

Svenja Hofert

30 Minuten

Bewerbungsanschreiben

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Umschlaggestaltung: die imprimatur, Hainburg

Umschlagkonzept: Martin Zech Design, Bremen

Lektorat: Uta Graßhoff, Offenbach

Satz: Zerosoft, Timisoara (Rumänien)

Druck und Verarbeitung: Salzland Druck, Staßfurt

Fotos S. 80: Die Hoffotografen, www.hoffotografen.de

Fotos S. 82, 85: Davide Michaels, www.davidemichaels.com

© 2008 GABAL Verlag GmbH, Offenbach

3., überarbeitete Auflage 2012

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlags.

Hinweis:

Das Buch ist sorgfältig erarbeitet worden. Dennoch erfolgen alle Angaben ohne Gewähr. Weder Autor noch Verlag können für eventuelle Nachteile oder Schäden, die aus den im Buch gemachten Hinweisen resultieren, eine Haftung übernehmen.

Printed in Germany

ISBN 978-3-86936-391-2

In 30 Minuten wissen Sie mehr!

Dieses Buch ist so konzipiert, dass Sie in kurzer Zeit prägnante und fundierte Informationen aufnehmen können. Mithilfe eines Leitsystems werden Sie durch das Buch geführt. Es erlaubt Ihnen, innerhalb Ihres persönlichen Zeitkontingents (von 10 bis 30 Minuten) das Wesentliche zu erfassen.

Kurze Lesezeit

In 30 Minuten können Sie das ganze Buch lesen. Wenn Sie weniger Zeit haben, lesen Sie gezielt nur die Stellen, die für Sie wichtige Informationen beinhalten.

- Alle wichtigen Informationen sind blau gedruckt.
- Schlüsselfragen mit Seitenverweisen zu Beginn eines jeden Kapitels erlauben eine schnelle Orientierung: Sie blättern direkt auf die Seite, die Ihre Wissenslücke schließt.
- *Zahlreiche Zusammenfassungen innerhalb der Kapitel erlauben das schnelle Querlesen.*
- Ein Fast Reader am Ende des Buches fasst alle wichtigen Aspekte zusammen.
- Ein Register erleichtert das Nachschlagen.



Inhalt

Vorwort	6
1. Fünf Grundregeln	9
Formalien beachten	9
Zielgruppe erkennen	12
Für den Leser schreiben	13
Stärken statt Schwächen betonen	15
Lesefreundlich schreiben und gestalten	16
2. Verschiedene Anschreiben	21
Das Motivationsanschreiben	22
Das argumentative Anschreiben	24
Das erfolgsorientierte Anschreiben	26
Das sympathische Anschreiben	28
Das kreative Anschreiben	30
Das darstellende Anschreiben	33
Das anzeigenzentrierte Anschreiben	34
Das kombinierte Anschreiben	34
Das initiative Anschreiben	35
3. Workshop Anschreiben	41
Vorab: Was will ich sagen?	41
Der Betreff	46
Der erste Satz	48
Der erste Abschnitt	51
Fakten formulieren	53

Persönlichkeit beschreiben	55
Gehalt & Co.	57
Abschluss und Ausblick	60
4. Sprachlicher und optischer Feinschliff	63
Einfach schreiben	63
Kürzen	66
Würzen	68
Rechtschreibung prüfen	70
Optischer Check	72
5. Anschreiben per Post oder Internet	75
Post-Anschreiben	75
Online-Anschreiben	76
E-Mail-Anschreiben	76
6. Lebenslauf & Co.	79
Das CV zum Anschreiben	79
Dritte Seite und Deckblatt	84
Arbeitsproben und Zeugnisse	86
Fast Reader	88
Die Autorin	93
Weiterführende Literatur	94
Register	95

Vorwort

Liebe Leserin, lieber Leser,
Ihre Zeugnisse sind gut und die Liste Ihrer Berufserfahrungen ist ebenso beeindruckend wie die Ihrer zahlreichen Auslandsaufenthalte. Doch was nutzt Ihnen das, wenn Ihr Anschreiben den Leser erst gar nicht davon überzeugt, weiter in Ihrer Bewerbung zu blättern? Ein erfolgreiches Anschreiben muss also neugierig auf Ihre Person und Fähigkeiten machen. Das stellt viele Bewerber vor eine große Herausforderung: Manche Bewerber schreiben 24 Stunden an ihrem Anschreiben, andere sitzen tagelang vor einem weißen Word-Dokument, ohne je den ersten Satz zu Papier zu bringen. Aber: Die richtigen Worte für das Anschreiben finden ist keine Kunst. Es geht vielmehr darum, einen Zugang zu den eigenen Stärken zu finden und ein Verständnis für den Blick des anderen zu entwickeln.

