



**Den Kollegen des Berufsbereiches I56 des Arbeitsamtes Wolfsburg und Rüdiger Fox aus dem Arbeitsamt Gifhorn, die einen der Verfasser durch die ersten Monate in der AV gebracht haben. Ihre Ideen und Anregungen sind maßgeblich in das vorliegende Skript eingeflossen. Dank gilt natürlich auch all den anderen Kollegen in den Berufsberatungen der Arbeitsämter München, Gifhorn, Wolfsburg sowie Mannheim und selbstverständlich den Beratungsanwärttern und VIA der FH , mit deren Hilfe die Talentmarketingprojekte erst möglich wurden**

**Die Verfasser**

**Mannheim im April 2001**

## 1. Inhaltsverzeichnis:

<b>1.</b>	<b>Inhaltsverzeichnis</b>	003
<b>2.</b>	<b>Informationen zum Veranstaltungsverlauf</b>	004
2. 1.	Ziele der Veranstaltung	004
2. 2.	Weiterführende Literatur	004
2. 3.	Möglichkeit und Form von Leistungsnachweisen	005
<b>3.</b>	<b>Grundlagen zu Talentmarketing</b>	005
3. 1.	Marketing	005
3. 2.	Talente – Begriff und Abgrenzung	006
3. 3.	Rolle der neuen Medien bei Talentmarketing	013
<b>4.</b>	<b>Phasen von Talentmarketing</b>	013
4. 1.	Analyse der Ist-Situation ( <b>Phase 1</b> )	014
4. 1. 1.	Auf der Bewerberseite	014
4. 1. 2.	Auf dem Arbeitsmarkt	015
4. 1. 2. 1.	Möglichkeiten, freie Stellen zu suchen	015
4. 1. 2. 1. 1.	Printmedien	015
4. 1. 2. 1. 2.	Vermittlung des Arbeitsamtes	016
4. 1. 2. 1. 3.	Stellenmärkte und Stellensuchmaschinen im Internet	017
4. 1. 2. 1. 4.	Übersicht: Stellenmärkte im Internet	018
4. 1. 2. 1. 5.	Mundpropaganda / Kontakte / Messen	021
4. 1. 2. 1. 6.	Telefonisch freie Stellen erfragen	022
4. 1. 3. 1. 7.	Anforderungen der Arbeitgeber an Bewerber erkunden	023
4. 1. 4. 1. 8.	Analyse der Konkurrenz	026
<b>4. 2.</b>	<b>Ziele definieren (Phase 2)</b>	026
<b>4. 3.</b>	<b>Selfmarketingstrategien entwickeln und nutzen (Phase 3)</b>	027
4. 3. 1.	Selfmarketingrules	027
4. 3. 2.	Passive und aktive Bewerbungsstrategien	028
4. 3. 3.	Klassische Bewerbung	029
4. 3. 3. 1.	Anschreiben	029
4. 3. 3. 2.	Für Optik und Übersichtlichkeit: Das Deckblatt	033
4. 3. 3. 3.	Lebenslauf und Lichtbild	034
4. 3. 3. 4.	Berufserfahrungs- und Weiterbildungsliste	036
4. 3. 3. 5.	Zeugnisse und andere Nachweise	038
4. 3. 3. 6.	Die häufigsten Fehler in der schriftlichen Bewerbung	039
4. 3. 4.	Sonderform: Initiativ- und Zielgruppenkurzbewerbung	041
4. 3. 5.	Bewerbung mit den neuen Medien	043
4. 3. 5. 1.	Artikel 1: Und abends schon die Antwort	045
4. 3. 5. 2.	Artikel 2: Was genau sollte man beim Bewerben online beachten?	045
4. 3. 5. 3.	E-Mailbewerbung	046
4. 3. 5. 3. 1.	Voraussetzungen zur Versendung von E-Mailbewerbungen	046
4. 3. 5. 3. 2.	Wahl einer geeigneten E-Mailadresse	047
4. 3. 5. 3. 3.	Die E-Mailadresse des Empfängers	047
4. 3. 5. 3. 4.	Wahl des E-Mailformates	048
4. 3. 5. 3. 5.	Gestaltung von E-Mailbewerbungen	048
4. 3. 5. 3. 6.	Die typischen Elemente einer E-Mailbewerbung	049
4. 3. 5. 3. 7.	Anhänge von Bewerbungs-E-Mails	050
4. 3. 5. 3. 8.	Sinnvolle Einsatzgebiete der E-Mailbewerbung	051
4. 3. 5. 3. 9.	Beispiel einer E-Mail-Bewerbung aus der Praxis	051
4. 3. 5. 4.	Die Multimedia-Bewerbung	053
4. 3. 5. 4. 1.	Grundüberlegung und Definition	053
4. 3. 5. 4. 2.	Formen der multimedialen Bewerbungspräsentation	054

