

Die WOW!-Bewerbung

Wie Sie Ihre Bewerbung richtig in Szene setzen

Dr. Michaela Moser



Download free books at

bookboon.com

Dr. Michaela Moser

Die WOW!-Bewerbung

Wie Sie Ihre Bewerbung richtig in Szene setzen

Die WOW!-Bewerbung: Wie Sie Ihre Bewerbung richtig in Szene setzen

1. Auflage

© 2013 Dr. Michaela Moser & bookboon.com

ISBN 978-87-403-0610-1

Inhalt

	Die Autorin	7
	Das Unternehmen	8
	Vorwort	9
1	Einleitung	11
2	Der WOW!-Effekt	12
2.1	Total Recall	12
2.2	Wann es WOW! macht	13
3	Wovon Personaler träumen	18
3.1	Superman gesucht	18
3.2	Superman gefunden	20

THE
WET PROCESSING
COMPANY

R | E | N | A | .

**Gemeinsam
auf Erfolgskurs.**

Wir sind als Anlagenbauer
weltweit zu Hause in den
Branchen:

- Solartechnik
- Halbleitertechnik
- Mikrosystemtechnik
- Medizintechnik
- Leiterplattentechnik

www.rena.com



4	Storytelling	22
4.1	Immer weiter auf der Leiter	22
4.2	Ich bin dann mal weg	23
4.3	Wenn die Liebe zerbricht	24
4.4	Die richtige Dezibel	26
5	Von Feintunern und Pinocchios	29
6	Zwei vom gleichen Schlag	30
7	Die hübsche Verpackung	32
7.1	Der perfekte Anstrich	32
7.2	Ein Bild von einem Bewerber	33
8	Immer für eine Überraschung gut	36
8.1	Seien Sie eine Peperoni!	36
8.2	Das Krokodil im Gartenteich	39
9	Überzeugen durch Zeugen	41

SIEMENS

Fabian Runte
Social-Media-Spezialist
Human Resources

Das ist der Typ, der die meiste Arbeitszeit auf Facebook verbringt.

Und dafür sorgt, dass sich dort noch mehr Menschen mit uns austauschen.

Finden Sie, der Start ins Berufsleben sollte der Start einer erfolgreichen Karriere sein? Dann machen Sie es wie Fabian Runte und wählen Sie den Karriereeinstieg bei Siemens. Von Beginn an konnte Fabian sein im Studium erworbenes Wissen bei der Konzeption länderübergreifender

Dialogmaßnahmen in einem internationalen Umfeld anwenden - und verantwortet mittlerweile den Social-Media-Auftritt von Siemens. Wenn Sie an Einstiegsmöglichkeiten mit Aufstiegschancen interessiert sind, schicken Sie uns jetzt Ihre Bewerbung.

siemens.de/jobs



10	Der Preis ist heiß	42
11	Wecke den Tiger in Dir!	44
12	WOW!-Regeln auf einen Blick	46
13	Schlusswort: Ab geht die Post	47
14	Weiterführende Literatur	48
15	Zitate	49
16	Endnotes	50

An advertisement for SKF. It features a woman with long dark hair smiling in the foreground, with a blurred wind turbine in the background. The text 'Brain power' is written in large white letters. To the right, there is a paragraph about wind energy and SKF's role. Below that, another paragraph mentions reducing costs through SKF's systems. The SKF logo is in the bottom right corner.

Brain power

By 2020, wind could provide one-tenth of our planet's electricity needs. Already today, SKF's innovative know-how is crucial to running a large proportion of the world's wind turbines.

Up to 25 % of the generating costs relate to maintenance. These can be reduced dramatically thanks to our systems for on-line condition monitoring and automatic lubrication. We help make it more economical to create cleaner, cheaper energy out of thin air.

By sharing our experience, expertise, and creativity, industries can boost performance beyond expectations. Therefore we need the best employees who can meet this challenge!

The Power of Knowledge Engineering

Plug into The Power of Knowledge Engineering.
Visit us at www.skf.com/knowledge

SKF



Die Autorin



Michaela Moser ist Geschäftsführerin der Personal- und Managementberatung evitura GmbH. Als Spezialistin für die Themen „Work-Life-Balance“ und „Burnout“ beschäftigt sie sich ausgiebig mit Strategien der Stressbewältigung und dem richtigen Umgang mit Burnout im Zusammenhang mit dem Beruf und der Karriereplanung.

Michaela Moser begleitet Menschen bei ihrer Suche nach neuen Lebens- und Karrierezielen und lädt zu neuen Perspektiven ein. Mit gezielten Coachings unterstützt sie Bewerber bei der Erstellung Ihrer Bewerbungsunterlagen. Als geprüfte Mediatorin hilft sie bei der Auflösung von Stresssituationen, die durch Konflikte am Arbeitsplatz entstehen.

Die promovierte Diplom-Kauffrau verfügt über langjährige Erfahrung im Management international tätiger Konzerne, u.a. als obere Führungskraft eines international tätigen Baukonzerns sowie als Geschäftsführerin einer Konzerngesellschaft, deren Gesellschaftszweck sich auf die Optimierung von Bauprozessen mittels digitaler 3D-Modelle erstreckt. In diesen Funktionen konzentrierte sie sich auf den Aufbau und die Gestaltung von Organisationsstrukturen und -prozessen. Aufgrund dieser Tätigkeiten sind ihr die damit verbundenen politischen Probleme in einem Großkonzern und die konstruktive Konfliktlösung im Rahmen hierarchischer Wirtschaftsstrukturen sowie Change-Management-Prozessen bestens vertraut.

Michaela Moser ist Leiterin des Bereichs Soziale Kompetenzen an der Europäischen Fachhochschule in Brühl. In dieser Position ist sie auch für die Förderung junger Talente und die Karriereplanung der Studentinnen und Studenten verantwortlich. Die Kombination aus wissenschaftlichen Erkenntnissen mit praktischen Erfahrungen sowie die analytische, innovative und lösungsorientierte Herangehensweise an Beratungsprojekte zeichnet sie aus.

Das Unternehmen

Die evitura GmbH (www.evitura.de) bietet als Personal- und Managementberatung mit Sitz in Köln umfassende Beratung zur Bewerbung, Karriereplanung und dem Konfliktmanagement. Mit ihrem Firmennamen steht sie für Innovationskraft, mit der sie ihre Kunden dynamisch und kreativ bei dem konsequenten Auf- und Ausbau ihrer Erfolgsfaktoren unterstützt.

Neben dem Buchverlag eviturabooks (www.eviturabooks.de) ist die evitura GmbH auch Inhaberin des online-Bewerbungsshopps www.jobkomet.de, der professionelle Design-Vorlagen für Bewerbungen beinhaltet. Gemeinsam mit der Vorlage erhalten Sie für Ihr Anschreiben Textvorschläge, die je nach Karrierestatus (Praktikant, Trainee, Fachkraft, Führungskraft) unterschiedlich ausgestaltet sind. Dort finden Sie auch ausführliche, kostenlose Check-Listen sowie Tipps und Tricks für Ihre WOW!-Bewerbung.



Vorwort

Liebe Leserinnen und Leser,

dieses E-Book verspricht Ihnen eins: Wenn Sie sich fünfzehnmal bewerben, erhalten Sie zehn Einladungen zum Vorstellungsgespräch, vorausgesetzt Sie beachten einige wichtige Marketing-Regeln bei der Erstellung Ihrer Bewerbungsunterlagen.

Sie sind der Meinung, dieses Versprechen ist bloßer Unfug, ein schöner Traum und völlig unrealistisch: Richtig? Falsch! Dieser Traum kann für jeden Bewerber durchaus Realität werden! Die Lösung? Schreiben Sie eine WOW!-Bewerbung! Wie das geht, davon handelt dieses Buch.

Es soll Ihnen als systematischer Leitfaden und kompetenter Ratgeber optimale Orientierungshilfe und Anleitung geben zur Erstellung Ihrer aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen. Sie eignen sich Schritt für Schritt das notwendige Know-how an für die Gestaltung Ihrer maßgeschneiderten WOW!-Bewerbung.

Lassen Sie mich an dieser Stelle aber von vornherein eins klarstellen: Ganz bestimmt erhalten Sie in diesem E-Book keine Standardtipps, die Ihnen ohnehin schon bekannt sind. Dass die Bewerbungsunterlage mehr erfordert, als schnell am Frühstückstisch zwischen Marmeladenbrot und Kaffee erstellt zu werden, dürfte durch eine Vielzahl von Bewerbungsratgebern mehr als klar sein.

Auch alle diejenigen, die auf ein Patentrezept mit standardisierten Formulierungen hoffen, muss ich enttäuschen. Die Positionen, beruflichen Lebensläufe und Rahmenbedingungen jedes Einzelnen differieren einfach zu stark, um sie in ein allgemeingültiges Formulierungskorsett zu pressen. Was für den einen gut ist, muss für den anderen nicht zutreffend sein.

Vielmehr gebe ich Ihnen die Grundregeln an die Hand, mit denen Sie Ihr Können in Ihrer Bewerbungsunterlage mit einer individuellen Inszenierungsstrategie richtig in Szene setzen. Mit einer WOW!-Bewerbung überzeugen Sie Personalentscheider davon, dass Sie die beste Wahl für den angestrebten Job sind.

In diesem Sinne wünsche ich Ihnen viel Spaß beim Lesen und der Erarbeitung Ihrer Bewerbungsunterlagen. Möge Ihre nächste Bewerbung zu einer WOW!-Bewerbung werden und das Interesse finden, das Sie verdienen!

Herzliche Grüße

Ihre



PS:

Wie Ludwig van Beethoven einst festhielt: „Sich selbst darf man nicht für so göttlich halten, dass man seine eigenen Werke nicht gelegentlich verbessern könnte.“ Deshalb meine persönliche Bitte an Sie: Geben Sie mir Feedback zu diesem Buch. Ich bin sehr daran interessiert zu erfahren, welchen Nutzen und Erkenntnisgewinn es Ihnen im Bewerbungsprozess gebracht hat. Meine E-Mail-Adresse lautet: m.moser@evitura.de. Ich freue mich auf einen regen Kontakt und Gedankenaustausch mit Ihnen. Selbstverständlich werde ich Ihre Feedbacks, Aussagen und Meinungen streng vertraulich behandeln.

1 Einleitung

„Eigenlob stinkt!“, „Sei ruhig!“ oder „Sei bescheiden!“. Wer kennt sie nicht die Sprüche, die uns während unserer Kindheit von unserer Umwelt mit auf den Lebensweg gegeben wurden und sich häufig als feste Glaubenssätze und starre Denkstrukturen in unser Unterbewusstsein gebrannt haben. Leider sind es genau diese Sprüche, die uns bei der Erstellung unserer Bewerbungsunterlagen oftmals gewaltig im Weg stehen. Sie haben zur Folge, dass wir uns unter Wert verkaufen, bescheiden sind und darauf hoffen, auch so aufzufallen anstatt aktiv daran zu arbeiten. Schade! Denn im Bewerbungsprozess steht uns falsche Bescheidenheit mächtig im Weg.

Gut zu sein, genügt heute nicht mehr, um erfolgreich zu sein. Wir müssen es auch zeigen! Sabine Asgodom, eine bekannte Trainerin im Bereich der Selbst-PR, hat diesen Redewendungen deshalb gleich ein anderes Selbstverständnis gegeben: Eigenlob stimmt!

Das Bewerbungsmotto lautet daher:

BeWerben kommt von Werben, also werben Sie für sich in eigener Sache.

Eigenwerbung ist ein wichtiger Baustein für den Erfolg Ihrer Bewerbung. Immerhin ist die Bewerbung Ihr Aushängeschild, Ihre Visitenkarte und Ihr Differenzierungsmerkmal gegenüber anderen (Wett-) Bewerbern.

Es geht dabei nicht um Schaumschlägerei, mit der Sie auf plumpe Art und Weise Reklame für sich machen. Spätestens im Vorstellungsgespräch wird sie ohnehin enttarnt. Nein! Mit dem WOW!-Effekt verkaufen Sie Ihre persönlichen und beruflichen Vermögenswerte in der Bewerbung geschickt und intelligent. Egal, ob Initiativ-, E-Mail- oder Online-Bewerbung mit dem 1 × 1 des WOW!-Effektes machen Sie aus einer Durchschnittsbewerbung eine Bewerbung mit Pfiff. Nur so gewinnen Sie den Kampf um die besten Arbeitsstellen.