Dabei unterstützt Sie dieses Buch. Es führt Sie Schritt für Schritt zu einem für Sie passenden Anschreiben. Sie finden Ihren eigenen Stil und lernen, kurz, prägnant und vor allem leserzentriert zu schreiben. Zur Sprache kommen klassische Motivationsanschreiben genauso wie Initiativanschreiben und kreative Texte. Zahlreiche Muster für Formulierungen regen Ihre eigenen Ideen an. Tipps zur formalen und optischen Gestaltung ergänzen den Ratgeber ebenso wie Hinweise zur perfekten Umsetzung der Anschreiben in einem Online-Formular oder per E-Mail.

Im letzten Kapitel lesen Sie, wie Sie die weiteren Bewerbungsunterlagen betexten und gestalten – vom Deckblatt über den Lebenslauf bis zur Arbeitsprobe. Praktisch, kurz und prägnant: In diesem Ratgeber widmen Sie sich 25 Minuten dem Bewerbungsanschreiben und erhalten in den verbliebenen fünf Minuten Tipps für die restlichen Unterlagen von Lebenslauf bis Zeugnis.

Herzliche Grüße

Svenja Hofert



30 MINUTEN

**Welche Kriterien muss ein gutes
Anschreiben erfüllen?**

Seite 9

**Wissen Sie, wer Ihr
Bewerbungsanschreiben in die
Hände bekommt?**

Seite 12

**Wie können Sie Ihr Anschreiben
möglichst lesefreundlich gestalten?**

Seite 16

1. Fünf Grundregeln

Gute Anschreiben erfüllen vor allem zwei Kriterien: Sie strahlen Ihre Persönlichkeit aus und sind für den Leser geschrieben. Alle anderen Aspekte ordnen sich diesen beiden Kriterien unter. Ein Patentrezept für solch ein Anschreiben gibt es nicht, aber es gibt einige Grundregeln, die ich Ihnen im folgenden Kapitel vorstelle.

1.1 Formalien beachten

Sie erhalten keine zweite Chance für den ersten Eindruck – dementsprechend sollte die äußere Form Ihres Anschreibens stimmen. Hier die Basics: Ein Anschreiben sollte nicht mehr als eine DIN-A4-Seite umfassen. Wenn Sie sich kurz fassen, signalisieren Sie: Ich kann auf den Punkt kommen und Wesentliches von Unwesentlichem trennen. Das Anschreiben kann eineinhalbzeilig oder einzeilig gedruckt sein. Verwenden Sie die Schrift Arial nicht kleiner als 10 Punkt, die konservativere Times ist mit 11 Punkt schon recht klein. Verdana eignet sich als Internetschrift nur für PDF-Bewerbun-

gen und sollte nie kleiner als 10 Punkt gedruckt werden. Andere Schriftarten sind immer zulässig, sofern sie gut lesbar sind und nicht zu auffällig.

Das Anschreiben sollte den Schreib- und Gestaltungsregeln der aktuellen DIN-Norm 5008 und den Regeln der allgemeinen Lesefreundlichkeit entsprechen. Hier das Wichtigste im Überblick:

Tipps

- Benutzen Sie weißes oder naturfarbenes Papier.
- Beginnen Sie mit einem Briefkopf (in der Kopfzeile oder in Kopf- und Fußzeile) oder einem Absender.
- Die Anschrift sollte die vollen Daten enthalten, also auch die Bezeichnung der Abteilung und den Vor- und Zunamen sowie gegebenenfalls auch den Titel (z. B. Dr.) des Verantwortlichen.
- Ein Datum ist zwingend. Es steht entweder oben rechts neben der ersten Zeile der Anschrift oder eine Zeile unter der Anschrift auf der rechten Seite. 23.10.2012, 2012-10-23 oder 23. Oktober 2012 – alle Schreibweisen sind zulässig.
- Ein aussagekräftiger Betreff (z. B. „Bewerbung als ... „Ihr Stelleninserat vom ... in ...“) gehört dazu. Dieser wird ohne das Wort „Betreff“ drei bis vier Leerzeilen unter den Empfänger gesetzt, z. B. kursiv oder unterstrichen.
- Zwei Zeilen darunter folgt die Anrede: Falls Sie den Namen Ihres Ansprechpartners nicht herausfinden können, schreiben Sie „Sehr geehrte Damen und Herren“.

