

Mehr als nur ein «Nein»

Eine Absage auf eine Bewerbung ist mehr als eine einfache Mitteilung. Sie eignet sich auch ideal dafür, um das Employer Branding zu stärken. Die Frage ist nur: Wie lässt sich das «Nein» so kommunizieren, damit es ein positives Licht auf das KMU wirft? Dieser Artikel liefert praxisnahe Tipps und Formulierungen.

© VADROBOTBO / DEPOSITPHOTOS.COM



© BILDCREDIT

Damit Absagen keinen Frust auslösen: Weshalb sie nicht als Employer-Branding-Tool nutzen?

VON ANDREA KERN

Bewerbungsabsagen spielen in der modernen HR-Kommunikation eine zentrale Rolle. So nehmen Bewerbende bei einer wertschätzenden Absage das Unternehmen trotzdem als positiv wahr – und empfehlen es weiter. Für KMU, die oft mit grossen Unternehmen um die besten Talente konkurrieren, ist eine durchdachte Korrespondenz daher besonders wichtig. Allerdings lauern gerade bei Absagen viele Stolpersteine. Um diese zu umgehen, helfen insbesondere diese Tipps:

Tipp 1: **Mehrere Absage-Vorlagen vorbereiten**

Absagen sollten in ihrer Formulierung individuell wirken. Dies bedeutet jedoch nicht, dass der Absagegrund immer detailliert ausgeführt werden muss. In vielen HR-Abteilungen fehlt dazu schlichtweg die Zeit. Zudem kann es rechtlich heikel sein, den genauen Grund für die Absage zu nennen.

Vielmehr empfiehlt es sich, auf verschiedene, gut durchdachte Vorlagen zurückzugreifen. Diese Vorlagen sollten beispielsweise zwischen Absagen für gut geeignete und weniger gut geeignete Bewerbende unterscheiden. Auch Absagen auf Initiativbewerbungen klingen anders als Absagen auf ausgeschriebene Stellen.



Autorin

Andrea Kern ist Expertin für Korrespondenz und Bewerbung sowie Buchautorin. Die ehemalige HR-Leiterin bietet Korrespondenz- und Schreibkurse für Privatpersonen und Unternehmen an – und ist Autorin des Fachbuchs «Frischer Wind für E-Mails und Briefe».

> www.wortundstil.ch

Nicht zuletzt ist auch der Zeitpunkt der Absage für die Formulierung entscheidend. Eine Absage in der frühen Rekrutierungsphase fällt schlichter aus als eine Absage nach einem Vorstellungsgespräch. Gerade bei der letzten Variante gilt es zudem, den richtigen Kanal zu nutzen:

Tipp 2: **Den richtigen Kanal nutzen**

Die Wahl des Kommunikationskanals hängt ebenfalls oft von der Phase der Rekrutierung ab. So erfolgen Absagen in der ersten Auswahlphase in der Regel per E-Mail.

Nach einem Vorstellungsgespräch ist hingegen eine mündliche Absage definitiv die bessere Wahl. Dies zeigt den Bewerbenden, dass ihr Einsatz und die investierte Zeit wertgeschätzt werden. Zudem können Bewerbende unmittelbar Fragen stellen oder um Feedback bitten. Darüber hinaus hinterlässt das Unternehmen einen professionellen Eindruck und stärkt dadurch das Employer Branding.

Und noch ein paar Worte zu Briefen: Briefe werden heutzutage für Absagen nur noch selten eingesetzt. Allerdings eignet sich das Briefformat durchaus innerhalb der HR-Kommunikation. Zum Beispiel für Eintritte, Gratulationen, Beförderungen, Auszeichnungen oder Jubiläen.



Tipp 3: **Frische Formulierungen verwenden**

Ein häufiger Fehler bei Absagen ist die Verwendung von Standardfloskeln. Diese wirken distanziert und unpersönlich. Besser ist es, moderne und positive Formulierungen zu verwenden. Ein paar Beispiele:

Lieber nicht:

«Vielen Dank nochmals für Ihr Interesse an unserem Unternehmen und der Stelle als Empfangsmitarbeiterin.»