Hinweis:

Die Regeln, wie Sie sich positiv von der Masse der 08/15-Bewerbungen absetzen, sind in den einzelnen Kapiteln dieses Buches mit einem **Wow!** besonders gekennzeichnet und am Ende des Buches noch einmal abschließend zusammengefasst.

2 Der WOW!-Effekt

2.1 Total Recall

Was aber genau ist der WOW!-Effekt einer Bewerbung?



Greifen wir zur Klärung auf die englische Wortherkunft zurück. „To WOW! someone“ heißt auf Deutsch so viel wie jemanden begeistern. Genau darum geht es bei der WOW!-Bewerbung: Ums Begeistern.

SIMPLY CLEVER

ŠKODA



We will turn your CV into
an opportunity of a lifetime

As a ŠKODA AUTO constructor you will be working with the most modern technologies. We are always looking for new innovative solutions that can make the world a better place. Send us your CV. You will be surprised where it can take you.

www.employerforlife.com



Wenn Ihre Bewerbung den WOW!-Faktor haben soll, dann muss es ihr gelingen, den Personalverantwortlichen derart zu fesseln, dass er bei der ersten Durchsicht automatisch den Wunsch verspürt, Sie zu einem persönlichen Gespräch einzuladen, um Sie näher kennenzulernen. Sein Interesse an Ihnen wird durch die WOW!-Bewerbung ernsthaft geweckt, denn Begeisterung macht neugierig.

Liest man Ihre Bewerbung, muss man jubelnd feststellen: „Mensch! Genau diesen Bewerber suchen wir!“ Das ist der WOW!-Effekt Ihrer Bewerbung. Er macht bei Bewerbungen den Unterschied zwischen bloß zufriedenstellenden Bewerbungen und solchen, die bei Personalverantwortlichen richtig gut ankommen.

WOW! - Regel: Erzeugen Sie Begeisterung!

Laut neurowissenschaftlichen Studien aktiviert Begeisterung im Gehirn das Emotionszentrum, wodurch Endorphine – also Botenstoffe, die für das Glücksgefühl verantwortlich sind – ausgeschüttet werden. Glücksgefühle steuern dann wiederum das Erinnerungsvermögen.

Nun will ich nicht so weit gehen, dass ich Sie für die Glücksgefühle der Personaler verantwortlich mache. Aber ich möchte Sie schon dazu ermuntern, in Ihre Bewerbungen das nötige Begeisterungspotenzial einzubauen. Begeisterung ist eine positive Emotion mit der positiven Kraft, Ihnen die Türen zu einem neuen Arbeitsplatz zu öffnen. Sie baut Widerstand ab und motiviert, Sie bei der Erreichung Ihrer Ziele zu unterstützen.

Mit der erzeugten Begeisterung bleibt eine WOW!-Bewerbung im Gedächtnis und erzielt beim Empfänger einen hohen, positiven Erinnerungswert. Wenn man über die ausgeschriebene Stelle spricht, auf die Sie sich mit einer WOW!-Bewerbung beworben haben, wird man damit unweigerlich Ihren Namen und Lebenslauf positiv in Verbindung bringen.

Überprüfen Sie daher Ihre Bewerbungen immer auf ihr Begeisterungspotenzial!

2.2 Wann es WOW! macht

Personalreferenten sind häufig Ansprechpartner für eine Vielzahl zu besetzender Stellen und empfangen in der Ausschreibungsphase oftmals eine Flut von Bewerbungen auf ihre Stellenanzeigen. Es wird deshalb immer schwieriger, mit einer Bewerbung die Aufmerksamkeit der Personalrekrutierer zu erreichen.

Wen wundert dann noch das Ergebnis einer Umfrage der Internet-Jobbörse Careerbuilder, demzufolge Personalentscheider einer Bewerbung höchstens 30 Sekunden ihrer Zeit widmen.¹ Die Aufmerksamkeit des Personalverantwortlichen ist zum knappen Gut geworden und nur ein kurzes Sichten Ihrer Unterlagen entscheidet über Ihre berufliche Zukunft.

eBooks kostenlos herunterladen auf bookboon.com

Es muss Ihnen daher mit Ihrer Bewerbungsunterlage gelingen, das Interesse des zuständigen Empfängers schon bei der ersten Durchsicht zu wecken und zu halten.

Dies gilt umso mehr,

- je höher Sie in der Hierarchie aufsteigen (Fach- und Führungskräfte),
- je größer und bekannter das Unternehmen ist, bei dem Sie sich bewerben,
- je angespannter die konjunkturelle Lage ist,
- beim Berufseinstieg,
- in gesättigten Branchen.

In diesen Fällen ist mit einem hohen Wettbewerb zu rechnen, so dass eine mittelmäßige Bewerbung nicht mehr ausreicht, um sich am Arbeitsmarkt gegenüber anderen Bewerbern durchzusetzen.

Die Aufmerksamkeit des Personalers wecken Sie durch Schlüsselreize in der Bewerbung, die Sie aus der Masse der Bewerbungen hervorstechen lassen. Alle Reize, die keine Aufmerksamkeit erhalten, gehen verloren. Dabei gilt der Grundsatz: Je ausgefallener die Bewerbung ist und je stärker die Sinnesorgane angeregt werden, umso stärker die Aufmerksamkeit. Selbstredend, dass an dieser Stelle natürlich nur solche Maßnahmen gemeint sind, die eine positive Aufmerksamkeit erzeugen.

Wenn die wahrgenommenen Schlüsselreize bei dem Personalverantwortlichen Begeisterung auslösen, haben Sie gute Aussichten auf Erfolg. Begeisterung entsteht immer dann, wenn man etwas Positives erlebt, mit dem man nicht gerechnet hat – also etwas völlig Unerwartetes eintritt. Marketing-Fachleute sprechen dann von Customer Excitement.²

WOW! - Regel: Überraschen Sie!

Es ist also ratsam, in Ihre Bewerbung solche Reize als Stimuli einzubauen, die über die Sinne „Schmecken, Fühlen, Hören, Sehen, Riechen“ als außergewöhnlich, neu und ungewohnt wahrgenommen werden. Das weckt die Neugier. In diesen Fällen steigen Ihre Chancen auf eine Einladung zum Assessment Center, Telefoninterview oder persönlichen Vorstellungsgespräch.

Die Intensität der Begeisterung ergibt sich aus dem Delta zwischen den Erwartungen an eine Bewerbung und dem tatsächlichen Erleben, mit dem die Erwartungen deutlich übertroffen werden. Je größer dieses Delta ausfällt, umso größer ist der WOW!-Effekt Ihrer Bewerbung.

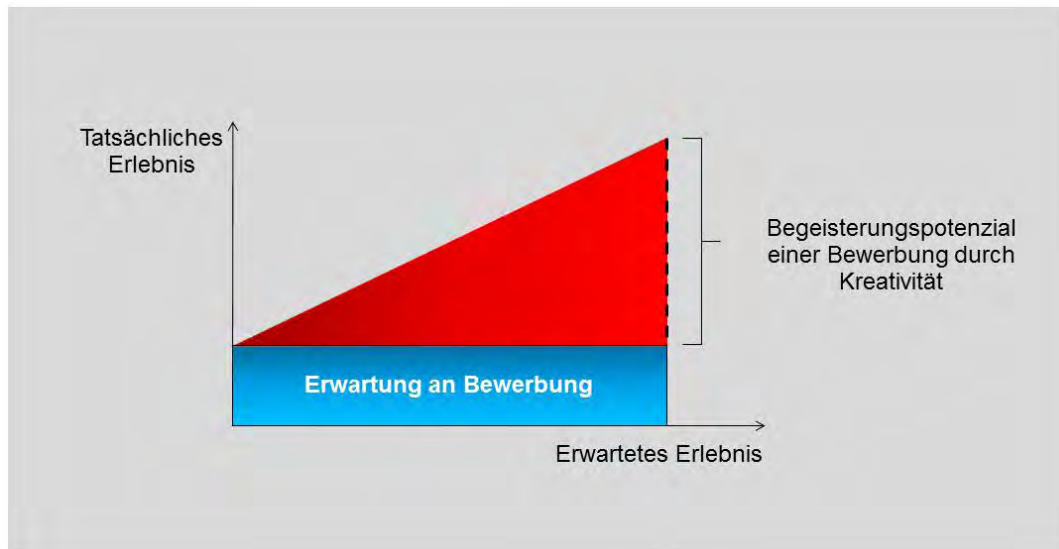


Abbildung 1: Das Begeisterungspotenzial Ihrer Bewerbung

Die Intensität des WOW!-Effekts steigt also mit dem Begeisterungspotenzial. Je mehr Begeisterung Sie auf Seiten des Personalers hervorbringen, umso intensiver ist der WOW!-Effekt. Überzeugen kann Ihre Bewerbung daher nur dann, wenn Sie Ihrer Bewerbung ein Gesicht geben und nicht nach Schema F verfahren.

Ich möchte einen Job, der mich fordert. In einem Unternehmen, das mich fördert. Euer Angebot, E.ON?

Lieber Herr Hensley, bei uns treiben Sie nicht nur die Zukunft der Energie, sondern auch Ihre Karriere voran.

Ganz gleich, in welcher Funktion: Neben anspruchsvollen Projekten bieten wir Ihnen erstklassige Entwicklungsmöglichkeiten. Ob Marketing, Finanzen, Personal oder Strategie – stellen Sie mit uns die Weichen für die Zukunft und verbinden Sie die spannenden Herausforderungen der Energiebranche mit den internationalen Karrierechancen eines Global Players.

Ihre Energie gestaltet Zukunft.

www.eon-karriere.com

e-on



Das Bewerbungsmotto lautet:

So wenig Allgemeines wie nötig und so viel persönliche Note wie möglich.

Je mehr Sie an fertigen Musterlösungen und Standardratschlägen festhalten, umso weniger wird Ihr Bewerbungsschreiben auffallen. Verschicken Sie daher keine Postwurfsendung, bei der Sie nach der Me-too-Strategie andere kopieren und die Bewerbungsunterlage durch copy and paste erstellen. Geben Sie anstedessen Ihrer Bewerbung Individualität. Bewerbungen mit dem WOW!-Effekt müssen Leuchtsignale an den Empfänger senden, mit denen Sie die Neugier des Lesers und Lust auf „Mehr“ wecken.

Die Abbildung 2 veranschaulicht den WOW!-Prozess.

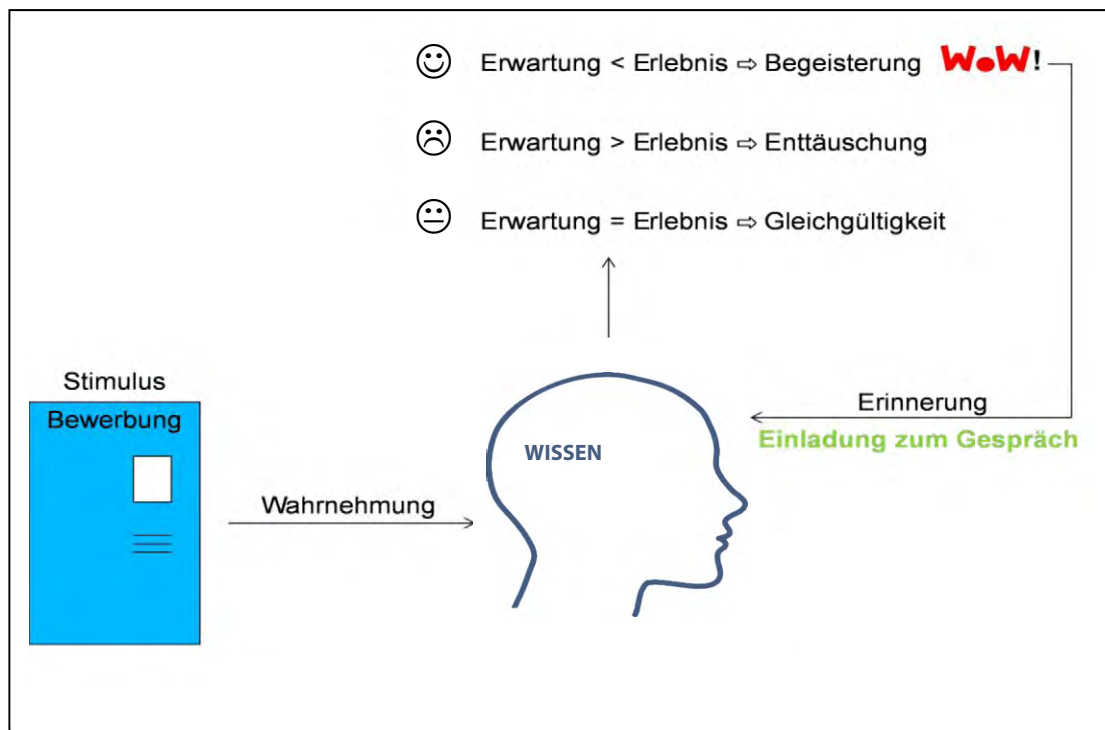


Abbildung 2: Der WOW!-Prozess

Damit hängt der Überraschungseffekt ab von

a) den Erwartungen des Empfängers an die eingehenden Bewerbungen

und

b) Ihrer Kreativität bei der Erstellung Ihrer Bewerbungsunterlagen, mit der Sie die Erwartungen des Personalrekrutierers übertreffen müssen.

