

► Fit für die 100% erfolgreiche Bewerbung

»Ich weiß ehrlich gesagt gar nicht so genau, welche Jobs zu mir passen«, klagt Paula. »Eigentlich weiß ich nicht mal, was ich den Unternehmen bieten kann.«

Trotzdem schickt Paula seit einem halben Jahr jede Woche drei Bewerbungen raus. Ohne Erfolg.

Verfolgen Sie eine zielorientierte Strategie

► Stürzen Sie sich nicht wie Paula in den Bewerbungsmarathon, ohne zu wissen, in welche Richtung Sie laufen. Finden Sie ein Ziel und definieren Sie dann Ihre Strategie, um dieses zu erreichen. Nur so werden Sie erfolgreich sein.

//Kernkompetenzen definieren, (Bewerbungs-)Ziele herausfinden

Dafür sollten Sie sich zunächst mit sich selbst, mit Ihrem eigenen Können und Ihren Fähigkeiten auseinander setzen. Schließlich müssen Sie dem Personalverantwortlichen konkret vor Augen führen, wo Ihre Stärken liegen. Genau über diesen Punkt, die persönlichen Stärken und Kernkompetenzen, sind sich aller Erfahrung nach viele Bewerber aber gar nicht richtig im Klaren.

Die Konsequenz: Wer sich unsicher über das eigene Profil ist, kann sich meist nicht optimal verkaufen. Wenn ein Autohändler

nicht weiß, ob er einen Mercedes SLK oder einen Renault Twingo an den Mann bringen soll, wird er nicht zum Abschluss kommen. Wenn Sie selbst schon nicht wissen, was Ihre speziellen »Ausstattungsmerkmale« sind, warum sollte Ihnen jemand einen Arbeitsvertrag anbieten? Niemand wird sich die Mühe machen, nach Ihren »verborgenen Schätzen zu graben«. Das müssen Sie – in der Vorbereitungsphase – selbst tun.

Aber es genügt nicht, die eigenen Kernkompetenzen zu kennen und herauszustellen. Sie müssen auch genau wissen, wohin Sie wollen und welche Anforderungen die jeweilige Firma und die ausgeschriebene Stelle mit sich bringen. Mehr als 95 Prozent aller Bewerbungen werden allein deshalb aussortiert, weil der Bewerber aufgrund seines Profils nicht infrage kommt. Da können Ihre Unterlagen noch so professionell sein. Die beste Bewerbung nützt nichts, wenn Sie sich an die falsche Adresse wenden. Nur wenn Sie wissen, was Sie anbieten können, können Sie auch passende Ansprechpartner finden.

Schreiben Sie Ihre Berufsbiografie

► Die Berufsbiografie verschafft Ihnen einen Überblick über alle wichtigen Argumente, die für Sie als Bewerber sprechen. Dort sammeln Sie alle jobrelevanten Informationen und Aussagen über sich selbst. Sie formulieren Textbausteine vor, die Sie später einfach nur noch in Ihre Bewerbung kopieren oder auf deren Basis Sie leichter neue Formulierungen finden können.

Damit ist die Berufsbiografie der Pool, aus dem Sie während der Bewerbungsphase schöpfen. Und dabei ist es gleich, ob Sie sich auf eine Anzeige oder initiativ bewerben, per Post, E-Mail oder über ein Formular im Internet. Sie macht Sie außerdem fit für das Vorstellungsgespräch. Das bedeutet: Die Zeit, die Sie für die Vorbereitung brauchen, sparen Sie später locker wieder ein.

//Für jeden Job den richtigen Köder

Beim Zusammenstellen Ihrer Biografie sind Sie ganz offen, bringen alles zur Sprache. Hier können Sie sich das leisten, denn nicht alles wird später an die Öffentlichkeit gelangen. Sie entscheiden bei jeder Bewerbung, mit welchen Passagen und Dokumenten – mit welchen »Ködern« – Sie nach draußen gehen. Die Köder, die Sie auslegen, werden Sie dann variieren – je nachdem, welchen Fisch Sie sich angeln wollen.

Seien Sie ein Chamäleon

Paula bewundert Ihren Freund Martin. Der bekommt jeden Job, weil er sich wie ein Chamäleon verwandeln kann. »Der war sogar schon Vertriebsleiter und Pressesprecher.« Martins Strategie: Für jeden Job hat er einen anderen Lebenslauf!

► Natürlich erfindet Martin nicht beliebige Lebensläufe. Vielmehr stellt er in seinem Lebenslauf immer die Tätigkeiten und Erfahrungen besonders heraus, die auf das Profil der jeweils ausgeschriebenen Stelle besonders gut passen. So ist er wie ein Chamäleon: Er bleibt sich treu, passt sich aber immer den Gegebenheiten an. Bewerber, die so vorgehen wie Martin, sind bei der Jobsuche fast zwangsläufig erfolgreicher, selbst wenn Sie kleine Lücken im Lebenslauf haben. Je konkreter Ihre Vorstellungen von sich selbst und dem künftigen Arbeitgeber sind, desto leichter geht Ihnen die Jobsuche von der Hand. Dabei können Sie ruhig mehrere Ziele ins Auge fassen, wenn Sie sich vorstellen können, auch in verschiedenen Positionen zu arbeiten. Je nach der spezifischen Ausrichtung stellen Sie dann unterschiedliche Argumente zusammen.