# T@lentMarketing in der Arbeitsvermittlung

4.	3.	5.	4.	3.	Textbausteine zum Verweis auf multimediale Bewerbungselemente	055
4.	3.	5.	4.	4.	Überlegungen zum Einsatz von Bewerbungspräsentationen	055
4.	3.	5.	4.	5.	Gestaltung und Aufbau von Bewerbungspräsentationen	059
4.	3.	5.	4.	6.	Mögliche Inhalte von Bewerbungspräsentationen	059
4.	3.	5.	4.	7.	Technische Aspekte der Erstellung	61
4.	3.	5.	4.	8.	Programme und weitere Möglichkeiten zur Gestaltung der eigenen Bewerbungspräsentation	063
4.	3.	5.	5.		Das Stellengesuch in Tageszeitung und Internet	064
4.	4.				Erfolgskontrolle ( <b>Phase 4</b> )	065
<b>5.</b>					<b>Weitere Strategien nach der ersten Interessenbekundung des Arbeitgebers</b>	067
5.	1.				Artikel: 16 Tipps für ein erfolgreiches Vorstellungsgespräch	067
5.	2.				Artikel: Typen von Einstellungstests	070
<b>6.</b>					<b>Das Projekt Talentmarketing: Erprobung neuer Bewerbungsstrategien in der Beratung und Vermittlung</b>	075
6.	1.				Entwicklung von Talentmarketing	075
6.	2.				Aufsatz: Talentmarketing am Reha-Arbeitsmarkt	076
<b>7.</b>					<b>Exkurs: Stilblüten</b>	079

## 2. Informationen zum Veranstaltungsverlauf

### 2.1. Ziele der Veranstaltung

Die angehenden Fachkräfte der Beratung und Vermittlung sollen grundlegende Selfmarketingstrategien kennen lernen, um sich bei Fragen der Ratsuchenden zum Thema Selfmarketing und Bewerbung als kompetente Ratgeber erweisen zu können.

Die Kenntnis grundlegender Selfmarketingstrategien trägt zudem dazu bei, die Probleme und Defizite bestimmter Ratsuchender, die im Vermittlungsgespräch einen durchaus kompetenten und motivierten Eindruck hinterlassen, praktisch aber bei ihren Bewerbungsbemühungen scheitern, zu erkennen und gezielt an einer erfolgreichen Strategie für Stellensuche und Selfmarketing zu arbeiten.

Zudem soll skizziert werden, wie sich einzelne Strategien und Methoden sinnvoll auf das tägliche Vermittlungsgeschäft übertragen lassen, um zum schnellen und gezielten Arbeitsmarktausgleich beitragen zu können. Als praktisches Beispiel dient das Projekt T@lentMarketing des Berufsbildungswerkes Neckargemünd und der Fachhochschule Mannheim zur Verbesserung der Eingliederungschancen körperlich behinderter Jugendlicher dienen.

### 2.2. Weiterführende Literatur

- Egle, F., Bens, W., Scheller, C.: Talentmarketing, 3. Kapitel erscheint demnächst im Gabler Verlag Wiesbaden
- Egle, F. u.a.: Personal-Placement – Handbuch für Berater und Arbeitsvermittler – Luchterhand Verlag, Neuwied, Kriftel, Berlin 1996
- Karl-Heinz List, Christiane M. Huber: E-M@ilbewerbung, Walhalla Fachverlag Regensburg 2000
- Egle, F., Scheller, C.: TQM und „@sis-Talentbank“: Kundenorientierte Innovationen für die Berufsberatung in dvb-forum, Ausgabe 02/1999
- <http://www.FranzEgle.com>; Homepage von Franz Egle
- <http://www.christian-scheller.de>; Homepage von Christian Scheller
- <http://www.newsclick.de/Bewerbungsprojekt/bprojekt.shtml>; Informationen zum Gifhorner Projekt von der Internetredaktion der Braunschweiger Zeitung
- <http://www.talentmarketing.de>; offizielle Internetseite zum Buch Talentmarketing

## 2.3. Möglichkeit und Form von Leistungsnachweisen

Im Rahmen der Veranstaltung sind Referate und Hausarbeiten möglich.