- Eine Gliederung mit Absätzen macht den Text lesefreundlich – am besten nicht mehr als drei bis fünf Absätze im Fließtext.
- „Der Dativ ist dem Genitiv sein Tod“ – Rechtschreibfehler und grammatikalische Fehlritte sind tabu. Schreiben Sie nach den Regeln der neuen deutschen Rechtschreibung.
- Steigen Sie mit einer gängigen Grußformel aus, am besten „Mit freundlichen Grüßen“ (immer ohne Komma!).
- Schreiben Sie darunter mit zwei Zeilen Abstand Ihren gedruckten Namen. Dazwischen unterschreiben Sie. Bei PDF-Bewerbungen verzichten Sie entweder auf die Unterschrift oder setzen Ihre eingescannte Unterschrift hinein.
- Setzen Sie den Hinweis „Anlagen“ unter Ihren gedruckten Namen, ohne diese weiter aufzulisten.
- Legen Sie das Anschreiben locker auf die Mappe oder speichern Sie es in der PDF-Bewerbungsmappe als Erstes ein, also noch vor dem Lebenslauf (siehe Seite 80).

Typische Fehler vermeiden

Nobody is perfect. Auch wenn Sie noch so gut achtgeben, es kann immer mal passieren, dass sich Fehler in Ihr Bewerbungsanschreiben einschleichen. Diese können mitunter das vorzeitige Aus für Sie bedeuten. Damit Ihre Bewerbung nicht direkt im Papierkorb landet, vermeiden Sie typische Fehler.

Tipps

- Sprechen Sie eine Dame nicht mit Herr an.
- Setzen Sie hinter „Sehr geehrter NAME“ ein Komma oder alternativ ein Ausrufezeichen.
- Verzichten Sie hinter „Mit freundlichen Grüßen“ auf das Komma – das gibt es nämlich nur im angloamerikanischen Sprachraum.
- Behandeln Sie das E-Mail-Anschreiben genauso wie das Anschreiben per Post. Es sollte lediglich, wenn es in das Textfeld der Mail gesetzt ist, eine Signatur haben. Die Signatur sitzt immer unter dem Text, nie darüber.



Unterschätzen Sie nicht die abschreckende Wirkung eines mangelhaften und nachlässigen Anschreibens, sondern halten Sie sich an die allgemein verbindlichen Schreib- und Gestaltungsregeln.

1.2 Zielgruppe erkennen

Bevor Sie sich mit inhaltlichen Fragen beschäftigen, sollten Sie erst einmal klären, wer Ihr Anschreiben überhaupt liest. Bei größeren Unternehmen übernimmt häufig ein Recruiter die Erstauswahl. Dieser hat die Aufgabe, die interessantesten zehn Bewerbungen herauszusuchen. Erst danach wirft ein Personalverantwortlicher einen Blick darauf oder eine Fachabteilung gibt ihre Meinung dazu ab. Daraus lässt sich schließen, dass die Bewerbung auf eine ausgeschriebene Stelle bei

größeren Unternehmen zwei Zielgruppen ansprechen muss: erstens den mit der Erstauswahl betrauten Sachbearbeiter und zweitens die Fachabteilung. Den Sachbearbeiter erreichen Sie am ehesten, indem Sie sich in der ihm vertrauten Begriffswelt bewegen, also in wesentlichen Teilen deutlich und mit vertrauten Worten texten. Dem Fachverantwortlichen sollten Sie vertiefte Informationen bieten. Oft interessiert er sich mehr für den Lebenslauf oder ein Zusatzblatt, auf dem Sie Kenntnisse oder Projekterfahrungen auflisten.

Bei kleineren Unternehmen ist die Situation anders. Oft gibt es gar keine Personalabteilung. Wenn doch, sitzen hier ein oder zwei Personen, die enger mit den Fachabteilungen zusammenarbeiten und inhaltlich meist besser „im Thema“ sind. Also sollten Sie auch hier vertiefte Informationen anbieten.

