

Countdown zum Traumjob

Die Prüfungen sind geschrieben, die Abschlussarbeit abgegeben. Auf geht es in Richtung Traumjob! Doch vorher stehen natürlich die Bewerbungen an. Welche Rolle dabei das AIDA-Prinzip spielt, erläutert Isabel Purnhagen von der Dr. Schwerdtfeger Personalberatung.

Ob beim Berufseinstieg oder dem Arbeitsplatzwechsel, früher oder später muss man sich mit dem Thema „Bewerbung“ auseinandersetzen. Hindernissen und Stolperfallen kann man geschickt ausweichen und sein Ziel erreichen, wenn man eine gute Strategie hat, die Herausforderung annimmt und sich so bestens vorbereitet auf den Weg macht!

Eine Analyse der eigenen Person, das ist die Basis, auf der alles aufbaut. Hier gilt es, die Marke „Ich“ zu entwickeln. Betrachtet man nämlich den Bewerbungsprozess, so ist dieser am Ende nichts anderes als eine klassische Marketingkampagne: Doch anstelle des neuen Sportwagens oder Senegetränks steht die eigene Person. Und genau wie sich der Werbeprofis zu Beginn einer Kampagne intensiv mit dem Produkt auseinandersetzt, welches erfolgreich im Markt platziert werden soll, muss sich auch der Berufseinsteiger oder die erfahrene Fach- und Führungskraft zunächst mit der eigenen Person auseinandersetzen. So kann der aktuelle Stand der Dinge festgestellt und ein Karriereziel definiert werden.

Ehrlich zu sich selbst sein

Wo liegen also die Stärken? Für welche Aufgaben brennt man? Wo schlummern versteckte Potenziale und welche Schwächen bringt man mit? Liegen einem eher Zahlen oder sind es doch Fremdsprachen? Ist man bereit zu reisen und wenn ja, in welchem Umfang? Tierproduktion, Agribusiness oder Ackerbau? Vertrieb oder Forschung? Personalverantwortung oder Fachlaufbahn? Ist man überhaupt bereit, für einen neuen Job umzuziehen? Konzern, Mittelstand oder ein dynamisches Start-up-Unternehmen – wo sieht man sich eher?

Dies sind nur einige Beispielfragen, die man sich am Beginn des Bewerbungsprozesses ehrlich beantworten muss. Die Liste lässt sich individuell ergänzen. Ziel ist es, dass man sich selbst am Ende nicht nur als die private Person, sondern auch als berufliche Persönlichkeit kennt. Bei der Entwicklung der Marke „Ich“ sollen alle diese Aspekte so unter einen Hut gebracht werden, dass sie miteinander harmonieren und man sich insgesamt erfolgreich entwickeln kann.

Hilfreich kann in dieser Phase sein, dass man sich nicht nur auf die eigene Wahrnehmung verlässt, sondern auch enge Freunde oder die Familie um ein Feedback bittet. Die Menschen, die einem wirklich nahe stehen und mit deren Kritik man selbst auch dann gut umgehen kann, wenn sie einmal nicht angenehm ist, können mit ihren Rückmeldungen oft ein guter Indikator sein. Manchmal kann man so ganz neue Seiten entdecken oder eine Bestätigung der eigenen Wahrnehmung er-

man am Ende auf der Autobahn in Richtung Traumjob fahren möchte, kann man selbst entscheiden, solange man sich innerhalb der Leitplanken bewegt.

Die Qualität einer Bewerbung ist ein sehr wichtiger Faktor und damit eine der wichtigsten Leitplanken. Sie zeigt sich an vielen Stellen und trennt die „seelenlosen Massenbewerbungen“ von den überzeugenden, interessanten und am Ende erfolgreichen Bewerbungen. Bewerbungsunterlagen



„Wer seine Stärken und Schwächen kennt, hat auf dem Weg zum Traumjob bereits den ersten Schritt gemacht.“

Isabel Purnhagen, Dr. Schwerdtfeger Personalberatung

halten. In jedem Fall kann dieses Feedback die eigene Marke insgesamt abrunden.