Nachfolgend einige Themengebiete, die durchaus durch Vorschläge der Teilnehmer erweitert werden können:

### AV-Themen:

- Stellenmärkte im Internet (Was ist möglich? Angebot der BA im Vergleich zu anderen Anbietern)
- Neue / kreative Bewerbungsformen
- Auf welche Weise kann das Internet und seine Informationen sinnvoll im Beratungs- und Vermittlungsgeschäft eingesetzt werden?
- Möglichkeiten der Beratung und Vermittlung Bewerber auf Einstellungsverfahren vorzubereiten

### EDV-Themen:

- Die Bewerbungshomepage (Wie kann sie erstellt werden? Was ist zu beachten?)
- Bewerbung per E-Mail – wie funktioniert das?
- Erstellung einer „Schritt-für-Schritt“-Anleitung zum Eintragen des eigenen Profils in einen Internetstellenmarkt, wie z.B. JobJet

### AM-Themen:

- Mit dem Internet zum schnelleren Arbeitsmarktausgleich
- Veränderung der Arbeits- und Wirtschaftswelt durch die neuen Medien

## 3. Grundlagen zu Talentmarketing

### 3.1. Marketing

#### Allgemeine Definition Marketing<sup>1</sup>

Wie für die meisten Begriffe gibt es auch für Marketing mehr als eine Definition. Sie haben die Möglichkeit, sich aus den beiden verschiedenen Versionen, die für Sie plausibelste auszusuchen.

"Marketing ist der Planungs- und Durchführungsprozeß der Konzeption, der Preisgestaltung, der Promotion und Distribution von (Ideen,) Produkten (und Dienstleistungen), um Austauschbeziehungen zu erzielen, die individuelle und unternehmensspezifische Ziele befriedigen."

"Marketing ist die bewußt marktorientierte Führung des gesamten Unternehmens, die sich in Planung, Koordination und Kontrolle aller auf die aktuellen und potentiellen Märkte ausgerichteten Unternehmensaktivitäten niederschlägt."

Für das Talentmarketing gilt:

- **Absatzmarkt ist der Arbeitsmarkt**
- **Produkt bzw. Dienstleistungen sind die Talente des Bewerbers**
- **Der Bewerber managt sich wie ein Unternehmen (die Self AG)**

<sup>1</sup> Quelle **Matthias Zöllner**: <http://www.makz.de/dozent/skripte/sem-ma-it-15012001/einfuehrung-mama.html>; Stand: 25.0.01, 23.30h

## 3.2. Talente - Begriff und Abgrenzung<sup>23</sup>

Buckingham und Coffman untersuchten im Auftrag des Gallup Instituts die Frage, was die besten Manager von Unternehmen anders machen als ihre Kollegen/innen und interviewten dazu in den vergangenen Jahren über 80.000 Manager. Die folgenden Ausführungen stammen aus dieser Studie. Die Grundfrage lautete: „Welche Gemeinsamkeiten haben Topmanager auf der ganzen Welt?“ Wahrscheinlich nicht sehr viele, aber auf jeden Fall die folgenden:

- Sie glauben nicht, dass jede Person alles erreichen kann.
- Sie versuchen nicht, einer Person zu helfen, ihre Schwächen zu überwinden sondern setzen darauf, deren Stärken zu entwickeln (ebd.: 11).
- Sie versuchen nicht, etwas aus Personen heraus zu holen und mühsam zu entwickeln, was nicht vorhanden ist, sondern ihr Ziel ist, die Stärken einer Person, die von Natur aus vorhanden sind, richtig einzusetzen und weiterzuentwickeln. (ebd.: 83).

