

ALPHA

DER KADERMARKT DER SCHWEIZ

AUFLAGE 368004 / TEL. 044 248 40 41 / STELLEN@TAGES-ANZEIGER.CH / WEITERE KADERSTELLEN: WWW.ALPHA.CH

MIT INDIVIDUALITÄT UND PERSÖNLICHKEIT ZUM NEUEN JOB

08/15-Bewerbungsbriefe haben wenig Chancen

Bewerberinnen und Bewerber halten sich gerne an Standards und formulieren ihre Anschreiben immer wieder gleich. Dabei verwenden sie oft Floskeln, leere Worthülsen und Standardsätze. Diese langweilen jedoch den Empfänger und hinterlassen einen unmotivierten, abgekupferten und faden Eindruck. *Von Andrea Kern (*)*

Personalerinnen und Personaler treffen in Bewerbungsschreiben wiederholt auf Sätze wie: «Mit grossem Interesse habe ich Ihr Inserat gelesen» oder «Über die Einladung zu einem Vorstellungsgespräch würde ich mich sehr freuen». Es verwundert nicht, dass das Motivationsschreiben heute häufig nur noch überflogen wird.

Schlechte Mustervorlagen

Im Zeitalter des Internets eröffnet sich dem Stellensuchenden eine riesige Plattform an Mustern, Formulierungsvorschlägen und Empfehlungen. Gerade in Bezug auf den Bewerbungsbrief geistern die wildesten Tipps durchs Netz. Aber nur sehr wenige sind wirklich brauchbar: Kopierte Sätze und Textbausteine verhindern ein authentisches Bild und einen individuellen Fingerabdruck. Ein unverwechselbares Profil ist aber genau das, wonach Personaler bei Bewerbungen suchen. Sich als Bewerber zu «verbiegen» oder überkünstelte Sätze zu verwenden, macht also kei-

nen Sinn. Und: Es fliegt spätestens im Vorstellungsgespräch auf.

Vergleich mit Zeitungsartikel

Beim Bewerbungsbrief gilt das gleiche wie bei einem guten Zeitungsartikel: Eine überraschende Headline, ein neugierig machender Einleitungstext und ein gut strukturiertes, übersichtliches Design fallen auf und animieren zum Weiterlesen. Knapp und konkret ist dabei besser als lang und langatmig. Ein zu ausführlicher Text wirkt abschreckend und wird meist nicht genau gelesen. Eine DIN-A4-Seite sollte absolut ausreichen. Diese kann auch ruhig grafische Elemente in dezenter Form beinhalten: Wichtig dabei ist, dass sie der Persönlichkeit des Stellensuchenden entspricht und der Brief die KV-Norm berücksichtigt.

Weg vom klassischen Anfang

Auf Einleitungssätze wie «In der Zeitung XY habe ich Ihr Stelleninserat gelesen» kann verzichtet werden. Diese sind zu un-

persönlich und vermitteln dem Leser nur, was er schon weiss. Der Bezug zur Stellenausschreibung kann deshalb gänzlich weggelassen werden. Oder er wird in der Form einer zweiten Betreffzeile erwähnt. Auch das wörtliche Wiederholen des Lebenslaufes ist verlorener Platz. Personalerinnen und Personaler sehen sich meist zuerst den Lebenslauf an, bevor sie sich das Anschreiben durchlesen. Sie wissen also bereits über den Werdegang und die Qualifikationen des Bewerbenden Bescheid und brauchen diese nicht nochmals im Anschreiben aufgelistet.



Andrea Kern: «Leere Worthülsen wie «Verantwortungsbewusstsein» vermeiden.»

Persönlicher Bezug zur Firma

Den Brief so zu formulieren, dass man ihn gleichzeitig für zig Bewerbungen verwenden kann, ist bei den Personalverantwortlichen verpönt. Damit geht der direkte Bezug zum Unternehmen und die Individualität des Bewerbers verloren. Viel besser ist es, dem Empfänger zu signalisieren, dass man sich über das Unternehmen informiert hat: Werte und Leitsätze der Firma im Schreiben erwähnen, den persönlichen Bezug zum Unternehmen sichtbar machen oder eigene Erfahrungen mit Produkten beschreiben. Solche Sätze machen ein Schreiben einzigartig und persönlich.

Einfachheit zählt

Überkünstelte Formulierungen und verschachtelte Sätze oder Ego-Phrasen sind fehl am Platz. Grundsätzlich sollten die Sätze einfach, klar und gut lesbar sein. Leere Worthülsen wie «Verantwortungsbewusstsein» oder «Flexibilität» gilt es zu vermeiden. Besser ist es, diese Qualitäten in Form von lebendigen Beispielen zu beschreiben und den Bezug zur Praxis herzustellen: Etwa, indem man eine Situation benennt, in welcher man sich flexibel gezeigt hat. Es kann auch helfen, sich vorher auf einem

Blatt Papier stichwortartig zu notieren, was einen an der besagten Stelle reizt und welche Qualifikationen man dafür mitbringt. Oder man erzählt dies einer anderen Person und bringt anschliessend die Gedanken zu Papier.

