



Die Bewerbung ist mehr als Anschreiben, Foto und Lebenslauf. Sie ist die persönliche Werbekampagne für das eigene Ich. | Foto: liravega/Shutterstock.com

Mit der Marke „Ich“ zum Traumjob

Die Prüfungen sind geschrieben, die Abschlussarbeit abgegeben. Jetzt geht's ans Schreiben der Bewerbung. Hindernissen und Stolperfallen kannst Du dabei erfolgreich ausweichen – mit dem AIDA-Prinzip und der richtigen Strategie.

Autorin

Ass. jur. Isabel Purnhagen

Dr. Schwerdtfeger Personalberatung,
Abteilung Research und Bewerbermanagement
Tel.: 04473/943360,
E-Mail: purnhagen@personal-schwerdtfeger.de
Homepage: www.personal-schwerdtfeger.de

egal in welcher Lebensphase man steckt, der Weg, den es bei der Erstellung einer überzeugenden Bewerbung zu beschreiten gilt, ist stets derselbe. Hindernissen und Stolperfallen kann man geschickt ausweichen und sein Ziel erreichen, wenn man eine gute Strategie hat, die Herausforderung an-

nimmt und sich so bestens vorbereitet auf den Weg macht!

Wer bin ich und was kann ich eigentlich? Der erste Schritt – eine Analyse der eigenen Person – ist die Basis auf der alles weitere 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, nur dass an Stelle des neuen Sportwagens oder Senegetränks die eigene Person steht. Und genau wie sich der Werbeschaffende am Beginn einer neuen Kampagne intensiv mit dem Produkt auseinandersetzt, welches erfolgreich im Markt platziert werden soll, muss sich auch der Berufseinsteiger oder die Fach- und Führungskraft mit der eigenen Person auseinandersetzen und den aktuellen Stand der Din-

ge feststellen, um ein Karriereziel definieren zu können.

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? Tierproduktion, Agribusiness oder das Thema Pflanze? Vertrieb oder Forschung? Personalverantwortung oder Fachlaufbahn? Ist man bereit für einen neuen Job umzuziehen? Konzern, Mittelstand oder ein dynamisches Start-up-Unternehmen – wo sieht man sich?

Dies sind nur einige Beispielfragen, die man sich selbst am Beginn des Bewerbungsprozesses beantworten muss. Die Liste lässt sich individuell ergänzen. Am Ende sollte man sich nicht nur als private Person, sondern auch als

berufliche Persönlichkeit kennen. Damit bei der Entwicklung der Marke „Ich“ alle diese Aspekte so unter einem Hut zusammengebracht werden können, 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 für Stärken und Schwächen sein. Manchmal kann man so ganz neue Seiten entdecken oder eine Bestätigung der eigenen Wahrnehmung erhalten. In jedem Fall kann dieses Feedback die Marke „Ich“ insgesamt abrunden.

AIDA und andere Grundlagen

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. Es ist eine Formel, die man bei allen folgenden Aktivitäten stets im Hinterkopf behalten und beachten sollte. Diese Formel gibt die Reihenfolge der Reaktionen wieder, die man im Bewerbungsprozess beim Personalentscheider auslösen möchte. AIDA steht für die Begriffe:

- Attention – Achtung: Aufmerksamkeit wecken
- Interest – Interesse: Interesse hervorrufen
- Desire – Verlangen: den Wunsch nach dem persönlichen Kennenlernen auslösen
- Action – Aktion: eine Handlung bewirken. Am besten den Griff zum Telefonhörer, um den Bewerber zum Vorstellungsgespräch einzuladen.

Um dieses Ziel zu erreichen, sollten ein paar grundlegende Dinge beachtet werden, die wie die Leitplanken auf einer Autobahn funktionieren. Diese „Stra-

ße“ gibt Orientierung, zeigt, wo Gefahrenzone beginnt und wo die Gefahrenzone endet. Auf welcher Spur man schließlich in Richtung Traumjob fährt, kann man selbst entscheiden, solange man sich innerhalb der Leitplanken bewegt.

Qualität ist ein sehr wichtiger Faktor bei der Erstellung einer Bewerbung und damit eine der wichtigsten Leitplanken. Sie zeigt sich an vielen Stellen und trennt die sogenannten „seelenlosen Massenbewerbungen“ und andere fatale Beispiele von den überzeugenden, interessanten und am Ende erfolgreichen Bewerbungen ab. Bewerbungsun-

terlagen sind – unabhängig davon, ob online oder schriftlich eingereicht – die erste Wahrnehmung, die ein potentieller neuer Arbeitgeber von einem Kandidaten erhält. Und der erste Eindruck ist nicht nur im persönlichen Kontakt von elementarer Bedeutung, sondern auch 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 der Grund, warum ein Bewerber eine Absage erhält.