Das AIDA-Prinzip beachten

Wenn die Marke „Ich“ steht, gilt es darauf aufbauend Bewerbungsunterlagen zu erstellen. Nicht auf der Opernbühne oder am Kai, wo die Kreuzfahrtschiffe anlegen, taucht dann auch AIDA auf. Und zwar als Formel, die man bei allen folgenden Aktivitäten stets im Hinterkopf behalten und beachten sollte. AIDA steht für die Begriffe Attention, Interesse, Desire, Action (Aufmerksamkeit, Interesse, Wunsch, Handlung). Diese Formel gibt die Reihenfolge der Reaktionen wieder, die man im Bewerbungsprozess beim Personalentscheider auslösen möchte:

- Aufmerksamkeit wecken,
- Interesse hervorrufen,
- den Wunsch nach einem persönlichen Kennenlernen auslösen und
- eine Handlung bewirken, nämlich den Bewerber zum Vorstellungsgespräch einzuladen.

Um dieses Ziel zu erreichen, gilt es ein paar grundlegende Dinge zu beachten, die wie die Leitplanken auf einer Autobahn funktionieren. Sie geben Orientierung und signalisieren, wo gefahren werden darf und wo die Gefahrenzone beginnt. Auf welcher Spur

sind – unabhängig davon, ob online oder schriftlich eingereicht – die erste Wahrnehmung, die ein potenzieller neuer Arbeitgeber von einem Kandidaten erhält. Und der erste Eindruck ist nicht nur im persönlichen Kontakt von elementarer Bedeutung, sondern auch schon hier ein ausschlaggebender Faktor.

Austauschbare Texte im Anschreiben, unübersichtliche Lebensläufe, ein schlechtes Layout, schludrige Zeugniskopien oder schief eingescannte Unterlagen stehen für alles andere als für Qualität und sind oft ein Grund, warum ein Bewerber eine Absage erhält. Das lässt sich vermeiden – die Erstellung einer überzeugenden Bewerbung ist schließlich kein Hexenwerk!

Strukturiertes und ansprechendes Layout

Ein klar strukturiertes, ansprechendes Layout ist ein wichtiger Baustein für eine positive Wahrnehmung. Man kann beispielsweise eine Kopf- oder Fußzeile einfügen, in die man seine Kontaktdaten aufnimmt. Die Unterlagen sehen so professioneller aus und man erspart dem Personalentscheider unnötiges Blättern oder Scrollen, wenn dieser direkt Kontakt aufnehmen möchte. Grundsätzlich sollte man immer die Bedürfnisse des Entscheiders im Auge behalten und nicht nur

→ Aussagekräftige Bewerbungsunterlagen erstellen

die Kontaktaufnahme, sondern auch das Auffinden wichtiger Informationen möglichst einfach machen.

Elemente einer vollständigen Bewerbung sind Anschreiben, Deckblatt, Lebenslauf und Zeugnisse. Erfolgt die Bewerbung via E-Mail, empfiehlt es sich, die Anzahl der Dateianhänge möglichst niedrig zu halten. Ideal ist eine einzige Datei, in der alle Dokumente gebündelt übersandt werden. Alternativ kann eine Aufteilung in Anschreiben, Deckblatt und Lebenslauf sowie als drittes Element die Zeugnisse erfolgen. Zu beachten sind in jedem Fall die Vorgaben des Unternehmens zu Fragen der Dateigröße oder andere Hinweise zu den Bewerbungsmodalitäten.

Im Anschreiben gilt es, mit den Argumenten, die man im Prozess der Selbstanalyse als Top-Verkaufsargumente erarbeitet hat, zu überzeugen. Personalentscheider interessieren sich neben der fachlichen Eignung auch für die Persönlichkeit des Bewerbers sowie dessen Motivation. Dafür kann man zum Beispiel einzelne Punkte aus der Stellenausschreibung als Anknüpfungspunkte aufgreifen. Aber: Das Anschreiben ist weder der Ort für Entschuldigungen und Erklärungen, warum man das Anforderungsprofil möglicherweise nicht vollständig erfüllt, noch ist es der Raum für übertriebene Selbstdarstellung und Arroganz.

Das Ziel ist es, in wenigen Sätzen auf authentische und sympathische Art Interesse zu wecken und sich als fachlich und persönlich geeigneter Kandidat zu präsentieren. Ein gutes und individuelles Anschreiben braucht daher seine Zeit und ist inhaltlich ein wichtiger Faktor in Sachen Qualität.