Je niedriger die Erwartungen an den Bewerber und seine Bewerbungsunterlagen sind, umso leichter ist es, den Personalverantwortlichen zu überraschen. Umgekehrt gilt dann natürlich, dass Sie umso mehr Kreativität aufbringen müssen, um denselben intensiven WOW!-Effekt herzustellen, je höher die Erwartungen des Personalrekrutierers an die Bewerbungen sind.

Die Abbildung 3 verdeutlicht diesen Zusammenhang.

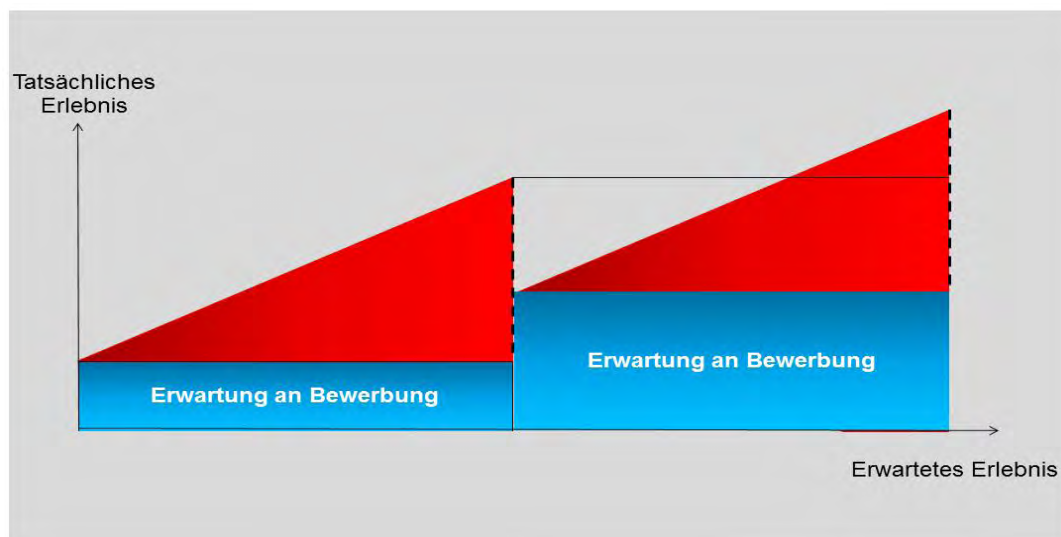


Abbildung 3: Notwendigkeit einer erhöhten Kreativität bei erhöhten Erwartungen

1

Ein Karrieretipp:
Als linke und rechte
Hand des Vorstands
tragen Sie vom
ersten Tag an
Verantwortung.

Eva-Maria Ackermann, Teilnehmerin Vorstandsassistentenprogramm



Vorstandsassistentenprogramm

Der Einstieg für High Potentials. Entwickeln Sie sich in 6 bis 8 Jahren ins Senior Management der Allianz. Wir unterstützen Sie dabei.

www.perspektiven.allianz.de

Allianz





3 Wovon Personaler träumen

3.1 Superman gesucht

Die WOW!-Bewerbung erfüllt zunächst einmal die Erwartungen, die Personaler an die Bewerbung stellen. Um dieses Ziel zu erreichen, müssen Sie wissen, was Personaler sich wünschen und ob sie Sie überhaupt suchen. Ansonsten können Sie sich eine Bewerbung von vornherein sparen.

WOW! - Regel: Analysieren Sie Personalerträume!

Finden Sie deshalb heraus, welche Anforderungen man an den idealen Kandidaten stellt. Nicht jeder Personaler träumt nämlich von demselben Bewerber. Je nach Unternehmen und Branche sind die Inhalte ihrer Träume grundverschieden.

Die Personalerträume stehen explizit in den Stellenanzeigen, die sie in Zeitungen, Magazinen oder online-Stellenbörsen inserieren. Sie spiegeln im Idealfall zunächst die Anforderungen des Unternehmens an den Wunschkandidaten wider und beschreiben die Idealbesetzung. Die Stellenanzeigen sind daher für jeden Bewerber Pflichtlektüre und ihre sorgfältige Analyse regelmäßige Aufgabe auf dem Weg zu einer neuen Stelle. Je besser ein Bewerberprofil diese Anforderungen abdeckt, umso größer ist die Chance, mit der Bewerbung erfolgreich zu sein. Eine hohe Trefferquote erreicht derjenige, der die Stellenanzeigen ausführlich studiert hat.

In professionellen Stellenanzeigen finden Sie alle Informationen, die Sie für Ihre Bewerbung brauchen:

- die Positionsbezeichnung,
- die Hard Facts zum Unternehmen,
- die Aufgabenbeschreibung der zu besetzenden Position,
- das Anforderungsprofil,
- Zusatzinformationen.



Lassen Sie sich aber nicht von den hohen Anforderungen abschrecken, die so manche Stellenanzeige beinhaltet! Personaler suchen zunächst grundsätzlich erst einmal Superman und Superwoman und nehmen in das Anforderungsprofil eine ganze Liste von Anforderungen auf, von denen man sich bewusst ist, dass sie kaum ein Bewerber erfüllt.

Auch wenn Sie nicht die überirdischen Eigenschaften und Fähigkeiten von Superman und Superwoman besitzen, haben Sie weiterhin gute Chancen, mit Ihrer Bewerbung erfolgreich zu sein, wenn Sie

- die Pflichtanforderungen der Stellenanzeige und
- etwa 70% bis 80% der Nice-to-have-Anforderungen erfüllen.

Neben den Stellenanzeigen lohnt sich im Übrigen auch ein Blick auf die Unternehmens-Websites. Professionelle Seiten geben einen weiteren Eindruck davon, welche Mitarbeiter sich das Unternehmen wünscht.

Im Zweifelsfall können Sie die Wichtigkeit der Anforderungen in einem persönlichen Telefonat erfragen. Sie erhalten dann Klarheit darüber, was wichtig ist und ob Sie auch gute Chancen hätten, zu einem Bewerbungsgespräch eingeladen zu werden, wenn Sie nicht alle Anforderungen der Stellenanzeige erfüllen.

Bei der Analyse der Stellenanzeigen empfiehlt es sich, einen Perspektivenwechsel vorzunehmen. Nehmen Sie bei der Erstellung Ihrer Bewerbung immer die Sicht des Personalverantwortlichen ein und versetzen Sie sich in seine Lage. Fragen Sie sich dabei:

- Was würden Sie an seiner Stelle wollen?
- Wen würden Sie an seiner Stelle suchen und einstellen?
- Welche Fähigkeiten und Eigenschaften sollte der Bewerber mitbringen, damit er interessant ist?
- Welche Probleme hätten Sie an seiner Stelle zu lösen?
- Welche Bedenken oder Bauschmerzen hätten Sie an seiner Stelle mit Ihrer Bewerbung?

Dieser Perspektivenwechsel wird Ihnen wichtige Erkenntnisse liefern und Sie können viele Fragen der Personaler zu Ihrer Bewerbung im Anschreiben schon vorwegnehmen.

3.2 Superman gefunden

Ebenso wie Sie versuchen, im Laden für Ihr Geld die bestmögliche Leistung zu erzielen, versucht der Arbeitgeber, diejenigen aus der Masse der Bewerbungen herauszufiltern, die ihm die beste Arbeitsleistung versprechen. Eine Bewerbung löst deshalb nur dann den vielversprechenden Begeisterungseffekt aus, wenn sie nach dem Schlüssel-Loch-Prinzip vermittelt, dass der Bewerber die ideale Besetzung ist, um die Lücke der ausgeschriebenen Position perfekt auszufüllen. Der Bewerber erscheint für diese Position wie gemacht und ist nicht beliebig durch Mitbewerber austauschbar.

WOW! - Regel: Seien Sie die Idealbesetzung!

Um nach dem Highlander-Prinzip („es kann nur einen geben!“) einen WOW!-Effekt in Ihre Bewerbung einzubauen, muss sie dem potenziellen Arbeitgeber im Bewerbungsprozess ein attraktives Angebot nach dem Win-Win-Prinzip vermitteln. Stellt er den Bewerber ein, werden beide Seiten gewinnen: Der Bewerber, denn er hat die angestrebte Arbeitsstelle erhalten und ebenso der einstellende Arbeitgeber, der gemeinsam mit dem Bewerber noch erfolgreicher wird.

In der WOW!-Bewerbung schlagen Sie die Brücke zwischen Ihren beruflichen Stärken sowie bisherigen Erfahrungen und den Erwartungen des Arbeitgebers. Der WOW!-Kandidat vermittelt den Eindruck, dass er in der Lage ist, die Aufgaben der ausgeschriebenen Position persönlich sowie fachlich fundiert und langfristig mit Erfolg zu meistern. Heben Sie deshalb in Ihrer Bewerbungsunterlage nur diejenigen Positionen, Tätigkeiten und Projekte Ihres Lebenslaufs besonders hervor, die in direktem Zusammenhang zu den Anforderungen der ausgeschriebenen Stelle stehen. Je stabiler diese Brücke ist, umso größer sind Ihre Chancen, zu einem persönlichen Gespräch eingeladen zu werden.

Klären Sie im Vorhinein, ob Sie die Anforderungen einer Idealbesetzung erfüllen und sammeln Sie Ihre Verkaufsargumente. Setzen Sie dabei Ihre gesamte Verkaufspower ein. Ein Personaler macht sich heute nicht mehr die Mühe, Ihre Verkaufsargumente aus der Bewerbungsmappe heraus selbst zu interpretieren. Er erwartet von Ihnen, dass Sie Ihre Verkaufsargumente selbst klar, deutlich und ohne Interpretationsspielräume darlegen. Er erwartet eine passgenaue Präsentation Ihrer Positionstauglichkeit. Je sorgfältiger Sie deshalb vorab Ihre Stärken und Qualifikationen in Bezug auf das Anforderungsprofil analysiert haben, umso größer sind die Aussichten auf Erfolg.

Neben den fachlichen, methodischen und sozialen Fähigkeiten stellt die Bewerbung auch dar, dass die Persönlichkeit zu der ausgeschriebenen Stelle und zu der Kultur des ausschreibenden Unternehmens passt. Wer sich etwa als eher introvertierter Mensch auf eine Position als Vertriebsrepräsentant im Außendienst bewirbt, sollte sich ernsthaft fragen, ob er leisten kann, was verlangt wird.

Bewerbungen mit WOW!-Effekt bieten echten Content an. Untermauern Sie daher Ihre Behauptungen mit konkreten Beispielen! Sätze wie „meine erfolgsorientierte Arbeitsweise...“, sind zwar nett und auch nicht falsch, sind aber schlichtweg durch nichts belegt. Eine bloße Behauptung ist nicht ausreichend. Führen Sie diese im Anschreiben nur dann an, wenn Sie diese durch Ihre bisherigen Tätigkeiten und Projekte belegen können! Sie zeigen so, dass Sie das Anforderungsprofil der Stellenanzeige eingehend reflektiert haben und wissen, worauf Sie sich einlassen.

Liefern Sie aber niemals mehr als für den Nachweis Ihrer Eignung in Bezug auf die ausgeschriebene Stelle notwendig ist! Superman gesucht – Superman gefunden ist die Devise. Floskeln und Belangloses interessieren den Personalverantwortlichen nicht. Er will positionsbezogene Fakten emotional verpackt in einfachen, kurzen Sätzen. Ein Bewerbungsanschreiben umfasst deshalb idealerweise nicht mehr als eine Seite. Kommen Sie auf den Punkt: short and simple!