Ein klar strukturiertes, ansprechendes Layout ist ein wichtiger Baustein für eine positive Wahrnehmung.

Man kann beispielsweise eine Kopf- oder Fußzeile einfügen, in welche man seine Kontaktdaten aufnimmt. Die Unterlagen sehen so professioneller aus und man erspart dem Personalentscheider unnötiges Blättern oder Herumscrollen, wenn dieser direkt Kontakt aufnehmen möchte. Grundsätzlich sollte man immer die Bedürfnisse des Entscheiders im Auge behalten und nicht nur die Kontaktaufnahme, sondern auch das Auffinden wichtiger Informationen möglichst einfach ma-



chen. 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 Datei, in der alle Dokumente gebündelt übersandt werden. Alternativ kann eine Aufteilung in Anschreiben, Lebenslauf inklusive Deckblatt und 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 mit Persönlichkeit punkten

Im Anschreiben gilt es mit den Argumenten, die man im Prozess der Selbstanalyse als Top-Verkaufsargumente erarbeitet hat, zu überzeugen. Personalentscheider interessiert neben der fachlichen Eignung, auch die Persönlichkeit des Bewerbers sowie dessen Motivation. Um dies darstellen zu können, kann man einzelne Punkte aus der Stellenausschreibung als Anknüpfungspunkte aufgreifen. Das Anschreiben ist weder der Ort für Entschuldigungen und Erklärungen, dazu warum man das Anforderungsprofil möglicherweise nicht 100prozentig erfüllt, noch ist es der Raum für übertriebene Selbstdarstellung und Arroganz.

Ziel ist es, in wenigen Sätzen auf authentische und sympathische Art Interesse zu wecken und sich als fachlich und persönlich geeigneter

Kandidat für die Stelle oder das Unternehmen zu präsentieren. Ein gutes und individuelles Anschreiben braucht daher seine Zeit und ist ein wichtiger Faktor in Sachen Qualität.

Das Deckblatt ist der Blickfänger

Das Deckblatt einer Bewerbung erfüllt denselben Zweck wie das Cover einer Zeitschrift. Ein Hingucker, der das Interesse zum Lesen wecken soll. Neben dem Bewerbungsfoto, welches in Deutschland seit Einführung des Allgemeinen Gleichstellungsgesetzes (AGG) kein „Muss“ mehr ist, aber dennoch von Personalchefs oder Ausbildern häufig erwartet wird, enthält das Deckblatt üblicherweise noch die Kontaktdaten des Bewerbers und einen Hinweis darauf, auf welche Stelle man sich bewirbt.

Bitte lächeln: das Foto als Sympathieträger

Bewerbungsfotos sind ein steter Quell der Unsicherheit. Dabei ist beispielsweise die Frage, ob farbig oder schwarz/weiß nicht kriegsentscheidend. 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. Zu vermeiden sind auf jeden Fall abgedroschene Managerposen und Bilder, die zu Hause mal eben vor der weißen Wand im Flur mit dem Mobiltelefon geschossen werden. Qualität liefert beim Bewerbungsfoto im Regelfall nur ein Profi.

Beim Lebenslauf sind Übersichtlichkeit und Struktur besonders wichtig. Der Personalentscheider muss sich schnell einen guten Überblick über den bisherigen Werdegang und den Erfahrungsschatz des Bewerbers verschaffen können. Oberbegriffe wie

- Persönliche Daten,
 - Ausbildung und Studium,
 - beruflicher Werdegang usw.
- schaffen hier die erforderliche Struktur.

Klare Gliederung für den Lebenslauf

Der Werdegang kann klassisch-chronologisch oder – wie es sich in den letzten Jahren zunehmend durchsetzt – in der sogenannten 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. In der Literatur viel diskutiert und am Ende doch einfache Geschmackssache ist der Punkt Hobbies, 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 so oft, gilt es auch hier, sich auf das Wesentliche zu konzentrieren. Eine gute Qualität von Kopien oder Scans versteht sich von selbst.

Und dann?... Warten, warten, warten

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 dem Personalentscheider nachhaltiges Interesse an der Position und kann so manchmal auch der letzte Mosaikstein sein, der den Weg zur Einladung für ein Vorstellungsgespräch bereitet. ■



Nach erfolgreicher Bewerbung kommt oft die Einladung zum Vorstellungsgespräch. Das bringt den Traumjob einen Schritt näher. | Foto: David-Teamen/Shutterstock.com