professionelle Unterstützung und eine fundierte Standortbestimmung sind unerlässlich. Das müssen gerade erfahrene Manager, die viele Jahre in einer bestimmten Branche gearbeitet haben, berücksichtigen.
- Wer sich lange in vertrauten Gefilden aufgehoben hat, muss Schwächen in der Selbstvermarktung beheben. «Viele sind es nicht gewohnt, sich gewinnbringend darzustellen. Sie tun sich schwer, den Markt proaktiv anzugehen und ein persönliches Branding zu entwickeln», meint etwa der Outplacement-Experte Riet Grass.
- Es ergibt Sinn, Interessen, Hobbys, Talente sowie Affinitäten einzubeziehen und so Einzigartigkeit und Individualität herauszustrichen.
- Legen Sie den Fokus auf klare, ausgewiesene Kompetenzen und persönliche Stärken.
- Stellen Sie für sich selbst den Bezug zwischen der alten und der neuen Funktion/Branchen her. Werden Sie sich klar, und zeigen Sie auf, wie und wo Sie Ihre Kompetenzen und Ihre Persönlichkeit in die neue Branche einbringen können.
- Wer die Branche wechseln will und dabei reaktiv vorgeht, spricht nur auf Inserate reagiert, hat schlechte Chancen. Meist enthalten diese gewisse Anforderungen, die der Quereinsteiger nicht erfüllt. Wesentlich besser stehen die Chancen, wenn man dem potenziellen Arbeitgeber persönlich begegnet. Das eigene Netzwerk spielt eine zentrale Rolle.
- Den Nutzen und den Gewinn, die man einbringt, kann man am besten in Form eines Fallbeispiels formulieren. Die eigenen Fähigkeiten etwa lassen sich anhand eines erfolgreich bewältigten Projektes darstellen, das mit Fakten und Zahlen belegt wird.



Roger Seifritz
Der 47-Jährige beeinflusst und koordiniert als Tourismusdirektor seit 1998 die Geschicke von Gstaad. Zuvor war er als Risk-Management-Berater tätig und leitete darauf für Holcim in Lateinamerika und Spanien Projekte im Bereich der Organisationsentwicklung in Marketing, Verkauf und Human Resources.

► gleitet. Da ist zum Beispiel der altgediente Banker, der nach 18 Jahren in der Finanzwelt seinen Job aufgibt, um die Leitung eines Pflegeheims zu übernehmen. Nachdem seine Eltern erkrankt waren, beschäftigte er sich eingehend mit der Pflegebranche und kam zum Entschluss, etwas verändern zu wollen. Dafür nahm er ein weitaus niedrigeres Gehalt in Kauf.

GUTE PERSPEKTIVEN. Wer den Schritt wagen möchte, sollte sich gut vorbereiten (siehe «Tipps» links). Die angespannte Lage auf dem Arbeitsmarkt macht es nicht einfach. «Derzeit suchen viele Leute nach

einem neuen Job, aber das Angebot ist begrenzt», so Grass. Trotz der Krise gibt es Branchen, die vom Wissens- und Kompetenztransfer aus anderen Sektoren profitieren könnten. Davon ist Martin Barth überzeugt. Barth arbeitet am Institut für Tourismuswirtschaft der Hochschule Luzern. Er leitet dort den Bereich Weiterbildung und gibt selbst einen Kurs für Quereinsteiger, die in den Tourismus wechseln möchten. Die Branche könne von Quereinsteigern profitieren und biete gute Perspektiven, meint er. «Der Tourismus entwickelt sich stark, steht aber gleichzeitig vor bedeutenden Herausforderungen.»

Themen wie Nachhaltigkeit, Klimawandel und der Trend zu grossen Ressorts würden zu Umwälzungen führen, erklärt Barth. Deshalb sei frisches Blut sehr willkommen. «Es braucht vielseitige Leute, die vernetzt und global denken können.»

Die Tourismusfachfrau Ariane Ehrat hält ebenfalls grosse Stücke auf den Input von aussen. Die ehemalige Spitzensportlerin ist seit April 2008 CEO der Tourismusregion Engadin / St. Moritz. Eine ihrer grössten Herausforderungen sieht sie darin, die Marke St. Moritz in fernen Ländern wie China, Japan oder den USA zu stärken. Da hilft es, wenn man Leute mit Kompetenzen aus unterschiedlichen Fachbereichen im Team hat. «Der Mix ist wichtig. Ich achte sehr darauf, dass wir auf Menschen mit verschiedenen Backgrounds zählen können», sagt Ehrat. In Bereichen wie dem Produktmanagement oder der Öffentlichkeitsarbeit brauche man Leute mit entsprechender Ausbildung und Berufserfahrung, zum Beispiel Betriebs- und Kommunikationswissenschaftler. Bei der Besetzung von Führungspositionen sieht Ehrat Leute, die einen Branchenwechsel vollzogen haben, sogar im Vorteil, weil diese über einen reichen Erfahrungsschatz verfügen.