1.3 Für den Leser schreiben

Arbeitgeber möchten in der Regel weniger wissen, was Sie wollen, als vielmehr, welchen Nutzen Sie dem Unternehmen bringen. Aus diesem Grund empfiehlt es sich, den Leser möglichst direkt anzusprechen. Zu empfehlen sind sprachliche Kleinigkeiten: „Ihr Interesse freut mich sehr“ folgt dem leserzentrierten Standpunkt besser als „Ich freue mich über Ihr Interesse“. Stellen Sie sich vor, Sie schreiben einen Liebesbrief – wie langweilig wären Ihre Worte, wenn Sie beispielsweise nur

von Ihren Gefühlen sprächen und nicht von den schönen Augen des anderen. Nun ist ein Anschreiben kein Liebesbrief, das Prinzip aber dasselbe: Im Mittelpunkt steht der andere!

Tipps

- Ihr Leser muss das wiederfinden, was er sucht! Dazu sollten Sie am besten 100 Prozent, mindestens aber 80 Prozent der geforderten Kompetenzen, Qualifikationen und Erfahrungen mitbringen.
- Beginnen Sie möglichst wenige Sätze mit „Ich“. Auf keinen Fall sollte der erste Satz mit einem „Ich“ starten.
- Verwenden Sie eine möglichst direkte Ansprache: „Sie schreiben in Ihrem Inserat, dass ...“ oder „An Ihrem Unternehmen gefällt mir ...“.
- Individualisieren Sie Ihr Schreiben dem Unternehmen entsprechend, mindestens in Einleitung und Schluss.
- Gehen Sie auf den Stil des Unternehmens ein, der sich auf der Website und in der Anzeige spiegelt. Werden Sie dort locker angesprochen, sollten Sie nicht mit einer steifen Bürokratsprache kontern.
- Eine steife Bürokratsprache im Inserat ist aber kein Grund, genauso verwaltungsorientiert zu schreiben. Hier empfiehlt sich ein Mittelweg.



Entscheidend für den Erfolg Ihres Anschreibens ist, dass Sie auf den Leser eingehen: Bieten Sie das an, was der Leser sucht, und formulieren Sie leserzentriert.

1.4 Stärken statt Schwächen betonen

In keinem Werbekatalog der Welt wird darauf hingewiesen, was das Produkt nicht hat. Werbung ist das geschickte Erwähnen und Weglassen. Und eine Bewerbung folgt diesem Grundsatz.

Nur in Ausnahmefällen sollten Sie thematisieren, dass Ihnen eine Qualifikation fehlt. Das hat einen rein psychologischen Grund: Indem Sie Mangelfaktoren aussprechen, deuten Sie mit einem dicken roten Pfeil darauf. Das Aussprechen des Mangels macht ihn „gefühlter“ größer. Und noch ein wichtiges Argument: Sie verlieren viel Platz, den Sie für Ihre Pluspunkte nutzen könnten.

Tipps

- Betonen Sie Ihre Pluspunkte. Denken Sie dabei daran, was gefordert ist.
- Überlegen Sie, was Ihre Konkurrenten vorzuweisen haben. Gibt es etwas, was Sie besser können als andere? Das gehört ins Anschreiben!
- Jede Einschränkung, die nicht positiv für Sie ist, sollten Sie nicht schriftlich, sondern erst im persönlichen Gespräch anbringen. Beispiel: Sie bewerben sich Vollzeit, wollen aber eigentlich nur 30 Stunden arbeiten.
- Ähnlich empfehle ich mit Lücken zu verfahren. Auch Behinderungen, die keine Einschränkung für die Ausübung des Jobs bedeuten, sollten nicht im Anschreiben thematisiert werden.

- Eine Ausnahme bilden kreative Bewerbungen, mit denen Sie in kleineren Unternehmen meist punkten können. Hier macht es manchmal (aber längst nicht immer!) Sinn, manche Ratschläge ad acta zu legen und etwa kess zu schreiben: „Ich bin weder Betriebswirt noch Informatiker und habe auch nicht die geforderte Berufserfahrung. Jetzt schreibe ich Ihnen, warum ich trotzdem richtig für Sie bin usw.“

1.5 Lesefreundlich schreiben und gestalten

Machen Sie den Personalverantwortlichen das Leben leichter und achten Sie auf die Lesefreundlichkeit Ihres Anschreibens. Neben der Einhaltung der formalen Grundregeln, die Sie im ersten Kapitel kennengelernt haben, gibt es noch weitere Möglichkeiten. Lesefreundlich, das ist vor allem eine klare, knappe und präzise Sprache. Ein weiterer wichtiger Faktor ist das Layout. Absätze helfen dabei, den Text übersichtlich zu strukturieren, optische Hilfen erleichtern dem Leser das schnelle Erfassen der wichtigsten Aspekte.