Normalerweise bringt man das Wort Talent nur mit gefeierten, herausragenden Persönlichkeiten in Verbindung, meist im Zusammenhang mit künstlerischer oder sportlicher Höchstleistung. Aber Topmanager sind mit dieser Definition nicht einverstanden. Sie sehen Talent als „wiederkehrende Denkmuster, Verhaltensmuster und Gefühlsstrukturen an, welche produktiv am Arbeitsplatz eingesetzt werden können“ (ebd.: 71).

Talente sind die Verhaltensweisen, die man an sich bemerkt, weil man sie häufig anwendet. Die individuelle Wahrnehmung und Sichtweise, mit der jeder Mensch seine Umwelt sieht, ist auch ein Hinweis auf seine Talente. Alle sich wiederholenden Muster im Verhalten und Denken, die ein Mensch hat und die produktiv angewandt werden können, sind seine Talente. Der Schlüssel zur außerordentlichen Leistung ist, die Passung zwischen den individuellen Talenten und dem individuellen Arbeitsplatz zu finden.

Die herrschende Meinung geht davon aus, dass man vieles von anderen Menschen erlernen kann. Das trifft auch auf viele Fertigkeiten (Skills), Kenntnisse und Wissen zu, aber kaum auf die übertragbaren Fähigkeiten, Begabungen, eben: Talente. Auf diese kommt es jedoch gerade an, wenn man am Arbeitsplatz Bestleistungen erbringen will.

Wenn es jemand hasst, fremde Menschen kennen zu lernen, kann er dann lernen, die Kontaktaufnahme mit Fremden zu lieben? Viele werden mit den besten Absichten sagen, dass jeder Mensch gerade das lernen kann, wenn er nur will, dass man ein solches Talent also schaffen kann. Gute Manager teilen diese Meinung nicht. Sie sind vielmehr der Auffassung, dass Menschen sich nicht so gravierend verändern können. Sie glauben, dass die individuelle Denk- und Verhaltensstruktur das Potenzial jedes einzelnen Menschen ausmachen (ebd.: 79). Ausgezeichnete Leistungen am Arbeitsplatz bringen eben nur die Menschen zustande, die auch Talent für den jeweiligen Job haben.

Die Unterscheidung zwischen Fertigkeiten (Skills), Wissen (Knowledge) und Talenten ist deshalb wichtig, weil sie getrennte Bestandteile der Leistungsfähigkeit einer Person ausmachen. Der Unterschied liegt darin, dass Fertigkeiten und Wissen durch Training und Lernen beigebracht werden können und sogar müssen, während Talente nicht gelehrt werden können. Deshalb ist es

---

<sup>2</sup> Buckingham, M., Coffman, C.: First, break all the rules. What the world's greatest Managers do differently, Simon & Schuster, 1999

<sup>3</sup> Winterer, S.: Auszug aus der Diplomarbeit „[T@lentMarketing](#) für Rehabilitanden des Berufsbildungswerkes Neckargemünd“, FH der Bundesanstalt für Arbeit, Mannheim, 2001.

# T@lentMarketing in der Arbeitsvermittlung

wichtig, Talente, Fertigkeiten und Wissen nicht zu verwechseln, da man sonst unter Umständen viel Geld für etwas ausgibt, das nicht geschult werden kann (ebd.: 83). Dieser Punkt ist auch für die aktive Arbeitsförderung von Bedeutung, für die z.B. alleine im Bereich der „Förderung beruflicher Bildung“ 1998 für insgesamt 345.000 Teilnehmern 12,51 Mrd. DM ausgegeben wurde<sup>4</sup>

Wie unterscheidet man nun **Fertigkeiten, Wissen und Talente**? Fertigkeiten sind das „Wie“, das „Handwerkszeug“ einer Aufgabe oder einer Tätigkeit. Das sind Sachkenntnisse, Fachkenntnisse oder das „Können“, das von einer Person auf die andere übertragbar ist. Zum Beispiel ist der Umgang mit Word, PowerPoint oder Excel eine Fertigkeit. Der beste Weg, eine Fertigkeit zu lernen ist, sie anzuwenden: „Learning by doing“).