4 Storytelling

4.1 Immer weiter auf der Leiter

Eine WOW!-Bewerbung enthält einen roten Faden, der durch den Aufbau einer Erfolgsstory gekennzeichnet ist. Sie vermittelt einerseits, dass die bisher eingenommenen Positionen durch den Bewerber schlüssig aufeinander aufbauen. Andererseits zeigt sie plausibel auf, dass die anvisierte Position eine logische Weiterentwicklung des bisherigen beruflichen Lebenslaufs darstellt.

Der rote Faden der Erfolgsstory besteht aus den Strängen

- Fachrichtung,
- Tätigkeit,
- Branche,
- Arbeitgebergröße,
- Arbeitgebertyp.³

Je klarer diese Stränge in der Bewerbung zu einem Gesamtstrang zusammengefügt sind, umso einfacher ist es, den beruflichen Lebenslauf nach außen zu verkaufen.

WOW! - Regel: Zeigen Sie den roten Faden auf!

Positives Beispiel:

Nach dem Studium der Betriebswirtschaftslehre mit den Schwerpunkten Controlling, Unternehmensführung und betriebswirtschaftliche Steuerlehre fängt Herr Meier als Junior Controller in der Controlling-Abteilung eines MDAX-Konzerns an. Nach drei Jahren wird er zum Senior Controller befördert. Wiederum zwei Jahre später übernimmt er in derselben Abteilung die Teamleitung für den Bereich Unternehmensplanung. Im Alter von 35 Jahren wird Herr Meier kaufmännischer Geschäftsführer einer kleinen Tochtergesellschaft des Konzerns mit einem Umsatzvolumen von 20 Mio. Euro. Mit Anfang 40 bewirbt sich Herr Meier für den Posten eines kaufmännischen Geschäftsführers bei einer Konzerngesellschaft derselben Branche. Diese Gesellschaft ist mit 100 Mio. Euro Jahresumsatz deutlich größer.

Der Lebenslauf von Herrn Meier ist sehr konsequent geplant. Neben der stetigen Aufwärtsbewegung zeigt er einen roten Faden auf, der gekennzeichnet ist durch die Fachrichtung und die Branche. Diesen roten Faden gilt es in der WOW!-Bewerbung herauszuarbeiten und in Anschreiben und Lebenslauf darzulegen.

Negatives Beispiel:

Herr Meier hat Betriebswirtschaftslehre mit den Schwerpunkten Controlling, Unternehmensführung und betriebswirtschaftliche Steuerlehre studiert. Nach dem Studium bewirbt er sich als Junior Produktmanager in einer kleinen Firma der Telekommunikationsbranche. Nach zwei Jahren in dieser Position merkt er, dass ihm diese Aufgabe überhaupt nicht liegt. Er möchte gerne in die Personalabteilung wechseln. Da der Vater von Herrn Meier gute Kontakte hat, „versorgt“ er seinen Sohn als Personalreferent in eine mittelständische Firma der Baubranche.

Der Lebenslauf von Herrn Meier wirft viele Fragen auf, da er durch häufige Wechsel weder der Fachrichtung treu bleibt noch der Branche.

Suchen Sie daher in Ihrer Bewerbung immer nach dem verbindenden Element zwischen Ihren bisherigen beruflichen Positionen und der angestrebten Position, auf die Sie sich bewerben. Wer diese Verbindungen in der WOW!-Bewerbung zu einer Erfolgsstory herausarbeitet, ist im Bewerbungsverfahren klar im Vorteil.

4.2 Ich bin dann mal weg

Personaler wünschen sich perfekte Lebensläufe. Größere Lücken von mehreren Monaten oder Jahren nach dem Prinzip „ich bin dann mal weg“ mögen sie nicht wirklich. Geradlinige Lebensläufe wird es aber in Zukunft nur noch selten geben, denn in Zeiten von Umstrukturierungen und Stellenabbau ist es nicht unwahrscheinlich, dass jeder von uns eine Phase der ungewollten Arbeitslosigkeit oder Freistellung durchmacht. Auch eine längere Auszeit nach Abitur und Studium oder aufgrund von Krankheit kann zu solchen Lücken führen. Daneben können Phasen ohne Anstellung etwa im Rahmen eines Sabbaticals auch freiwillig gewählt sein. Wie aber geht man in der Bewerbung mit Lücken im Lebenslauf um?

Um Lücken nicht zu offenbaren, wird gerne dazu geraten, bei der Aufzählung der beruflichen Stationen im Lebenslauf anstelle der Monate nur die Jahreszahlen anzugeben. Davon bitte ich Abstand zu nehmen! Dieser Trick ist auch Personalchefs bestens vertraut und spricht dafür, dass der Bewerber etwas zu verheimlichen hat. Personalverantwortliche werden dann erst recht hellhörig. Spätestens beim Blick auf die mitgelieferten Zeugnisse werden die genauen Daten Ihrer beruflichen Stationen und damit entstandene Lücken ohnehin sichtbar.

Haben Sie deshalb Mut zur Lücke!

Eine WOW!-Bewerbung geht selbstbewusst mit diesen Pausen um. Das schafft Offenheit, Transparenz und damit Vertrauen auf beiden Seiten. Versuchen Sie erst gar nicht, diese Lücken in Ihrem Lebenslauf zu vertuschen.

WOW! - Regel: Erzählen Sie die „Lückenfüllerstory“!

Betiteln Sie Phasen ohne Anstellungsverhältnis nicht einfach platt mit „arbeitslos“. Eleganter sind die Bezeichnungen „ohne Anstellung“, „arbeitssuchend“ oder „Phase der Neuorientierung“.

Wichtig ist, dass Sie Ihre Aktivitäten während dieser Phasen erläutern. Nutzen Sie deshalb Lücken im Lebenslauf, die aus Zwangsruhe bestehen, immer dazu, sich weiterzubilden und sich für den Arbeitsmarkt interessant zu halten. Dann können Sie diese Maßnahmen im Lebenslauf positiv vorbringen. Man wird Ihnen hoch anrechnen, dass Sie nicht untätig waren, sondern Ihre Zeit sinnvoll gefüllt haben. Auch eine Weltumsegelung erhöht die Attraktivität eines Bewerbers. Oftmals sind solche Lückenfüller sogar interessant, denn sie bedeuten, eine Erfahrung gemacht zu haben. Ehrenamtliches Engagement kann eine weitere Maßnahme sein, um Untätigkeit zu vermeiden.

4.3 Wenn die Liebe zerbricht

Die Trennung von dem bisherigen Arbeitgeber durch Kündigung oder Aufhebungsvereinbarung kann schmerzhaft sein und zu starken psychischen Belastungen führen. Man ist verärgert, frustriert, enttäuscht. In dieser Phase des Trennungsschmerzes lassen sich Bewerber schnell dazu verführen, die Trennungs- und Auflösungsgeschichte im Bewerbungsanschreiben zu thematisieren. Sie wollen den Eindruck vermeiden, dass die Kündigung in der eigenen Person begründet lag. Im Anschreiben hat diese Geschichte allerdings nichts zu suchen. Sie verfallen sonst schnell in eine Haltung der Rechtfertigung und Schuldzuweisung.

Lediglich bei einer betriebsbedingten Kündigung können Sie den Grund für die Arbeitslosigkeit bedenkenlos offenbaren. So lässt eine Betriebsschließung oder Firmeninsolvenz kaum vermuten, dass die Kündigung in Ihrer Person oder einer Schlecht- oder Minderleistung begründet ist. Sätze wie „Aufgrund einer betriebsbedingten Kündigung kann ich Ihr Team sofort verstärken“ zeigen dann sogleich Ihr Engagement auf und den Willen, möglichst kurzfristig wieder tätig werden zu wollen.

Bereiten Sie sich darauf vor, dass die Trennung von Ihrem jetzigen Arbeitgeber aber auf jeden Fall im Vorstellungsgespräch zur Sprache kommen wird. Auf der Suche nach einer neuen Herausforderung ist es deshalb wichtig, für die Trennung von Ihrem letzten Arbeitgeber eine plausible Begründung zu haben. Man sollte dabei so offen wie möglich über die Umstände der Kündigung sprechen, ohne über den Arbeitgeber herzuziehen.

WOW! - Regel: Erarbeiten Sie eine Trennungsstory!

Die Trennungsgeschichte gibt Auskunft über Ihre Situation und den Anlass für die Trennung. Bei Freistellung durch den Arbeitgeber sollten Sie besonders darauf achten, mit Ihrer Geschichte kein Mitleid zu erregen, sondern Zuversicht auszustrahlen. Geben Sie nicht den Anschein, Opfer Ihres Arbeitgebers oder der Situation zu sein, sondern signalisieren Sie nach außen, dass die Entscheidung zu gehen auch Ihre war und Sie einvernehmlich das Arbeitsverhältnis aufgelöst haben. Zeigen Sie, dass Sie sich nicht in die passive Rolle haben drängen lassen, sondern frei gewählt haben, um Altes zu beenden und Neues anzufangen.


CAREER Venture
eine Marke von MSW & Partner

 facebook.com/CareerVenture
 google.com/+Career-VentureDe
 twitter.com/CareerVenture



Haben Sie Potenzial?



women
01./02. Dezember 2014 Seeheim bei Frankfurt
Bewerbungsschluss: 02.11.2014

Auszug unserer Referenzen:








www.career-venture.de



Beispiele für Umformulierungen:

- Mein derzeitiger Arbeitgeber wollte mich nicht mehr. Besser: Ich habe mich wegen (Begründung) von meinem Arbeitgeber getrennt.
- Ich bin gekündigt worden, weil die Abteilung, für die ich gearbeitet habe, aufgelöst wurde. In einer anderen Abteilung war kein Platz für mich. Besser: Ich habe die Zusammenlegung der Abteilungen und den Wegfall meines Arbeitsplatzes zur Neuorientierung genutzt.

Gehen Sie beim Erarbeiten Ihrer Trennungsgeschichte wie folgt vor:

- Analysieren Sie sehr genau und ehrlich zu sich selbst zunächst die wahren Ursachen für die Trennung von Ihrem Arbeitgeber.
- Erarbeiten Sie dann eine Geschichte zu dieser Trennung, die für einen Externen plausibel klingt. Bleiben Sie aber unbedingt bei der Wahrheit und erfinden Sie nicht etwa Ausreden. Personalverantwortliche filtern diese ohnehin sehr schnell heraus. Zudem können nicht der Wahrheit entsprechende Aussagen zu einer späteren Kündigung des Arbeitsverhältnisses führen. Vermeiden Sie dabei, andere für Ihr Ausscheiden aus dem Unternehmen verantwortlich zu machen. Dass Sie in Wahrheit nicht mit Ihrem Chef zurechtkamen, gehört nicht in die Trennungsbegründung.

Wer in gehobenen oder oberen Managementpositionen gearbeitet hat, kann einen Ausstieg immer gut verkaufen, indem er die fehlende Perspektive und die Veränderung der Geschäftspolitik als Grund anführt. Gerne wird gehört:

- dass man vorankommen will
- dass man sich weiter entwickeln will
- dass die derzeitige Position keine Perspektive bietet
- dass sich die Geschäftspolitik verändert hat und dies Auswirkungen auf Ihren Arbeitsplatz hatte
- dass Sie gespannt sind auf ein neues Unternehmen

4.4 Die richtige Dezibel

Wer schon einmal eine Stelle ausgeschrieben hat, weiß wie unterschiedlich die eingehenden Bewerbungen in Hinblick auf ihre Qualität sein können. Pauschaliert kann man sie in drei Arten einteilen: die mittelmäßigen Langweilbewerbungen, die alles versprechenden Bewerbungen der Selbstdarsteller und dann gibt es die WOW!-Bewerbungen. WOW!-Bewerbungen haben Klasse und Stil. Sie treffen den richtigen Ton, der eine Erfolgsstory zum WOW!-Erlebnis macht.

Wow! - Regel: Treffen Sie den richtigen Ton!

Anders als noch vor 50 Jahren erwartet heute keiner mehr absolute Zurückhaltung in der Bewerbung und Selbstbewusstsein wird für den Bewerbungserfolg sogar vorausgesetzt. Der Grat zwischen Schüchternheit und übertriebener Selbstdarstellung ist allerdings ziemlich schmal. Ein allzu dominanter, narzisstischer Ton ist für Personaler gleich ein No-Go. Sätze wie „Sie brauchen mich, weil ich eben der Beste bin!“, wirken unsympathisch und rufen eher Unbehagen als Begeisterung beim Lesen hervor. Ego-Trips, überzogene Selbstdarstellung und offen ausgedrückte Besserwisserei führen im Bewerbungsverfahren meistens zum vorzeitigen Ausscheiden.