Selbstbewusstsein signalisieren

Am Ende des Briefes verwenden die meisten Bewerberinnen und Bewerber immer noch den Konjunktiv wie «würde mich sehr freuen», «hätte Interesse an der Stelle»

(Fortsetzung auf der letzten Seite)

DIE LETZTE SEITE



Der Futurist – die Rubrik von

Gerd Leonhard. Folge 2: Bücher, Musik, Fernsehen, Lernen und das Einkufen wandern ins Internet – zunehmend auf mobile Geräte. Der digitale Wandel verändert die Wirtschaft, unsere Kultur und unser Konsumverhalten in einer Geschwindigkeit, die so noch nie dagewesen ist. Mit Folgen: viele traditionelle Gewerbe und Dienstleistungen verschwinden in ihrer heutigen Form.

Aktuelle Bildungsangebote

Alpha-Seminare

(Fortsetzung Leitartikel)

etc. Diese Form strahlt eine gewisse Unsicherheit aus. Der Bewerbende kann hier aber ruhig etwas selbstbewusster auftreten: Er darf im Schlusssatz signalisieren, dass er auf jeden Fall davon ausgeht, zum Gespräch eingeladen zu werden. Kreative Formulierungen können deshalb an dieser Stelle für einen positiven Abschluss sorgen.

Mehraufwand lohnt sich

Ein Bewerbungsschreiben ist nicht in ein paar Minuten erledigt. Häufig feilt man stundenlang daran. Auch ist das Formulieren selbst nicht jedem in die Wiege gelegt worden. Trotzdem lohnt sich der Aufwand auf jeden Fall. Der Bewerbende setzt sich vermehrt mit der Firma und der Stelle auseinander. Er wird seine Unterlagen nicht mehr wahllos an unzählige Unternehmen verschicken, sondern kann sich viel gezielter bewerben. Zudem dienen ihm die erhaltenen Informationen aus seinen Recherchen für ein späteres Vorstellungsgespräch: Seine Vorbereitungszeit darauf wird sich erheblich verkürzen.

Zu guter Letzt

Es ist erstaunlich, auf wie viele Schreibfehler die Personalerinnen und Personaler bei der Durchsicht der Unterlagen treffen. Ein sorgfältiges Durchlesen reicht deshalb nicht aus. Hier kann das Mehr-Augen-Prinzip helfen: Mindestens eine weitere Person sollte das Schreiben auf Rechtschreibung, Grammatik und Verständlichkeit prüfen, bevor es zur Post geht.

(*) Andrea Kern ist HR-Fachfrau und Ausbilderin in Wil/SG und Inhaberin der Beratungsfirma Wort & Stil: kreative Bewerbungen und Texte (www.wortundstil.ch).

DER FUTURIST

Folge 2: Digitale Anpassung oder Untergang

Von Gerd Leonhard

Mobile Geräte, das Internet und die neuen Technologien, die wir nutzen, haben die Art, wie wir konsumieren und miteinander interagieren, verändert. Dies hat Auswirkungen auf die ganze Wirtschaft, die sich anpassen muss. Das bestreiten weder Gegner noch Befürworter des digitalen Wandels. Ob sich das Ganze zum Guten oder zum Schlechten entwickelt, ist nicht eindeutig zu beantworten.

Kunden gehen heute in ein Geschäft, schauen sich ein Produkt an, scannen dieses mit ihrem Smartphone ein und kaufen es dann billiger im Internet. Wenn Sie der Kunde sind, ist das für Sie der Himmel. Gehört Ihnen der Laden, ist es die Hölle. Der Trend hat einen Namen: Showrooming. Bereits 26% aller Schweizer kaufen so ein. In den letzten 100 Jahren hatten Detailhändler ein vergleichsweise gemütliches Leben. Jetzt zwingt viele die technologische Hyper-Effizienz dazu, ihr Geschäftsmodell zu überdenken. Sie können künftig nicht nur noch Waren verkaufen, sondern müssen mit mobilen Apps und Social Shopping ein neues Kundenerlebnis bieten.

Nichts ist dabei so tödlich wie die Logik von gestern. Sich gegen den digitalen Wandel in Wirtschaft und Gesellschaft aufzubauen, macht so wenig Sinn wie die Revolte der Hufschmiede gegen die Eisenbahn im vorletzten Jahrhundert. Der Kunde hat heute mehr Einkaufsoptionen, mehr Möglichkeiten mit einem Click die Preise zu vergleichen. Bedroht vom digitalen Darwinismus ist beispielsweise auch die Tourismus-Branche. Heute kann man sich über die App AirBnB von Privaten weltweit eine von 640 000 Wohnungen mieten. Weshalb ein Hotel buchen, wenn man eine tolle, eingerichtete Wohnung billiger haben kann?