**Wissen** ist schlicht das, was einem bewusst ist. Es gibt zwei Arten von Wissen: Faktenwissen und Erfahrungswissen. Für einen Verkäufer ist Faktenwissen z.B. das Wissen um Eigenschaften und Nutzen seiner Produkte. Faktenwissen kann und sollte gelehrt werden. Erfahrungswissen ist nicht so greifbar und deshalb nicht so leicht zu unterrichten. Es bedarf der Reflektion und der Einsicht eines jeden Einzelnen, ab und zu zurückzublicken und zu versuchen, den Sinn in vergangenen Erfahrungen zu erkennen. Erfahrungswissen ist z.B. bei einem Leiter eines Einzelhandelsgeschäftes, dass er auf Grund zurückliegender Geschäftsjahre weiß, welche Produkte die Renner in der Ferienzeit sind (ebd.: 83,84). Aber auch das Bewusstsein, wer man selbst ist und wie man bei anderen ankommt, ist Erfahrungswissen. Und ebenso sind es die Werte eines jeden Menschen, das was einem wichtig erscheint. Manches davon bleibt und manches ändert sich mit der Zeit.

**Talent** ist noch einmal etwas anderes. Es ist definiert durch die Gehirnverbindungen, die besonders stark ausgeprägt sind. Es ist das, was die individuelle Sichtweise bestimmt, es sind die sich wiederholenden Muster. Beispielsweise ist eine „Vorliebe für Präzision“ ein Talent. Wer sie nicht besitzt, wird niemals ein exzellenter Buchhalter sein (ebd.: 85). Man kann 3 Arten von Talent unterscheiden. Zum ersten das, was das „Warum“ einer Person ausmacht, das, was sie motiviert. Zum zweiten das, was das „Wie“ einer Person ausmacht, die Art, wie sie denkt. Und drittens, das „Wer“ sie ist, wem sie vertraut, mit wem sie Beziehungen eingeht, also die Art wie sie sich anderen Personen gegenüber verhält (ebd.: 86). Die individuelle Kombination dieser drei Arten von Talent und die sich daraus ergebenden wiederholenden Verhaltensweisen, die diese bewirken, bleiben ein Leben lang stabil (ebd.: 89).

**Wie findet man nun die Talente?** Auch wenn man weiß, dass man nach Talenten suchen muss, ist es nicht immer leicht herauszufinden, wer welche in sich trägt. Zum einen wissen viele Menschen nicht, was ihre wahren Talente sind. Sie mögen Experten auf ihrem Arbeitsgebiet sein, aber wenn es darum geht aufzulisten, was ihre individuellen Talente sind, haben sie große Schwierigkeiten. Wenn man fragt: „Weißt Du, warum Du gut bist?“ schauen sie einen völlig erstaunt an. Menschen werden immer Schwierigkeiten haben, sich selbst zu kennen. Außerdem werden sie sich zusätzlich in Vorstellungsgesprächen verkaufen müssen und sich da besser und anders darstellen als sie sind. Aber trotzdem gibt es ein paar Anhaltspunkte, wie man trotz dieser Hindernisse die passende Person für eine zu besetzende Arbeitsstelle findet (ebd.: 100).

---

<sup>4</sup> Siehe hierzu: Hagen, T., Steiner, V.: Von der Finanzierung der Arbeitslosigkeit zur Förderung von Arbeit, a.a.O. S. 120).

# T@lentMarketing in der Arbeitsvermittlung

Sowohl für das Personalmanagement als auch für die Arbeitsvermittlung ist es daher wichtig, die oft verborgenen Talente der jeweiligen Person zu kennen, die gesucht wird und die für die Stelle in einem bestimmten Unternehmen wichtig sind (ebd.: 102). Dazu sollte man ein „kritisches“ Talent in jeder der drei Kategorien ausmachen, die für den jeweiligen Arbeitsplatz bedeutsam sind und diese als Grundlage für das Gespräch nehmen. Dies funktioniert am besten, indem man sich seine besten Leute auf diesen Arbeitsstellen ansieht und versucht herauszufinden, was sie besser sein lässt als andere (ebd.: 105).