Untertreibungen sind allerdings genauso wenig zweckdienlich wie Übertreibungen. Sätze mit dem Wort „nur“ wie etwa „Ich bin nur Hausfrau“ beschreiben einen Mangel und sollten vermieden werden. Sehen Sie Ihre Leistungen auch nicht als selbstverständlich, sondern betonen Sie diese in Ihrem Anschreiben, ohne sie zu bewerten.

Auch Langweilwörter wie „ich glaube“, „ich denke“, und Füllwörter wie „eigentlich“, „eventuell“, „möglicherweise“, „gegebenenfalls“ fallen im Anschreiben durch. Geben Sie Ihrem Anschreiben eine gewisse Verbindlichkeit, die zum Ausdruck bringt, dass Sie die Stelle haben möchten und dafür auch geeignet sind. „Glaubhaft und authentisch rüberkommen“ ist das Motto.

Schreien Sie nicht, aber flüstern Sie auch nicht. Ihr Selbstbewusstsein muss sich subtil in der Bewerbungsunterlage widerspiegeln. Wählen Sie zunächst eine positive, aktive Sprache. Der Einsatz des Konjunktivs und Sätze wie etwa „ich würde mich über eine Einladung zum Vorstellungsgespräch freuen“ sind tabu und wirken zögerlich. „Ich freue mich auf eine Einladung zum Gespräch.“ hört sich doch gleich viel besser an. So als wenn Sie wirklich ernsthaft mit den Unternehmensvertretern über eine Zusammenarbeit sprechen wollen, ohne aber allzu aufdringlich zu sein.

Selbstverständlich ist die Lautstärke des gewählten Tons der Hierarchieebene der angestrebten Position anzupassen. Die Dezibel des Tons ist bei Führungskräften eine andere als bei Fachkräften oder Berufseinsteigern. Das Einnehmen der Metaebene hilft dabei, die Fakten mit der nötigen Objektivität zu formulieren. Fragen Sie sich bei Ihren Formulierungen, welche Botschaften sie absetzen wollen und wie sie beim Empfänger ankommen. Gegebenenfalls macht es Sinn, den Rat und die Unterstützung von neutralen Dritten einzuholen.



SEW-EURODRIVE—Driving the world

Ihre Freunde wissen nicht,
wo Bruchsal liegt?
**Sagen Sie einfach:
an der Spitze
der Antriebstechnologie.**

Menschen mit Weitblick und Schaffenskraft gesucht. Was halten Sie von einem Einstieg bei einem der führenden Spezialisten für Antriebstechnologie? Wir suchen Könner, Macher, Denker und Lenker. Menschen, die täglich Mut und Einsatz zeigen für neue Ideen: für Getriebe, Motoren und Antriebssysteme, die in Zukunft Maßstäbe setzen werden. Menschen, die das Ganze sehen. Menschen wie Sie? Herzlich willkommen bei SEW-EURODRIVE.

Entdecken Sie SEW-EURODRIVE unter: www.karriere.sew-eurodrive.de

**SEW
EURODRIVE**



5 Von Feintunern und Pinocchios

Die Grenzen zwischen geschickter Selbstdarstellung und einer Täuschung können bei der Bewerbung schnell zu einer schmalen Gratwanderung werden. Ein wenig Feintuning und Aufmotzen des beruflichen Werdegangs ist sicherlich erlaubt. Wenn das Aufmotzen des Lebenslaufs jedoch zu einer plumpen Lüge wird, ist Vorsicht geboten.

Wer die Pinoccio-Strategie anwendet und in seinen Bewerbungsunterlagen lügt oder Lücken vertuscht, indem er Daten oder Zeugnisse fälscht, hat -auch nach der Einstellung- mit arbeitsrechtlichen Konsequenzen wegen arglistiger Täuschung zu rechnen.

Der ehemalige Yahoo-Chef, Scott Thompson, etwa hat in seinem Lebenslauf einen nicht vorhandenen Bachelor in Computerwissenschaften angegeben, obwohl er lediglich über einen Abschluss in Buchhaltung verfügt. Fatal! Thompson war für das Unternehmen nicht mehr tragbar und wurde daraufhin nach nur vier Monaten Firmenzugehörigkeit gefeuert.⁴

WOW! - Regel: Halten Sie, was Sie versprechen!

Papier ist bekanntlich geduldig und Bewerber haben Ihre Bewerbung eventuell auch gar nicht selbst geschrieben. Nun kaufen Unternehmen natürlich ungern die Katze im Sack. Deswegen will man Sie in einem Vorstellungsgespräch näher kennenlernen, um zu überprüfen, ob Sie in der Realität auch das halten, was Ihre Bewerbung verspricht.

Nehmen Sie daher in Ihre Bewerbung nur solche Dinge auf, die auch wirklich einen wahren Kern haben. Wer etwa in seinem Lebenslauf verhandlungssicheres Englisch zusichert und beim Switch des Personalers in die englische Sprache zu stammeln beginnt, kann nicht verlangen, dass dieser Schwindel unbedingt vorteilhaft gewertet wird. Das Gleiche gilt natürlich auch für die Einschätzung der EDV-Kenntnisse und alle anderen Angaben in der Bewerbung.

6 Zwei vom gleichen Schlag

In der Psychologie gibt es das Phänomen selektiver Wahrnehmung und Erinnerung. Es besagt, dass Informationen, die den eigenen Vorstellungen, Einstellungen und Werten entsprechen, eher auffallen und im Gedächtnis bleiben als davon abweichende. Gleich und gleich gesellt sich gern, wenn man aus dem gleichen Holz geschnitzt ist. Zwei deutsche Redensarten zu einem verschmolzen und doch so wahr, selbst wenn uns dieser Wirkmechanismus nicht immer bewusst ist. Der Darmstädter Soziologe Michael Hartmann zeigte in Studien auf, dass (Führungs-)Positionen nach dem Ähnlichkeitsprinzip besetzt werden. Der andere ist wie ich, also kenne ich ihn. Das schafft Verbundenheit und Vertrauen.⁵

Versuchen Sie daher bei der Erstellung Ihrer Bewerbungsunterlagen herauszufiltern, welche Gemeinsamkeiten Sie mit dem Empfänger der Bewerbung gemein haben und stellen Sie diese subtil in Ihrer Bewerbung heraus.

WOW! - Regel: Zielen Sie auf Gemeinsamkeiten ab!

Informationen erhalten Sie häufig im Internet. Googeln Sie den Namen des Ansprechpartners. Recherchieren Sie in den sozialen Netzwerken wie etwa in Xing oder LinkedIn. Vielleicht hat der Firmenvertreter in derselben Branche oder gar demselben Unternehmen gearbeitet wie Sie? Haben Sie an derselben Universität studiert oder dieselbe Ausbildung absolviert? Gehören Sie demselben Berufsverband an? Vielleicht haben Sie denselben Doktorvater gehabt? Möglicherweise haben Sie auch schon eine Veröffentlichung vorgenommen zu einem Thema, das gleichermaßen zu den Lieblingsthemen des Empfängers gehört.

WOW!-Bewerbungen betonen die Anknüpfungspunkte zu den Firmenvertretern und argumentieren den Werten des Unternehmens entsprechend. Weisen Anschreiben und Lebenslauf gängige und prägnante Schlüsselbegriffe des Tagesgeschäfts auf, vermittelt dies den Personalverantwortlichen, dass Sie das Tagesgeschäft der ausgeschriebenen Position kennen und über das nötige Branchen- und Insiderwissen verfügen. Die Schlüsselbegriffe finden Sie in der Stellenanzeige, in der Unternehmensdarstellung im Internet sowie der Firmenbroschüre. Auch Ihre Arbeitszeugnisse, Projektberichte, Stellenbeschreibungen oder positions- sowie branchenbezogene Fachzeitschriften liefern Ihnen diese Keywords.

Beispiel zu typischen Schlüsselbegriffen für die Position „Sachbearbeitung in der Buchhaltung“: Jahresabschluss, Anhang, Bilanzierungsvorschriften nach IAS und HGB, etc.

Beispiel zu typischen Schlüsselbegriffen für die Position „Controller“: Planung, Kostenanalyse, Berichtswesen, etc.

Beispiel zu typischen Schlüsselbegriffen für den Vertrieb: Marktanalyse, Kundenzufriedenheit, Vertriebsstrategien, etc.

Versuchen Sie auch ein Gefühl für den Sprachstil des Unternehmens zu bekommen und passen Sie die Formulierungen in Ihrem Anschreiben diesem Stil an. Ist der Stil modern, flott oder eher konservativ und klassisch? Zeigen Sie, dass Sie dieselbe Sprache sprechen!



The image shows the BI Norwegian Business School logo, which consists of a central blue square with the letters 'BI' in white. Radiating from this central square are numerous colorful, 3D bar-like shapes in various colors (red, orange, yellow, green, blue, purple, pink, etc.). Each bar has a label for a business program or field of study, such as 'Business', 'Strategic Marketing Management', 'International Business', 'Leadership & Organisational Psychology', 'Shipping Management', 'Financial Economics', and 'Business'. Below the logo is the text 'BI NORWEGIAN BUSINESS SCHOOL' and the EFMD EQUIS ACCREDITED logo.

Empowering People. Improving Business.

BI Norwegian Business School is one of Europe's largest business schools welcoming more than 20,000 students. Our programmes provide a stimulating and multi-cultural learning environment with an international outlook ultimately providing students with professional skills to meet the increasing needs of businesses.

BI offers four different two-year, full-time Master of Science (MSc) programmes that are taught entirely in English and have been designed to provide professional skills to meet the increasing need of businesses. The MSc programmes provide a stimulating and multi-cultural learning environment to give you the best platform to launch into your career.

- MSc in Business
- MSc in Financial Economics
- MSc in Strategic Marketing Management
- MSc in Leadership and Organisational Psychology

www.bi.edu/master



7 Die hübsche Verpackung

7.1 Der perfekte Anstrich

Stellen Sie sich vor, Sie möchten jemandem etwas schenken! Was werden Sie tun? Richtig! Sie verpacken das Geschenk mit ansprechendem Geschenkpapier und binden vielleicht sogar noch eine Schleife darum. Es soll schließlich hübsch aussehen, eine Überraschung werden und die Spannung erhöhen. Die Verpackung bringt zum Ausdruck, dass man sich Mühe gegeben hat und zollt dem Beschenkten gegenüber Respekt. Gut verpackt kommt jedes Geschenk gleich viel besser an. Dies gilt in gleichem Maße für Ihre Bewerbung.



Nun ist eine Bewerbung natürlich nicht unbedingt ein Geschenk an das Unternehmen. Immerhin haben Sie sogar einen Anspruch darauf, die Bewerbungsmappe zurückzuerhalten. Die äußere Form ist aber auch hier mitentscheidend für den Erfolg einer Bewerbung. Ihre Bewerbung bleibt nämlich nur dann in Erinnerung, wenn sie formal und inhaltlich gleichermaßen anspricht und sozusagen aus einem Guss erscheint. Neben dem perfekten Inhalt braucht die WOW!-Bewerbung eine perfekte Verpackung. Es muss Zoom machen und die Bewerbung ein echter Hingucker sein.

WOW! - Regel: Achten Sie auf die äußere Form!

Die optische Gestaltung Ihrer Bewerbungsunterlagen durch ein persönliches Design, das Ihnen und der angestrebten Position entspricht, fällt auf, wenn es möglichst durchgängig über Deckblatt, Anschreiben und Lebenslauf beibehalten wird.

Die Verpackung einer WOW!-Bewerbung ist in sich stimmig und zielgruppenadäquat. So sollte eine Führungskraft kein allzu kreatives oder verspieltes Design verwenden, sondern eher auf ein klares Layout setzen. Wer sich hingegen bei einer Werbeagentur bewirbt, punktet eher mit einem ausgefalleneren Design, das die eigene Kreativität unterstreicht.

Wählen Sie auch eine gut lesbare Schriftart und -größe. Wer zum Lesen erst eine Lupe holen muss, ist schon verärgert bevor er angefangen hat. Auch Schnörkelschriften sollten aus diesem Grund keine Anwendung finden.