Besser:

- Sie können sich vorstellen, unsere Gäste am Empfang willkommen zu heissen. Das schätzen wir sehr – vielen Dank für Ihre Bewerbung.
- Sie möchten unser 3-köpfiges Empfangsteam ergänzen. Das freut uns sehr – und wir haben Ihre Bewerbung gerne geprüft.
- Hinter deiner Bewerbung als Empfangsmitarbeiterin steht viel persönlicher Einsatz. Danke, dass du dir die Zeit genommen und dich bei uns gemeldet hast.
- Sie haben zahlreiche Überlegungen in Ihre Bewerbung als Empfangsmitarbeiterin einfließen lassen. Das wissen wir zu schätzen – vielen Dank.

«Briefe werden heutzutage für Absagen nur noch selten eingesetzt.»

Lieber nicht:

«Wir bedauern, Ihnen mitteilen zu müssen, dass wir uns für eine andere Person entschieden haben.»

Besser:

- Bei der Vielzahl an qualifizierten Bewerbenden waren es am Ende kleine Details, die den Ausschlag gegeben haben.
- Sie verfügen über einen beeindruckenden Werdegang. Dieses Mal passte allerdings eine andere Person etwas besser ins Gesamtbild.
- Deine Bewerbung hat uns angesprochen. Dennoch haben wir uns für eine andere Person entschieden. Bei dieser passten Qualifikation, Persönlichkeit und Bauchgefühl gleich auf Anhieb.
- Die Entscheidung ist uns nicht leichtgefallen, denn Sie bringen viel für die Stelle mit. Trotzdem haben wir gestern einer anderen Person zugesagt.

Lieber nicht:

«Wir wünschen Ihnen auf Ihrer weiteren Stellensuche alles Gute.»

Besser:

- Wir wünschen Ihnen, dass Sie bald eine Stelle finden, die wie für Sie gemacht ist.
- Wir wünschen dir, dass du genau die Stelle findest, mit der du langfristig glücklich bist.
- Mit Ihren Qualifikationen werden Sie bestimmt bald fündig werden. Gutes Gelingen!

Wichtig: Der Schreibstil und die Wortwahl sollten immer mit der Unternehmenskultur harmonieren. So wird ein junges Star-

tup mit einer lockeren Du-Kultur anders kommunizieren als eine traditionelle Anwaltskanzlei.

Tipp 4: **Zukünftige Möglichkeiten aufzeigen**

Nach einer Absage ist die Verunsicherung bei Bewerbenden meist gross. Sie fragen sich oft, ob sie sich bei einer nächsten Vakanz wieder bewerben sollen. Daher kann es sich für KMU lohnen, bei grundsätzlich geeigneten Bewerbenden auf zukünftige Möglichkeiten hinzuweisen, zum Beispiel so:

- Auch wenn es heute ein «Nein» ist, behalten Sie uns gerne im Hinterkopf. Ihre Bewerbung ist auch zukünftig sehr willkommen.
- Wir wachsen – und vielleicht ergibt sich schon bald eine neue Stelle. Melde dich daher gerne bei einer nächsten Vakanz wieder bei uns. Wir freuen uns darauf.
- Sind Sie damit einverstanden, dass wir Ihre Bewerbung pendent halten? Bei uns bewegt sich viel – und wer weiss, was die Zukunft bringt.
- Auf (Link zum Stellenportal) veröffentlichen wir alle unsere offenen Stellen. Sie sind herzlich eingeladen, sich wieder bei uns zu melden.

Fazit: Absagen auch in KMU als Chancen nutzen

Für KMU bietet sich durch die richtige Gestaltung von Absagen eine grosse Chance, sich von der Konkurrenz abzuheben. Eine respektvolle und gut durchdachte Kommunikation kann zudem das Employer Branding nachhaltig stärken. Dabei machen moderne und wertschätzende Formulierungen den Rekrutierungsprozess zu einem positiven Erlebnis, das in Erinnerung bleibt.