Jede Branche hat ihre Eigenheiten, mit denen man sich vor dem Einstieg vertraut machen muss. Martin Barth hat das am eigenen Leib erfahren, der studierte Jurist ist selbst ein Quereinsteiger. Barth arbeitete sechs Jahre als Generalsekretär bei Mövenpick. Dann fühlte er, dass etwas fehlte. «Ich wollte einen Job, in dem ich mehr mit Menschen zu tun habe.» Über einen befreundeten Headhunter fand Barth eine Anstellung als Tourismusdirektor der Gemeinde Savognin in Graubünden.

Savognin wollte sich ein neues Image geben und ein anderes Publikum ansprechen. Barth stiess jedoch auf Schwierigkeiten, die er nicht vorausgesehen hatte. «Ich bin völlig unvorbereitet eingestiegen. Die Lage war schwieriger und komplexer, als ich gedacht hatte.» Es gab Differenzen mit dem Tourismusvorstand. Als Barth sich nicht durchsetzen konnte, kündigte er und wechselte an die Hochschule Luzern, wo er den Tourismuslehrgang für Quereinsteiger aufbaute. Weil er anderen ähnliche Erfahrungen ersparen will, legt Barth besonderen Wert auf die Vermittlung von Fachwissen und den Aufbau eines Netzwerks.

Luzia Fallegger ist eine der Absolventinnen des Kurses: «Ich wollte mir ein Bild von der Branche und meinen beruflichen Möglichkeiten machen», erklärt

IM TOURISMUS IST FRISCHES BLUT SEHR WILLKOMMEN.

sie. Die begeisterte Bergsportlerin arbeitet als Marketing- und Eventmanagerin bei einer Bank und denkt über den Wechsel in den Tourismus nach. «Das Hauptmotiv für meinen Wechsel ist die Leidenschaft für die Schweiz und für die Berge.» Barths Kurs ist bunt gemischt. Ingenieure, Banker, Architekten, Juristen, Marketingspezialisten – Menschen mit sehr unterschiedlichen Lebensläufen kommen hier zusammen.

Ganz neue Wege schlug vor zwei Jahren auch der Jurist Hans Schmid ein. Sein

Hotel Piz Linard steht in einem abgegrenzten Bergdorf im Unterengadin. Der 43-Jährige, Hoteldirektor und Miteigentümer, hat sich mit der zweiten Karriere auch einen Traum erfüllt. «Ich war fünfundzwanzig Jahre lang Gast, bin viel gereist, habe empfunden und beobachtet.» Mit der Zeit begann der Hobbykoch selbst, Konzepte zu entwickeln. Ihm missfielen die standardisierten Angebote vieler Hotels. «Ich verspürte den Drang, mein eigenes Projekt zu starten.»

LOGIK DER UNVERNUNFT. Schmid Karriere hatte sich bis dahin weitgehend in der öffentlichen Verwaltung abgespielt. Nach dem Studium arbeitete er drei Jahre als Anwalt und wurde dann Generalsekretär des Volkswirtschaftsdepartements St. Gallen, bis er acht Jahre später die Leitung des Kulturstamms übernahm. «Ein sehr interessanter Job. Ich hatte viel mit Künstlern zu tun und war für die Förderung von Kulturprojekten zuständig, allerdings immer als Ermöglicher, nicht als Macher.»

Als er von dem zum Verkauf stehenden Hotel erfuhr, gründete er mit seiner Frau eine Aktiengesellschaft, machte sich auf die Suche nach Geldgebern und fing mit der Sanierung an. «Es war eine verrückte Idee», sagt Schmid, viele hätten ihm davon abgeraten, weil das Hotel ungünstig gelegen sei und die Kosten für die Sanierung in keinem Verhältnis zu den möglichen Erträgen stünden. Schmid liess sich nicht beirren. «Die Logik der Unvernunft» nennt er das. Seit seiner Wiedereröffnung ist der Betrieb vollständig ausgelastet. «Das Hotel ist erfolgreich, weil wir Partisanen sind. Wir machen das aus Leidenschaft. Die Gäste und die Geldgeber honorieren das.»

ANZEIGE

KRANKENKASSEN-CHECK 2010: PASSENDE LEISTUNGEN ZUM BESTEN PREIS!

Mit conbene.ch optimieren Sie Ihre Krankenversicherung inklusive aller wichtigen Zusatzleistungen mit bis zu **30% Rabatt**. Schnell und kostenlos.

Testen Sie jetzt die erste Ausschreibungsplattform der Schweiz.

Lassen Sie sich jetzt kostenlos beraten:

www.conbene.ch

Gratis-Hotline: 0800 899 699



WIE, WAS?

conbene.ch
GUT BERATEN • GUT VERSICHERT