Für die professionell aufbereiteten Bewerbungsunterlagen nutzen Sie zum Abschluss eine professionelle Bewerbungsmappe, sofern sie per Post verschickt werden sollen. Wer darauf verzichtet, wirkt kleinlich. Auch der Briefumschlag sollte neu sein. Achten Sie auf die richtige Frankierung. Es wäre doch zu peinlich, wenn der Empfänger das Porto für Sie nachzahlen müsste.

Es ist wissenschaftlich bewiesen, dass wir den ersten Eindruck nutzen, um uns ein Bild zu machen. Jedes visuelle Signal nehmen wir auf und verarbeiten es, um uns schließlich ein Urteil zu erlauben. Dies ist für die Partnersuche gleichsam zutreffend wie für die Bewerbung bei einem Unternehmen. Personaler entscheiden blitzschnell, ob es Sinn macht, weiter über eine gemeinsame Zukunft nachzudenken oder sich dann doch weiter auf dem Markt der „Bindungswilligen“ umzusehen. Man schließt von der äußeren Form Ihrer Bewerbungsunterlage auf Ihre Persönlichkeit und Ihr Können.

Unterschätzen Sie die Macht dieses ersten Eindrucks nicht! Nutzen Sie Ihre erste Chance! Eine zweite Chance für einen weiteren Eindruck erhalten Sie ansonsten meistens nicht mehr.

7.2 Ein Bild von einem Bewerber

Nach dem allgemeinen Gleichbehandlungsgesetz kann ein Unternehmen ein Bewerbungsfoto nicht mehr einfordern. Faktisch wird es aber dennoch erwartet. Ein professionelles Foto rundet Ihren Gesamtauftritt ab und leistet einen Beitrag dazu, dass der Personalverantwortliche sich ein Bild von Ihnen machen kann. Er erhält einen Eindruck davon, wie Sie das Unternehmen nach außen repräsentieren werden.

Mit einem professionellen Bewerbungsfoto geben Sie Ihrer Bewerbung einen seriösen und qualifizierten Anstrich. Deshalb sind einige Grundsätze bei dem Bewerbungsfoto unbedingt zu beachten.

WOW! - Regel: Wählen Sie ein angemessenes Foto!

Wählen Sie zunächst einen guten Fotografen aus, der Sie richtig in Szene setzt. Greifen Sie nicht etwa selbst zur Kamera und schicken Sie auch keine Schnappschüsse aus dem letzten Urlaub ein. Mit Bildern aus Bahnhofautomaten fallen Bewerber höchstens negativ auf.

Über Ihre Ausstrahlung vermitteln Sie eine Botschaft, die für die Gesamtstimmigkeit wichtig ist. Machen Sie sich deshalb vorab Gedanken darüber, welche Botschaft Sie über das Bewerbungsfoto an den Empfänger transportieren möchten.

Bei der Bewerbung als Fachkraft auf eine Position mit zahlreichen Schnittstellen oder als Berufseinsteiger ist der Sympathiefaktor ein wichtiger Erfolgsfaktor. Schließlich ist Sympathie ein wichtiges Schlüsselmerkmal, mit dem man Menschen für sich und seine Jobziele gewinnt.

TURN TO THE EXPERTS FOR **SUBSCRIBE** CONSULTANCY

Subscribe is one of the leading companies in Europe when it comes to innovation and business development within subscription businesses.

We innovate new subscription business models or improve existing ones. We do business reviews of existing subscription businesses and we develop acquisition and retention strategies.

Learn more at [linkedin.com/company/subscribe](https://www.linkedin.com/company/subscribe) or contact
Managing Director Morten Suhr Hansen at mha@subscribe.dk

SUBSCRIBE - to the future



Wer sich etwa mit dem Ruf des knallharten Sanierers auf eine Geschäftsführungsposition bewirbt, deren Ziel es ist, Arbeitsplätze abzubauen, schießt sich mit verspielter Micky Mouse-Krawatte oder als strahlend lächelnder Sunnyboy gleich aus dem Rennen. Hier ist Durchsetzungsstärke gefragt und genau die gilt es über das Foto auszustrahlen.

Idealerweise zeigt das Bewerbungsfoto den Kandidaten adäquat in der zukünftigen Position, auf die er sich bewirbt. Wählen Sie Ihre Kleidung dazu passend! Wer sich für einen Job als Buchhalter bewirbt, wird sich anders präsentieren müssen als jemand, der im Vertrieb oder Marketing anfangen möchte.

Wenn Sie unsicher sind, was Sie anziehen und wie Sie sich auf dem Foto präsentieren sollen, gibt ein Blick auf die Website des Unternehmens oder die von Wettbewerbern sicherlich einen ersten Anhaltspunkt. Ansonsten machen Sie mit einem eher klassischen, konservativen und dezenten Gesamtauftritt nichts falsch.

Ein Foto, das die Person des Bewerbers möglichst realistisch widerspiegelt, ist Gold wert. Deshalb empfiehlt es sich, nur aktuelle Fotos zu verwenden, die nicht älter als ein bis zwei Jahre sind. Im Zweifelsfall lassen Sie lieber neue Fotos bei einem professionellen Fotografen machen. Er berät Sie auch gerne und achtet auf einen gut ausgeleuchteten Hintergrund.

Das Gesicht steht bei dem Bewerbungsfoto im Mittelpunkt. Es sollte deswegen betont werden und gut zur Geltung kommen. Businessfotos, bei denen Bewerber posierend dargestellt werden, gehören nicht in die Bewerbungsunterlage.

Ob Bewerbungsfotos besser in Schwarz-Weiß oder in Farbe, in etwas ausgefalleneren Formaten, mit Kopfanschnitt oder in viereckigem Format ankommen, ist pauschal nicht zu beantworten. Diese Stilelemente sind Geschmackssache. Hier hat jeder Personaler seine persönlichen Vorlieben. Ihr Einsatz ist in Abhängigkeit davon zu entscheiden, wie modern und innovativ sich das Zielunternehmen präsentiert.

8 Immer für eine Überraschung gut

8.1 Seien Sie eine Peperoni!

Neulich stieß ich durch Zufall auf die Karriereseite der Nürnberger Messe und musste schmunzeln. Alle Stellenanzeigen beinhalten die Abbildung einer Peperoni mit dem Slogan „Scharf auf was Neues? Wir brennen auf Ihre Bewerbung.“. Aha! Bewerber sind für die Nürnberger Messe eine Peperoni. Also, seien Sie eine Peperoni!

Jetzt fragen Sie sich natürlich, wieso soll ich eine Peperoni sein und was hat das mit meiner Bewerbung zu tun. Ganz einfach: Ein „WOW!“ entlocken Sie den Unternehmensvertretern nur dann, wenn Sie und Ihre Bewerbung durch außergewöhnliche Ideen auffallen und damit den Leser Ihrer Bewerbung angenehm überraschen – emotional und unerwartet. Wer nichts Spezielles zu bieten hat, wird auch nicht beachtet. Diesen Überraschungseffekt erreichen Sie durch den gezielten Einsatz kreativer und unkonventioneller Elemente.

WOW! - Regel: Seien Sie originell!

Wer wie die Nürnberger Messe originelle Stellenanzeigen veröffentlicht, erwartet ebenso gestaltete Bewerbungsunterlagen. Ihre Bewerbung lebt dann von der nötigen Würze!

Solche Stellenanzeigen lassen Spielraum für außergewöhnliche Ideen. Lassen Sie diese dezent in die Bewerbung einfließen, indem Sie z.B. auf Ihre Peperoni-Strategie verweisen. Sind Sie scharf auf den Job? Dann beschreiben Sie, auf was Sie scharf sind und warum? Brennen Sie für das Unternehmen? Ja? Dann dokumentieren Sie dies durch eine feurige Bewerbung bei der Nürnberger Messe. Eine Peperoni holt das Unternehmen dort ab, wo es steht und gibt ihm, was es haben will.

Sie könnten Ihrer Bewerbung auch einen Rückantwortschein beilegen, mit dem der Personaler Sie zu einem Vorstellungsgespräch einladen kann. Der Hinweis, dass Sie darauf brennen, das Unternehmen näher kennenzulernen und zum Vorstellungsgespräch noch den nötigen Pfeffer mitbringen, bringt die nötige Frische in die Bewerbungsunterlage.

So manch ein Bewerber übertreibt es dann aber auch gleich mit der Begeisterungsfähigkeit und versucht, durch besondere Aktionen auf sich aufmerksam zu machen. Eine echte Peperoni mit den Bewerbungsunterlagen zu verschicken ist zwar originell, könnte aber zu einer riesigen Sauerei in den Unterlagen und damit zu einem Negativeffekt führen. Immerhin wird der Briefumschlag abgestempelt. Trifft der Stempel ausgerechnet die Peperoni: Naja!

Sie sollten daher darauf achten, dass Ihre Bewerbungsstrategie auf der anderen Seite nicht zum allgemeinen „Running Gag“ wird und sogar Verärgerung oder Verunsicherung auslöst oder Ausdruck fehlender Professionalität ist. Wer kreativ ist, sollte dies auch gut umsetzen und durchdacht haben. Ansonsten wird die Kreativität schnell zum Eigentor.

Humor und Witz sind immer ein heikles Thema und werden im Kreise der Rekrutierer unterschiedlich gewürdigt. Während die einen es gut finden, fühlen sich die anderen nicht ausreichend wertgeschätzt. Die Grenze findet die Peperoni-Strategie im Geschmack des Empfängers. Was für die einen zu kreativ ist, ist für die anderen zu langweilig. Versuchen Sie deshalb ein Gespür dafür zu bekommen, wie Ihre Marketing-Aktion bei dem Empfänger ankommen wird und passen Sie die kreativen Elemente Ihrer Bewerbung entsprechend an. Nutzen Sie dabei alle Informationen, die Sie über das Unternehmen bekommen können.

bookboon.com

Werden Sie Teil unseres Vertriebsteams! Wir sind ein dynamisches und schnell wachsendes globales Unternehmen

Sind Sie auf der Suche nach einer neuen Position, die Ihnen erlaubt, selbstständig und eigen-motiviert zu arbeiten?

Dann werden Sie Teil unseres internationalen und rapide wachsenden Unternehmens.

Bookboon ist der weltweit größte Verlag für Online-Studienbücher und Business-eBooks. Wir sind besonders in Deutschland stark vertreten.

Bookboon wurde 1988 gegründet und operiert heute in über 30 Ländern.

Wir verfügen über ein beeindruckendes Netzwerk an über 100 Klienten weltweit. Dieses Netzwerk wächst beständig. Deshalb ist Bookboon auf der Suche nach engagierten Vertriebspartnern in Deutschland, die uns in diesem Wachstum unterstützen.

Als Teil unseres internationalen Vertriebsteams profitieren Sie von einem wettbewerbsstarken Gehaltssystem und einer ausgeklügelten Werbestruktur. Außerdem sind Sie als Bookboon-Mitarbeiter nicht an Startabgaben oder andere finanzielle Verpflichtungen gebunden.

Wir sind auf der Suche nach Vertriebsexperten, die Erfahrungen darin haben, an CEOs sowie HR-, Marketing- oder Vertriebsabteilungen zu verkaufen.

Bitte senden Sie Ihr Anschreiben und Ihren Lebenslauf an jobs@bookboon.com

Bewerben Sie sich jetzt!

Die Chance, dass eine ausgefallene Bewerbung gefällt, steht 50 % zu 50 %. Bevor Sie Ihre Kreativbewerbung abschicken, sollten Sie sich auf jeden Fall in die Lage des Empfängers versetzen. Wie wird Ihre Bewerbung bei ihm ankommen? Was könnte er gegebenenfalls negativ einwenden?

Die Peperoni-Strategie hilft vermutlich überall dort, wo Ideen und Querdenken gefragt sind. Dort, wo Bewerber gegen den Strom schwimmen sollen. Während sie in eher konservativen und traditionellen Branchen wie der Beratung oder der Bau- und Finanzbranche eher für Unverständnis sorgen wird, kommt sie in der Werbung und künstlerischen, kreativen Branchen oder im Bereich Webdesign in der Regel gut an.

Eine witzige und originelle Bewerbung können Sie auch bei großen Unternehmen wagen, bei denen Sie sich aufgrund der Vielzahl gut qualifizierter Bewerber auf eine Stellenanzeige nur eine geringe Chance ausrechnen. Die Ausgefallenheit einer Bewerbung kann dann zum wichtigen Alleinstellungsmerkmal werden.