//Leitfaden Berufsbiografie

Die Berufsbiografie ist wie der Businessplan für Existenzgründer. Sie hilft Ihnen, Gedanken zu formulieren und zu fokussieren, und zwingt Sie zu präzisen Aussagen über sich selbst. Mit dem beruhigenden Gefühl zu wissen, wer Sie sind, welche beruflich relevanten Erfahrungen Sie gesammelt haben, schreiben Sie nicht nur leichter Bewerbungen, auch Vorstellungsgespräche oder Assessment-Center verlieren ihren Schrecken, wenn Sie nicht lange über Ihre Antwort nachdenken müssen.

ZPSS: Ihre Erfolgsformel

► ZPSS – so heißt Ihre Erfolgsformel für den Aufbau Ihrer Berufsbiografie. Ziele, Profil, Selbstmarketing und Suchstrategie – die Bestandteile der Formel bezeichnen dabei die Kapitel Ihrer Biografie. In diesen klären Sie folgende Fragen:

Kapitel I – die Ziele:

- Was ist Ihnen im Berufsleben wichtig?
- Welche Prioritäten haben Sie?
- Wo möchten Sie arbeiten?
- In welchem Umfeld möchten Sie arbeiten?
- Welche Fähigkeiten können und welche möchten Sie einsetzen?

Kapitel II – das Profil:

- Das Tätigkeitsprofil: Was können Sie tun?
- Das Persönlichkeitsprofil: Wer sind Sie?
- Das Kenntnisprofil: Was ist Ihr Wissen und wozu befähigt es Sie?
- Das Leistungsprofil: Ihre Erfolge.

Kapitel III – das Selbstmarketing:

- Wenn Sie eine Marke wären, was wären Ihre Charakteristika?
- Welchen Verkaufsvorteil (USP = Unique Selling Proposition) besitzen Sie?
- Welches sind Ihre weiteren Verkaufsargumente?

Kapitel IV – die Suchstrategie:

- Welche Branchen kommen infrage?
- Nach welchen Funktionen suchen Sie?
- Realistisch betrachtet: Welche Unternehmen passen zu Ihnen?

//Die Ziele: Erfolg braucht eine Richtung

Paula sagt: »Man kann sich doch heute keinen Job mehr aussuchen, sondern muss nehmen, was kommt. Und die Arbeitgeber wählen sich die Sahnestückchen aus.«

In dem Punkt hat Paula Recht: Arbeitgeber suchen sich diejenigen Bewerber heraus, die am besten zum Job und ins Unternehmen passen. Das sind tatsächlich oft die Sahnestückchen. Aber wer »erste Sahne« ist, lässt sich nicht verallgemeinern, sondern hängt jeweils vom Unternehmen und vom Job ab.

Aber: Paulas »Hauptsache-Job-ich-nehme-alles-Strategie« führt nur sehr selten und dann auch nur zufällig zum Erfolg. Potenzielle Arbeitgeber lesen diese Haltung aus den Bewerbungsunterlagen heraus, spüren sie quasi zwischen den Zeilen. »Der will anscheinend alles machen«, »Wenn er jetzt schon kein Ziel hat, dann hat er später auch keins« – wenn ein Personaler dieses Fazit zieht, sortiert er den Bewerber mit Sicherheit aus.

Fazit: Es ist eben nicht »Alles Müller, oder was?«. Denn wenn Ihnen gleich ist, ob Sie bei Müller Milch oder bei der Dr. Müller Finanzberatung arbeiten, kommen Sie bei Ihrer Jobsuche nicht weiter. Sie können mit Ihren Aussagen gar nicht konkret werden und

motivierende Anschreiben verfassen. Sie müssen sich Ziele setzen, nur so können Sie etwas erreichen.

Übung: Ziele sollen sich im Bewerbungsschreiben widerspiegeln.

Schon die ersten Zeilen eines Anschreibens zeigen, wie zielstrebig man ist. Versetzen Sie sich jetzt in die Lage eines Personalverantwortlichen: Welche der folgenden Einleitungen spricht Sie mehr an? Welchen Bewerber würden Sie einladen? Halten Sie fest, warum Sie zu Ihrer Entscheidung gekommen sind. Und noch ein Hinweis: Mehr Übungen dazu und die Lösung finden Sie im Internet-Workshop zu diesem Buch.

01. Sehr geehrte Damen und Herren, ich möchte mich auf Ihr Stellenangebot bewerben, das mich sehr interessiert. Ich bin Diplom-Kaufmann und arbeitsbereit.
02. Sehr geehrte Damen und Herren, ich möchte mich auf Ihr Stellenangebot bewerben, das mich sehr interessiert. Ich bin Diplom-Kaufmann und suche jetzt nach einer neuen Herausforderung, z. B. im Bereich Vertrieb, aber gern auch alles andere.
03. Sehr geehrte Frau Herrmann, vielleicht bin ich die kreative und erfahrene Produktmanagerin, die Sie suchen? Ich habe viel über Ihre neue Strategie gelesen. Ihre Pläne, die Marke moderner und jünger zu positionieren, finde ich spannend und vielversprechend. Gerne würde ich diese in die Tat umsetzen.
04. Sehr geehrte Damen und Herren, ich möchte mich Ihnen vorstellen, denn die beschriebene Position passt hervorragend zu meinen Qualifikationen und meiner Berufserfahrung. Seit zwei Jahren arbeite ich in der Lebensmittelbranche und könnte die hier gewonnenen Erfahrungen auch in ein Textilunternehmen einbringen.