

# So klappt der Umstieg

Was hilft meiner Karriere? Wie kann ich mich beruflich neu orientieren?

Die Serie **Job-Coach** beantwortet Ihre Fragen rund um Beruf und Karriere. Als Auftakt zeigt Sabine Dörrich, wie der Wechsel vom Vertrieb ins Lektorat gelingt

**BuchMarkt-Leserin Friederike F.:** *Nach dem Abitur habe ich eine Buchhändler-Ausbildung abgeschlossen und dann studiert (Geisteswissenschaften). Nach dem Examen fand ich eine Volontariatsstelle im Vertriebsinnendienst eines größeren Sachbuchverlags und bin dort seit zwei Jahren fest angestellt. Eigentlich wollte ich immer viel lieber im Lektorat als im Vertrieb arbeiten, aber ich war damals froh, überhaupt eine Stelle in einem Verlag gefunden zu haben. Wie schaffe ich noch den Umstieg? Auf mehrere Bewerbungen habe ich bisher nur Absagen bekommen.*

**Job-Coach Sabine Dörrich:** Liebe Frau F., offensichtlich üben Sie eine Tätigkeit aus, mit der Sie nicht so richtig zufrieden sind. Was genau Ihnen missfällt, schreiben Sie leider nicht. Vielleicht langweilen Sie sich in Ihrem Job und stellen sich die redaktionelle Arbeit deshalb um so vieles spannender vor? Wie auch immer: Es wird nicht einfach sein, den Wechsel vom Vertrieb ins Lektorat zu schaffen. Wer will einen Elektriker einstellen, wenn er einen Maurer braucht?

Aber das Glück ist bei den Tüchtigen, und deshalb sehe ich folgende Möglichkeit für Sie: Werden Sie in den nächsten zwölf Monaten die engagierteste und fleißigste Vertriebsmitarbeiterin, die Ihr Unternehmen je hatte. Warum? In größeren Verlagen herrscht oft eine differenzierte Arbeitsteilung. Sie im Vertriebsinnendienst werden vermutlich nichts über die Entscheidungsprozesse im Programmbereich erfahren. Selbst an wesentlichen Diskussionen über Verkaufs- und Vertriebsstrategien sind Sie nicht beteiligt. Und genau aus diesem Informationsloch müssen Sie erst einmal heraus.

Lassen Sie sich leiten von der Frage: Warum ist das eine Buch erfolgreich, das andere nicht? Was tragen die einzelnen Abteilungen des Verlags dazu bei? Lesen Sie Fachbücher und die einschlägigen Branchenmagazine. Blicken Sie Ihrer Vorgesetzten über die Schulter und stellen Sie neugierige Fragen. Schauen Sie über den Tellerrand Ihrer Abteilung und beobachten Sie, was die Kollegen im Marketing machen.

Betreiben Sie Marktforschung: Studieren Sie die eigenen und die Vorschauen von Konkurrenzverlagen, überlegen Sie, welche Zielgruppen wie angesprochen werden. Wenn Sie einen Außendienst-Mitarbeiter treffen, hören Sie ihm zu. Setzen Sie sich in der Kantine neben die Kollegen aus dem Lektorat und bitten Sie darum, etwas über deren Arbeit erfahren zu dürfen.

Nach und nach werden Sie etwas ganz Wesentliches gelernt haben: Nicht der geniale Lektor oder die geniale Lektorin sind allein ausschlaggebend für den Erfolg eines Buches, sondern das perfekte Zusammenspiel aller Abteilungen. Programmideen entstehen nicht zufällig, sondern auf der Basis gezielter Marktforschung. Daten liefert natürlich auch

der eigene Vertrieb, der Außendienst, das Marketing.

Inzwischen hat sich Ihr Engagement herumgesprochen und man ist (hoffentlich) beeindruckt von Ihrem Wissensdrang. Setzen Sie noch eins obendrauf: Opfern Sie eine Urlaubswoche und hospitiieren Sie im Lektorat Ihres oder eines anderen Unternehmens. Bieten Sie darüber hinaus an, in Ihrer Freizeit Lizenz-Prüfexemplare oder Manuskripte zu begutachten.

Nach und nach lernen Sie so das redaktionelle Handwerkszeug (natürlich ohne Ihre tägliche Arbeit im Vertrieb zu vernachlässigen!) und sind nun gerüstet für eine Bewerbungsoffensive. Ihre sorgfältig formulierten Bewerbungsschreiben, Ihr Engagement und Ihre nachweislichen Qualifikationen werden Wirkung zeigen.

Womöglich entsteht auch im Lektorat Ihres Arbeitgebers eines Tages eine Vakanz und Sie können den Wechsel hier vollziehen. Vielleicht hat man Ihnen aber auch schon längst eine verantwortlichere und interessantere Position im Vertrieb angeboten und Sie – inzwischen auf den Geschmack gekommen – haben mit Freude zugesagt. |

## Zur Person

**Sabine Dörrich,** Jahrgang 1957, ist gelernte Buchhändlerin und hat einen M.A. in Publizistik.

Nach verschiedenen Stationen im Sortimentsbuchhandel und in Verlagen war sie fünf

Jahre selbständige PR-Beraterin. Seit dem Jahr 2000 arbeitet sie in der Personalagentur für Verlage (frühere Inhaberin Irene Naumczyk), seit 2006 als Inhaberin der Agentur (s.a. BuchMarkt 1/05, S. 194).



## Kontakt zum Expertenteam

Selbstverständlich werden Ihre Angaben im Fall einer veröffentlichten Antwort anonymisiert und Ihre Daten an niemanden weitergegeben.

Sie können auch gänzlich anonym Ihre Frage per Brief an die Personalagentur für Verlage Sabine Dörrich, Postfach 1165, 84428 Buchbach („Stichwort Job-Coach“) richten. Ihre Fragen werden vom Job-Coach-Expertenteam beantwortet, das sich aus verschiedenen Fachleuten aus den Personalabteilungen von Verlagen und Buchhandlungen zusammensetzt.