

Drop skammen over ledighed



Foto: Michael Bothager

Af [Ulla Gunge Hansen](#) Bragt på Business.dk onsdag den 3. november 2010

Mens det for få år siden kunne være pinligt at indrømme, at man var jobsøgende, har finanskrisen revet så mange - også virkelig dygtige folk - ud i ledighed, at det ikke længere er pinligt at stå uden job.

Selvtilliden kan lide et alvorligt knæk, når der går dagpenge og ikke løn ind på kontoen, og jobtitlen er skiftet ud med betegnelsen ledig. Men i stedet for at putte med, at man er arbejdsløs, gælder det netop om at sprede budskabet, at man er arbejdssøgende. For mens ledige under højkonjunktoren kunne mistænkes for at have svage faglige kompetencer, har finanskrisisens mange fyringsrunder kostet så mange dygtige mennesker deres stillinger, at arbejdsgiverne ikke længere er lorne ved de lediges evner.

Det fortæller flere karriererådgivere, som Berlingske Business har talt med.

»Du må godt være ledig i dag, for du er en del af en flok meget kompetente ledige. Det ved arbejdsgiverne godt, så det har ikke den samme negative effekt, som for to år siden, hvor du havde et forklaringsproblem, hvis du var ledig,« fortæller chef for karriererådgivningen Lars Moesgaard, CA a-kasse.

Rent forhandlingsteknisk er det en fordel at søge et nyt arbejde, mens man stadig er ansat. Når andre har tilvalgt dig som arbejdskraft bliver du nemlig automatisk mere interessant, fortæller Lars Moesgaard.

»Men er man først ledig, skal man signalere, at man er klar til nye udfordringer. Dem, der stadig er ledige efter seks-ni måneder, er dem, der ikke synliggør deres ledighed. Ingen ved, at de søger,« siger han.

Samme holdning har konsulent og karriererådgiver Susanne Teglkamp fra Teglkamp & Co..

»Det gælder om at styre uden om de store bunker af ansøgninger. Skal du søge sammen med alle andre, er det virkelig hårdt lige nu. Mange har succes med at få netværket til at arbejde

for sig, åbne nogle døre, give et forspring. Det kan kun ske, hvis folk ved, du er jobsøgende,« siger Susanne Teglkamp.

Hun giver eksemplet, at hvis hun selv kom hos en kunde, hvis økonomichef havde sagt op, ville hun enten anbefale virksomheden en, hun kender, eller fortælle i sit netværk, at den stilling nu var ledig.

Som jobsøgende er det naturligvis afgørende, at man skiller sig ud fra mængden af ansøgere over for arbejdsgiveren. Ligesom da en 28-årig mand i januar skrev en 150 kvm. stor ansøgning i sneen foran den reklamevirksomhed, han søgte job hos. Det førte til en samtale, men en anden fik dog jobbet.

»Du behøver ikke at stille dig op med et skilt på Rådhuspladsen, men det kan være, at man kan skrive nogle artikler til en avis. Eller lave youtube-videoer, der visualiserer ens budskab, viser, at du er udadventt, eller viser en jobsamtale med en selv,« siger Lars Moesgaard, der dog understreger, at ansøgningen til hver en tid skal passe det søgte job:

»Søger en virksomhed en kreativ og innovativ person, skal du afspejle det. Søger du en stilling, hvor du skal være strategisk tænkende, skal du passe på ikke at blive for popsmart. Vær troværdig og autentisk. Oversælg ikke dig selv.«

Faren ved særligt kreative ansøgninger er, at jobsøgeren ikke ved, hvem der modtager dem, advarer Susanne Teglkamp.

»Er det en helt fantasifuld person, kan det virke helt modsat. Og hvis alle føler, de skal gøre noget ekstraordinært, kan det hurtigt blive for meget,« siger hun.

Begge rådgivere er enige om, at den gode ansøgning mest af alt kræver hårdt researcharbejde og skal vise, at ansøgeren har forstået virksomheden, hvad der er vigtigt for den nu, og hvad man kan bidrage med i den sammenhæng.

»Vær proaktiv ved at forsøge at løse nogle af de problemer, man tror, virksomheden har,« siger Lars Moesgaard.

Artiklen er bragt med tilladelse fra Business.dk. Du kan læse flere artikler på www.tegkamp.dk eller på www.business.dk