Auch die Position ist mitentscheidend für das vertretbare Maß an Kreativität. Wer sich etwa als Steuerberater, Wirtschaftsprüfer oder Buchhalter bewirbt, bei denen konservative Werte wie etwa Zuverlässigkeit und Detailorientierung eine große Rolle spielen, sollte nicht unbedingt mit allzu schrägen Ideen um die Ecke kommen. Für die Arbeit als Marketing-Experte oder PR-Berater gehören ausgefallene Ideen hingegen zu der täglichen Arbeit und kommen dann auch bei Bewerbungen gut an.

Führungskräfte, insbesondere im mittleren Management sowie in Top-Positionen, sollten auf Kreativität ganz verzichten, sondern lieber ihre beruflichen Erfolge und Meilensteine ihrer Karriere mit Power-Argumenten darlegen. Glänzen Sie lieber durch Inhalt anstatt durch zu viel Kreativität.

Vorsicht ist auch bei über Vierzigjährigen geboten. Kreativbewerbungen könnten dann leicht kindlich und verspielt wirken. In diesem Alter empfiehlt es sich dann doch eher durch Persönlichkeit und berufliche Erfahrung aufzufallen.

Ein Allheilmittel ist diese Strategie jedoch nicht. Auch die pfiffigste Idee übertüncht vorhandene Formfehler nicht. Wessen Bewerbung etwa vor Rechtschreibfehlern nur so stotzt oder unvollständig ist, braucht über kreative Ideen gar nicht erst nachzudenken. Sie gehören mit zu den häufigsten Absagegründen.

Mit jedem Überraschungselement einer Bewerbung wird der Personaler aber auch seine Erwartungshaltung an kommende Bewerbungen erhöhen. Bereits ausgelutschte und hinreichend überstrapazierte Bewerbungsideen wie die Bewerbung per Pizza-Schachtel oder Medikamentenbeipackzettel sind nicht mehr wirklich originell. Bloßes Kopieren spricht für mangelnde Ideen. Bestechen Sie lieber durch eigene Ideen. Seien Sie einfallsreich und punkten Sie mit neuen Ideen.

Auffallend sind vor allem emotionale und gedanklich überraschende Reize. Auch ungewöhnliche Layouts fallen auf. Anstelle des eckigen, DIN A4-Formats können Unterlagen mit abgerundeten Ecken und viereckige Formate sowie Querformate besonders hervorstechen.

Neben optischen Effekten kann durch originelle Formulierungen und Versandarten einiges Aufmerksamkeitspotenzial gehoben werden, um aus einer normalen Bewerbung eine Bewerbung mit Pepp zu machen.

Richtig bewerben heißt daher auch mal neue Wege gehen und ausgelatschte Trampelpfade verlassen. Personaler sehen stromlinienförmige Bewerbungen jeden Tag. Schwimmen Sie gegen den Strom!

8.2 Das Krokodil im Gartenteich

Immer wieder werden im Lebenslauf Allerwelts-Hobbys wie Lesen, Reisen oder Sport treiben genannt. Uaaaaaah! Langweilig! Schon wieder einer, der das macht, was alle machen. Es drängen sich sogleich die Fragen auf: Was lesen Sie? Wohin reisen Sie? Welchen Sport treiben Sie?

WOW! - Regel: Überraschen Sie durch Ihre Hobbys!

Hobbys und private Interessen führen Sie bitte nur dann auf, wenn es sich um außergewöhnliche Hobbys handelt, die der eigenen Persönlichkeitsentwicklung dienen und die eben nicht jeder hat. Interessant sind etwa Bewerber, die bei der Bahnhofsmision arbeiten, um sich ihre persönliche Erdung im Alltagsstress zu verschaffen. Gerne gesehen wird auch ein Hobby im Bereich des Teamsports, mit dem Sie Ihre Teamfähigkeit belegen.

Ihre Hobbys sollten andererseits aber auch nicht zu ausgefallen sein. Wer etwa ausgefallene Tierarten züchtet, dürfte eher als Egozentriker gelten.

Riskante Sportarten wie Fallschirmspringen oder Bungee Jumping stoßen genauso auf Skepsis. In diesem Fall rechnet sich ein Arbeitgeber die Wahrscheinlichkeit aus, dass er wegen Unfall länger auf Sie verzichten muss und gleich schon bei der Einstellung besser nach einer Vertretung Ausschau halten sollte.

Achten Sie deshalb darauf, welches Bild Sie von sich abgeben und ob es mit den Zielen des Unternehmens und der Position vereinbar ist. Die ehrenamtliche Tätigkeit als leidenschaftlicher Umweltschützer eignet sich als Leuchtsignal für eine Bewerbung bei einem Chemieriesen genauso wenig wie eine Mitgliedschaft im Nichtraucherclub für eine Bewerbung bei einem Zigarettenhersteller. Ihr Engagement in einer Gewerkschaft kann ebenfalls kritisch beäugt werden. Personalchefs könnten Bewerber dann schnell als potenzielle Unruhestifter abstempeln.

Die Nennung zu vieler Hobbys erweckt schnell den Eindruck, dass Sie am liebsten Freizeit hätten, um Ihren vielen Hobbys nachzugehen und die Arbeit für Sie nur ein lästiges Übel darstellt.

See the light!
The sooner you realize we are right,
the sooner your life will get better!

A bit over the top? Yes we know!

We are just that sure that we can make your
media activities more effective.



Get "Bookboon's Free Media Advice"
Email kbm@bookboon.com



CREDIT SUISSE



DAIMLER



Microsoft

bookboon.com



9 Überzeugen durch Zeugen

Jemanden von seinen eigenen Fähigkeiten zu überzeugen, bedeutet auch, dass Sie Zeugen brauchen. Solche, die bezeugen können, dass Sie gut genug sind, den angestrebten Job voll und ganz auszufüllen. Eine Studie des Instituts für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB) stellt heraus, dass persönliche Kontakte für eine Neueinstellung immer stärker an Bedeutung gewinnen.⁶ Es wird erwartet, dass der Einfluss von Referenzen und Mitarbeiterempfehlungen zukünftig sogar weiter zunehmen wird.

WOW! - Regel: Lassen Sie andere für sich sprechen!

Der Hinweis auf solche Referenzen im Anschreiben unterstreicht Ihre Bewerbung positiv. Sie können sie sogar schon im Einleitungssatz erwähnen. Fügen Sie auch gleich die Telefonnummer Ihrer Kontaktperson hinzu. Sie ersparen den Lesern Ihrer Bewerbung so Rechercheaufwand und damit Zeit.

Als echte Referenzen dienen allerdings nur solche Personen, die die Persönlichkeit und Leistungen des Bewerbers tatsächlich einschätzen können. Die Zusammenarbeit sollte daher nicht länger als fünf Jahre zurückliegen und sich mindestens über mehrere Monate erstreckt haben. Den früheren Ansprechpartner während eines eintägigen Praktikums als Referenzgeber anzugeben, dürfte eher verharren ankommen. Eine WOW!-Bewerbung erhält zusätzlich an Gewicht, wenn sie von Persönlichkeiten mit ausgezeichnetem Ruf oder hohem Bekanntheitsgrad unterstützt wird.

Wählen Sie als Referenzgeber auch nur in der Hierarchie über Ihnen stehende Personen! Dazu eignen sich vor allem frühere Chefs und Kollegen. Auf die Angabe früherer Untergebener als Referenzgeber sollten Sie verzichten.

10 Der Preis ist heiß

Der Preis für ein Produkt ist im Marketing ein heißes Eisen. Wird er zu hoch angesetzt, wird das Produkt nicht gekauft, und der Kunde geht zur Konkurrenz. Ist er zu niedrig, verkauft man es unter Wert und „was nix kostet“ ist bei vielen auch „nix wert“. Der richtige Preis entscheidet zu einem großen Teil mit über den Erfolg oder Misserfolg eines Produktes. Man denkt über den psychologischen Preis nach und verkauft Produkte etwa für 0,99 Euro anstatt für 1,00 Euro. Nicht selten spielen alleine wirtschaftliche Aspekte eine Rolle bei der Kaufentscheidung.

WOW!-Bewerbungen berücksichtigen diese Marketing-Regel bei der Angabe Ihres Wunschgehalts. Wenn Sie von Seiten des Unternehmens etwa durch die Stellenanzeige oder in einem vorausgegangenen Telefonat dazu aufgefordert wurden, eine Gehaltsangabe in Ihrem Anschreiben zu machen, dann sollten Sie diese erstens natürlich nicht vergessen und zweitens den „richtigen“ Preis ansetzen.

WOW! - Regel: Wählen Sie einen angemessenen Preis!

Die Einflussfaktoren auf das Gehalt sind vielfältig. So spielen bei der Gehaltsfindung vor allem folgende Faktoren eine enorme Rolle:

- Funktion/Rolle
- Alter
- Individuelle Leistung
- Erfahrung
- Potenzial
- Unternehmen
- Region
- Branche
- Hierarchieebene
- Art der Laufbahn
- Umsatz- und Ergebnisverantwortung
- Führungsspanne
- Persönliche Beziehungen
- Verhandlungsstrategie und Selbstmarketing

Die WOW!-Bewerbung gibt ein realistisches und von den Personalverantwortlichen vertretbares Gehalt an. Recherchieren Sie daher im Vorhinein sehr genau, welche Zahl Sie als Gehalt in Ihre Bewerbung aufnehmen. Auch hier kommt es wieder auf die richtige Dezibel an.

Mit einem zu hohen Gehalt werden Sie sich automatisch aus dem Rennen schießen, wenn ein vergleichbarer Wettbewerber bereit ist, zu einem niedrigeren Gehalt anzufangen. Ein überdurchschnittliches Gehalt können Sie allenfalls dann fordern, wenn Sie ein ausgesprochen rar gesäter Spezialist Ihres Bereichs sind, der am Arbeitsmarkt schwer zu bekommen ist.

Mit einem zu niedrigen Gehalt verkaufen Sie sich hingegen unter Wert und werden eventuell sogar als wenig selbstbewusst und positionsuntauglich eingestuft.

Im Internet stehen Ihnen zahlreiche Webseiten zur Verfügung, die Sie für Ihre Gehaltsrecherche nutzen können.



Work: heftig
Life: intensiv
Balance: ausgeglichen


→ people.steria-mummert.de

→ Die Andersdenkermacher.

Sie werden bei unseren Kunden durch Ihre weitreichende Erfahrungen im Telekommunikationsumfeld brillieren. Zu Ihren Aufgaben gehören die Beratung und Begleitung unserer Kunden bei spannenden Veränderungsprozessen. Sie arbeiten mit bei der Analyse, Neugestaltung und Implementierung von neuen Systemen und effizienten Geschäftsprozessen. Außerdem entwickeln Sie kreative und pragmatische Ansätze, damit unsere Kunden auch weiterhin im Marktumfeld bestehen können.

Senior Consultant "Operation Support Systeme" (OSS) (m/w)

Steria Mummert Consulting zählt zu den zehn führenden Business Transformation Partnern in Deutschland und gehört zur Steria Gruppe mit weltweit über 20.000 Mitarbeitern in 15 Ländern. Was uns von anderen unterscheidet: wir beraten nicht nur, sondern setzen Ideen auch in die Tat um.



→ Bewerben Sie sich unter: www.people.steria-mummert.de



11 Wecke den Tiger in Dir!



Zum Schluss noch eins: „In Dir selbst muss brennen, was Du in anderen entzünden willst.“⁷ Anders ausgedrückt: wer andere begeistern will, muss erst einmal selbst begeistert sein. Nur wer sich gut fühlt, verzaubert sich und andere!

Im Bewerbungsprozess werden Sie deshalb nur dann punkten, wenn Sie selbst WOW! sind. Dieser Grundsatz gilt nicht nur für das Vorstellungsgespräch, sondern in gleicher Weise für die Erstellung der Bewerbungsunterlagen.

Wer nicht WOW! ist und sich nicht WOW! fühlt, spiegelt das in seinen Formulierungen wider. Es kommt dann schnell zu Einschränkungen der persönlichen Eignung etwa durch Sätze wie „Zwar verfüge ich nicht über..., aber...“. Ihre Unzulänglichkeiten gehören aber nicht in den Bewerbungsprozess. Gehen Sie davon aus, dass geschulte Rekrutierungsprofis Ihre persönlichen Befindlichkeiten schnell aus Ihren Bewerbungsunterlagen herausfiltern werden.

WOW! - Regel : Motivieren Sie sich positiv!