Die Musikindustrie wehrte sich zu Beginn heftig gegen die Verlagerung der Musik ins Internet. Verzweifelt hält sie sich zum Teil immer noch an der Kontrolle über den Vertrieb fest. Vergeblich. Heute kauft kaum noch jemand CDs. Musik ist heute erhältlich wie Wasser: Überall zu einem tiefen Preis erhältlich aus der Cloud. Die DVDs wird bald dasselbe Schicksal ereilen. Zu den Gewinnern der digitalen Transformation gehören agile Unternehmen, welche



Gerd Leonhard aus Basel ist Futurist, Zukunftsberater, internationaler Keynote-Speaker, Strategie-Coach und CEO von «The Futures Agency». Er hilft Unternehmen, die Trends zu erkennen und zeigt ihnen die Geschäftsfelder der Zukunft auf. Gemeinsam mit seinen Auftraggebern entwickelt er Strategien, diese zu erschliessen. (www.gerdleonhard.de)

die neuen Medien gekonnt für sich zu nutzen wissen. Es sind zum Beispiel die Fluglinien Easyjet oder KLM, die sehr aktiv sind mit sozialem Marketing und einen engen Kontakt zu ihren Kunden unterhalten mit individuell massgeschneiderten Angeboten. In den Geschäften der Kleidermarke Burberry und des Motorradherstellers Ducati verschmelzen mittlerweile komplett die Online- und Offline-Welt. Kein Verkäufer ist dort ohne Tablet-PC unterwegs, mit dem er im Verkauf einen substantiellen Mehrwert bieten kann.

Ernest Hemingway fragte einmal: «Wie geht ein Mensch pleite?» Die Antwort gab er gleich selber: «Zuerst langsam, dann plötzlich ganz schnell.» So wird es leider auch Unternehmen gehen, welche den neuen Realitäten nicht ins Auge sehen wollen – erst sieht alles ganz harmlos aus, aber denn bricht in einer kurzen Zeit der Boden weg.

Als Zukunftsberater und Zukunfts-Coach empfehle ich meinen Kunden, einerseits die neuen Technologien zu begrüssen und in ihr Geschäftsmodell zu integrieren – und andererseits auch wirkliche Menschlichkeit und «Sinn» in ihrer Marke fest zu verankern

Die nächste Folge dieser Kolumne erscheint am 20. Dezember 2014.

AKTUELLE BILDUNGSANGEBOTE

Führung und Aufsicht von Spitälern

20. ERFA-Tagung für Verwaltungsräte und Leitungsteams von Spitälern sowie für Chefärzte.

Datum: Montag, 26. Januar 2015

Dauer: 1 Tag

Ort: Marriott Hotel, Zürich

Infos: Swiss Board School am IMP-HSG
www.icfcg.org, Tel. 071 224 23 72



VR-Seminar für Verwaltungsrätinnen

9. VR-Seminar für erfahrene und angehende Verwaltungsrätinnen.

Datum: Mittwoch, 18. Februar 2015

Dauer: 1 Tag

Ort: Radisson Blu Hotel, Zürich

Infos: Swiss Board School am IMP-HSG
www.icfcg.org, Tel. 071 224 23 72



CAS Mikroelektronik Analog

CMOS Design und Systeme: von der Systemidee zum fertigen Chip, 5 Monate, berufsbegleitend, Teil des MAS Mikroelektronik.

Datum: Freitag, 20. Februar 2015

Dauer: 5 Monate

Ort: HSR Rapperswil/Zürichsee

Infos: Infoveranstaltungen: 8.12. HSR 18.00 Uhr, 15.12. online 12.15 Uhr
www.hsr.ch/mikroelektronik, Tel. +41 55 222 49 21

MAS in Software Engineering FHO

Weiterbildung in modernen Software-Engineering-Methoden und -Technologien, berufsbegleitend.

Datum: Dienstag, 7. April 2015

Dauer: 4 Semester

Ort: HSR Rapperswil/Zürichsee

Infos: 10.12.2014 und 13.1.2015, 18.15 Uhr
www.hsr.ch/mas-se, Tel. +41 55 222 49 21

Neue Konzepte für den Verwaltungsrat

23. Durchführung des 6-teiligen VR-Programms 2015/16 mit Abschlusszertifikat.

Datum: Freitag, 14. August 2015

Dauer: 6 Abende

Ort: Radisson Blu Hotel, Zürich

Infos: Swiss Board School am IMP-HSG
www.icfcg.org, Tel. 071 224 23 72



DETAILINFORMATIONEN UND VIELE WEITERE KURSE ...

www.alpha-seminare.ch

weiterbilden...
...weiterkommen!
www.seminare.ch

ALPHA
DER KADERMARKT DER SCHWEIZ