Häufig in seiner Wirkung unterschätzt ist das Deckblatt. Bei einer Bewerbung erfüllt es denselben Zweck wie das Cover einer Zeitschrift – ein Eyecatcher, der Interesse wecken soll. Neben dem Bewerbungsfoto, welches in Deutschland seit Einführung des Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetzes (AGG) kein Muss mehr ist, aber unternehmensseitig häufig noch erwartet wird, enthält das Deckblatt üblicherweise noch die Kontaktdaten des Bewerbers und einen Hinweis darauf, auf welche Position man sich bewirbt.

Bewerbungsfotos sind ein steter Quell der Unsicherheit. Ob das Foto farbig oder

SERIEN-VORSCHAU

Im zweiten Teil der Serie (agrarmanager 11/2015) erfahren Sie unter anderem, wie man sich optimal auf das Vorstellungsgespräch vorbereitet und wie sich Körpersprache und Sprechgeschwindigkeit auf den wichtigen ersten Eindruck auswirken.

schwarz/weiß sein sollte, ist dabei gar nicht entscheidend. Wichtig ist vielmehr, dass der Bewerber eine sympathische Ausstrahlung hat und als Person gut getroffen wird. Diese Wirkung erfordert weder Modelmaße noch die Nutzung extremer Bildbearbeitung. Ein guter Fotograf nimmt sich für ein Bewerbungsfoto Zeit, berät intensiv und setzt den Kandidaten in ein gutes Licht. Um Unsicherheiten zu vermeiden, kann man sich von einem Freund oder Familienmitglied zum Termin begleiten und beraten lassen. Aber vermeiden Sie auf jeden Fall abgedroschene Managerposen und Bilder, die zu Hause mal eben vor der weißen Wand mit einem Smartphone geschossen wurden. Qualität liefert beim Bewerbungsfoto im Regelfall nur ein Profi.

Den Lebenslauf gestalten

Beim Lebenslauf sind Übersichtlichkeit und Struktur besonders wichtig. Der Personalentscheider muss sich schnell einen guten Überblick über Werdegang und Erfahrungshorizont des Bewerbers verschaffen können. Oberbegriffe wie „Persönliche Daten“, „Ausbildung und Studium“ und „Beruflicher Werdegang“ schaffen hier die erforderliche Struktur.

Der Werdegang kann klassisch chronologisch oder – wie es sich in den letzten Jahren zunehmend durchsetzt – in der sogenann-

ten amerikanischen Form aufgebaut und mit dem aktuellen Stand beginnend dargestellt werden. Bei Berufseinsteigern sollte der Umfang des Lebenslaufs zwei Seiten nicht wesentlich überschreiten. Aber auch erfahrene Persönlichkeiten sollten nicht übertreiben und sich auf das Wesentliche in ihrer Historie konzentrieren.

Viel diskutiert und am Ende doch Geschmackssache ist der Punkt „Hobbys, persönliche Interessen und Engagement“. Man kann ihn nutzen, um sich als Person noch etwas besser vorstellen zu können, sollte aber, sofern man sich dafür entscheidet, die abschreckende Wirkung einer zu langen Liste außerberuflicher Aktivitäten nicht verkennen.

Als letztes Element folgen – chronologisch oder nach Oberbegriffen geordnet – die Zeugnisse. Wie bereits zuvor gilt auch hier, sich auf das Wesentliche zu konzentrieren. Eine gute Qualität von Kopien oder Scans versteht sich von selbst.

Und dann? Wenn die Bewerbung erstellt und versandt ist, beginnt das Warten. Schafft man es in die nächste Runde oder bekommt man eine Absage? Wenn man nach zwei bis drei Wochen noch keine Rückmeldung erhalten hat, kann man ohne Bedenken aktiv werden und im Unternehmen nach dem Stand der Dinge fragen. Das signalisiert nachhaltiges Interesse an der Position und kann so manchmal auch der letzte Mosaikstein sein, der den Weg zur Einladung für ein Vorstellungsgespräch bereitet. (but) **an**

Isabel Purnhagen leitet die Bereiche Research und Bewerbermanagement in der Dr. Schwerdtfeger Personalberatung.