Seien Sie im Bewerbungsprozess überzeugend! Eine „bringt-ja-doch-nix“-Einstellung wird Sie nicht nach vorne bringen, sondern im Bewerbungsprozess eher weit zurückwerfen. Sorgen Sie deswegen während des gesamten Bewerbungsprozesses für eine positive Grundeinstellung und verbannen Sie alle negativen Denkmuster aus Ihren Gedanken, die sich im Rahmen von selbsterfüllenden Prophezeiungen tief in das Unterbewusstsein graben und Sie so leiten, dass der Gedanke letztlich dann – oh Wunder! – tatsächlich eintritt.

Wie aber bringt man sich in eine positive Grundstimmung?

Ganz einfach: wenden Sie das Prinzip der High Hoppers⁸ an und glauben Sie an Ihren Erfolg. Schreiben Sie sich Ihr Ziel auf und tun sie so, als ob Sie das Ziel schon erreicht haben. Wenn Sie eine neue Arbeitsstelle anstreben, dann malen Sie sich im Vorhinein aus, was Sie empfinden werden, wenn Sie die Zusage für die anvisierte Wunschstelle bekommen. Betrachten Sie im Einzelnen wie Sie sich fühlen werden und welche positiven Gedanken dazu hochkommen.⁹ Mit diesem Gefühl machen Sie sich dann an Ihre Bewerbung.

Der Bewerbungsprozess fordert eine intensive Auseinandersetzung mit sich selbst, seinen Karrierezielen und seinem bisherigen beruflichen Werdegang. Dazu ist ein gehöriges Quäntchen an Selbstreflexion erforderlich. Seien Sie dabei aber nicht zu selbstkritisch und streng zu sich selbst. Eine WOW!-Bewerbung ist nicht durch Selbstkritik gekennzeichnet, sondern durch eine authentische und realistische Darstellung des eigenen Könnens.

Ihre Stimmung sollte vermitteln, dass Sie Ihre Bewerbungen nicht als lästiges Übel empfinden, sondern als Mittel zu Ihrem Erfolg. Sehen Sie die Bewerbung als ein Projekt, dessen Projektleiter Sie sind und dessen Ziel es ist, einen neuen Job zu finden.

Geben Sie dieser Aufgabe deshalb eine frische Bezeichnung, wie etwa: die Power!-Bewerbung, die WOW!-Bewerbung, die Super!-Bewerbung. Das lässt Ihre Stimmung gleich in die Höhe schießen. Machen Sie Ihre Bewerbung zu einem Vergnügen für sich und Personalverantwortliche. Wer nämlich mit Herzblut bei der Sache ist, kann andere leicht für sich gewinnen.

12 WOW!-Regeln auf einen Blick

WOW! - Regeln

1. Erzeugen Sie Begeisterung!
2. Überraschen Sie!
3. Analysieren Sie Personalerträume!
4. Seien Sie die Idealbesetzung!
5. Zeigen Sie den roten Faden auf!
6. Erzählen Sie die „Lückenfüllerstory“!
7. Erarbeiten Sie eine Trennungsstory!
8. Treffen Sie den richtigen Ton!
9. Halten Sie, was Sie versprechen!
10. Zielen Sie auf Gemeinsamkeiten ab!
11. Achten Sie auf die äußere Form!
12. Wählen Sie ein angemessenes Foto!
13. Seien Sie originell!
14. Überraschen Sie durch Ihre Hobbys!
15. Lassen Sie andere für sich sprechen!
16. Wählen Sie einen angemessenen Preis!
17. Motivieren Sie sich positiv!

13 Schlusswort: Ab geht die Post



Sie haben nun die wichtigsten Grundsätze kennengelernt, wie Sie mit einer WOW!-Bewerbung auffallen und in Erinnerung bleiben. Nutzen Sie die WOW!-Grundsätze für die Erstellung Ihrer nächsten Bewerbungsunterlage und zeigen Sie, was Sie zu bieten haben. Überprüfen Sie, ob Sie in Ihrer Bewerbungsunterlage wirklich alle Regeln berücksichtigt haben und schicken Sie sie erst dann los, wenn die Antwort „ja!“ lautet.

Was kommt dann?

Dann kommt erst einmal lange nichts und viele Bewerber befinden sich in dieser Zeit zwischen Hoffen und Bangen. Zugegeben! Diese Phase ist die schwerste. Seien Sie trotzdem nicht ungeduldig, sondern nutzen Sie die Zeit zwischen Absenden der Bewerbung und Vorstellungsgespräch. Nehmen Sie das Telefoninterview oder Vorstellungsgespräch nicht auf die leichte Schulter so nach dem Motto „nett plaudern“. Bereiten Sie sich lieber gezielt darauf vor.

Generell gilt: Lassen Sie sich auf dem Weg zum neuen Job nicht entmutigen. Der Weg ist lang und zieht sich in der Regel bis zu einem dreiviertel Jahr hin. Diese Phasen sind durch Höhen und Tiefen gekennzeichnet. Diese Achterbahnfahrt kennt so ziemlich jeder, der sich in der Bewerbungsmühle befindet. Man benötigt einen langen Atem und viel Kraft zum Durchhalten.

Auch wenn Sie Absagen erhalten werden, wovon Sie natürlich nicht ausgehen sollten, nehmen Sie eine JETZT-ERST-RECHT-Haltung ein und glauben Sie weiter an sich. Lassen Sie sich nicht unter- und kleinkriegen. Vergessen Sie auch, dass Sie von dem Unternehmen eingestellt werden wollen. Kommen Sie raus aus der Rolle des Bittstellers und schlüpfen Sie in die Rolle eines gleichberechtigten Geschäftspartners!

Auf Absagen folgen Zusagen!!!

14 Weiterführende Literatur

Asgodom, Sabine: Eigenlob stimmt – Erfolg durch Selbst-PR, Econ-Verlag, 5. Auflage 2007

Asgodom, Sabine: So coache ich: 25 überraschende Impulse, mit denen Sie erfolgreicher werden, Kösel-Verlag, München 2012

Cochran, Chuck/Peerce, Donna: WOW! resumes – Sales and Marketing Careers – How to put together a winning resume, USA1998

Deutsche Bildung: Umfrage Bewerbungstrends 2012 – Die Ergebnisse der Online-Umfrage der Deutschen Bildung, März 2012, erhältlich bei www.deutsche-bildung.de

Hesse, Jürgen/Schrader, Hans Christian: Neue Wege der Bewerbung, Eichborn Verlag, 2007

Kellen, Michael: Jobsuche mit Erfolg, Stellenanzeigen lesen und beurteilen, Compact Verlag, München, Sonderausgabe 2003

Lange, Claudia: Soft Skills: Kunden nachhaltig begeistern, Haufe-Verlag, 1. Auflage 2010

Löhr, Jörg: Begeisterung – die magische Stunde, Band 2, Edition Erfolg-Verlag

May, Ronald: Die Menschenkenner – Wie man passende Kandidaten findet und Fehlbesetzungen vermeidet, BusinessVillage-Verlag, 1. Auflage 2011

Mell, Heiko: Spielregeln für Beruf und Karriere – Erfolg als Mitarbeiter und Führungskraft, Springer-Verlag, 3. völlig neu bearbeitete und erweiterte Auflage 2005, S. 93

Moser, Michaela: Karriereplanung für Siegertypen – und solche, die es werden wollen, eviturabooks-Verlag, 1. Auflage 2012

Moser, Michaela: Arbeitsbuch zur Karriereplanung für Siegertypen – und solche, die es werden wollen, eviturabooks-Verlag, 1. Auflage 2012

Zimbardo, Philip G./Richard J. Gerrig.: Psychologie, 7. Auflage, Springer-Verlag

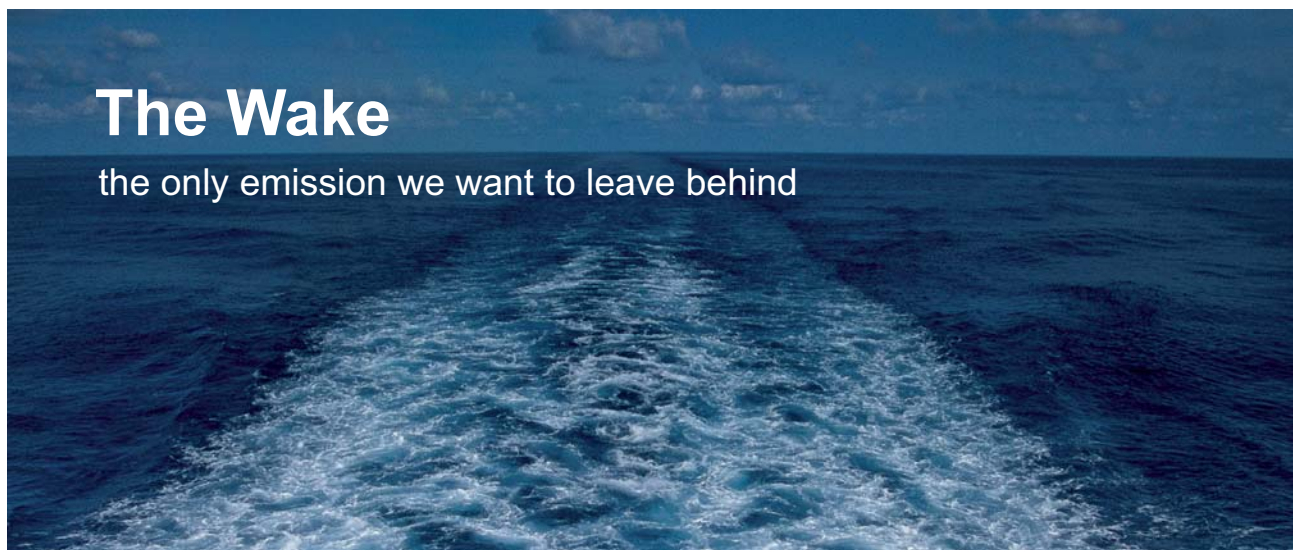
15 Zitate

Zitat auf Seite 10 entnommen auf www.zitate-online.de:

<http://www.zitate-online.de/sprueche/kuenstler-literaten/17290/sich-selbst-darf-man-nicht-fuer-so-goettlich.html>

Zitat auf Seite 44 entnommen auf www.zitate-online.de:

<http://www.zitate-online.de/autor/augustinus-aurelius>



The Wake


the only emission we want to leave behind

Low-speed Engines Medium-speed Engines Turbochargers Propellers Propulsion Packages PrimeServ

The design of eco-friendly marine power and propulsion solutions is crucial for MAN Diesel & Turbo. Power competencies are offered with the world's largest engine programme – having outputs spanning from 450 to 87,220 kW per engine. Get up front! Find out more at www.mandieselturbo.com

Engineering the Future – since 1758.

MAN Diesel & Turbo



16 Endnotes

1. zitiert nach der Süddeutschen Zeitung: Sehr geehrter Herr Firma. Nummer 105, Beilage, 7./8. Mai 2011
2. Vgl. dazu auch McKinsey:
http://www.mckinsey.de/downloads/publikation/akzente/2010/akzente_1003_16.pdf
3. Vgl. hierzu auch Mell, Heiko: Spielregeln für Beruf und Karriere – Erfolg als Mitarbeiter und Führungskraft, Springer-Verlag, 3. völlig neu bearbeitete und erweiterte Auflage 2005, S. 93
4. Aufgeführt nach einem Artikel im Focus-Online vom 14.05.2012: Umbruch bei Yahoo – Scott Thompson geht nach Titel-Tricksereien
5. vgl. Martin Wehrle: Karriereberatung, Menschen wirksam im Beruf unterstützen, 2. aktualisierte und erweiterte Auflage 2011, S. 186
6. vgl. IAB-Kurzbericht 26/2011, erhältlich unter <http://doku.iab.de/kurzber/2011/kb2611.pdf>
7. Zitat nach Augustinus Aurelius
8. Der amerikanische Wissenschaftler C.H. Snyder von der Universität Kansas hat eine Studie zu dem Thema High Hoppers herausgebracht. (C.R. Snyder: Psychology of Hope: You can get here from there). High Hoppers sind Menschen, die Ihre gesamte Energie und Kraft in Projekte einbringen, in der Hoffnung Ihre Projektziele zu erreichen. Eine ganz entscheidende Fähigkeit ist dabei, so zu tun, als ob Sie das Ziel schon erreicht haben. Ihr Lebenskonzept basiert auf dem Prinzip Hoffnung.
9. angelehnt an die Coaching Übung von Sabine Asgdom, So coache ich: 25 überraschende Impulse, mit denen Sie erfolgreich werden, S. 153