Die beste Art, die Talente einer Person herauszufinden ist, ihr die Chance zu geben, sich im Gespräch zu entwickeln und darauf zu achten, was ihr wichtig ist, warum sie etwas betont oder andere Dinge nicht erwähnt. Auch das Verhalten in der Vergangenheit ist ein guter Anhaltspunkt für zukünftiges Verhalten (ebd.: 216). Dafür eignen sich am besten offene Fragen, die keine Richtung vorgeben. Schließlich ist es dann wichtig, genau hinzuhören und auf folgende Hinweise zu achten:

- **Schnelles Lernen.** Ein Schlüssel für ein Talent ist schnelles Lernen. Wenn es jemandem leicht fällt, etwas zu lernen, kann dies ein Hinweis auf ein Talent sein.
- **Zufriedenheit spüren.** Ein weiterer Hinweis für Talent ist, herauszufinden, was bei einer Person Zufriedenheit, Befriedigung oder Erfüllung ausmacht.
- **Sich wiederholende Reaktionen** können ebenfalls auf das Vorliegen eines Talents hinweisen.

Im Folgenden sind die am häufigsten vorkommenden und produktiv verwertbaren Talente aufgeführt, unterteilt nach den drei Arten von Talenten: Motivation, Denken und der Beziehung zu anderen (ebd.: 251 ff.):

## Talente in der Art der Motivation:

- **Der Ausführende, der „Macher“** ist charakterisiert durch ständig vorhandenen, selbst auferlegten inneren Antrieb. Der
- **Kinesthetische** ist jemand, der sich körperlich verausgaben will und der den Drang hat, etwas körperlich zu leisten. Der
- **Ausdauernde** besitzt die Fähigkeit zur physischen Ausdauer. Der
- **Wettkämpfer** ist jemand, der seinen Erfolg im Wettstreit mit anderen messen muss. Der
- **nach Anerkennung Strebende** hat stets das Bedürfnis, seinen Wert über Unabhängigkeit, Fachkompetenz, Risikobereitschaft und Anerkennung zu definieren. Der
- **Kompetente** ist eine Person, die nach Perfektion in ihrer Arbeit und nach Expertentum strebt. Der
- **„Wertemensch“** ist jemand, der das Leben an vorrangigen Werten orientiert, z.B. Erfolg im Leben oder Streben nach Geld. Der

# T@lentMarketing in der Arbeitsvermittlung

- **„Berufene“** versucht immer das, woran er glaubt, in die Tat umzusetzen. Der
- **Dienstleister** hat das Bedürfnis, etwas für andere zu tun. Der
- **„Moralapostel“** hat eine klare Vorstellung davon, was richtig oder falsch ist und leitet daraus sein eigenes Handeln ab. Der
- **Visionär** ist jemand, der den Drang hat, ein Bild der Zukunft zu entwerfen, das auf eigenen Werten aufbaut.

## Talente in der Denk- und Entscheidungsstruktur:

**Der zielgerichtet Handelnde** hat die Fähigkeit, sich jeden Tag Ziele zu setzen und das Handeln danach auszurichten. Der

**Disziplinierte** hat das Bedürfnis, dem Leben und der Arbeit Struktur zu geben. Das

**Organisationstalent** hat die Befähigung, Abläufe passgenau zu organisieren. Der

**Ergebnisorientierte** hat das Bedürfnis, verschiedene Möglichkeiten geistig vorweg zu nehmen und zu überprüfen. Der

**Ordnungsliebende** ist jemand, der auf Genauigkeit und Ordnung Wert legt. Der

**Verantwortungsbewusste** hat das Bedürfnis, Verantwortung für das eigene Handeln zu übernehmen. Der

**Planer** ist jemand, der Rahmenbedingungen entwickeln kann, die ein sinnvolles Handeln ermöglichen. Der

**Leistungsorientierte** hat das Bedürfnis, objektiv zu sein und Leistung zu messen. Der

**Strategie** besitzt die Fähigkeit, verschiedene Zukunftsszenarien durchzuspielen. Der

**Geschäftsmann** setzt strategisches Vorgehen in Gewinn um. Der

**Problemlöser** hat die Fähigkeit, auch mit unvollständigen Angaben passende Lösungen zu erzielen. Der

**„Formeldenker“** ist jemand, der zusammenhängende Muster auch mit unvollständigen Daten erkennen kann. Der

**„Zahlenmensch“** hat eine Vorliebe für Zahlen. Der

**Kreative** hat die Fähigkeit, bestehende Strukturen zu durchbrechen zugunsten effektiverer Lösungen.

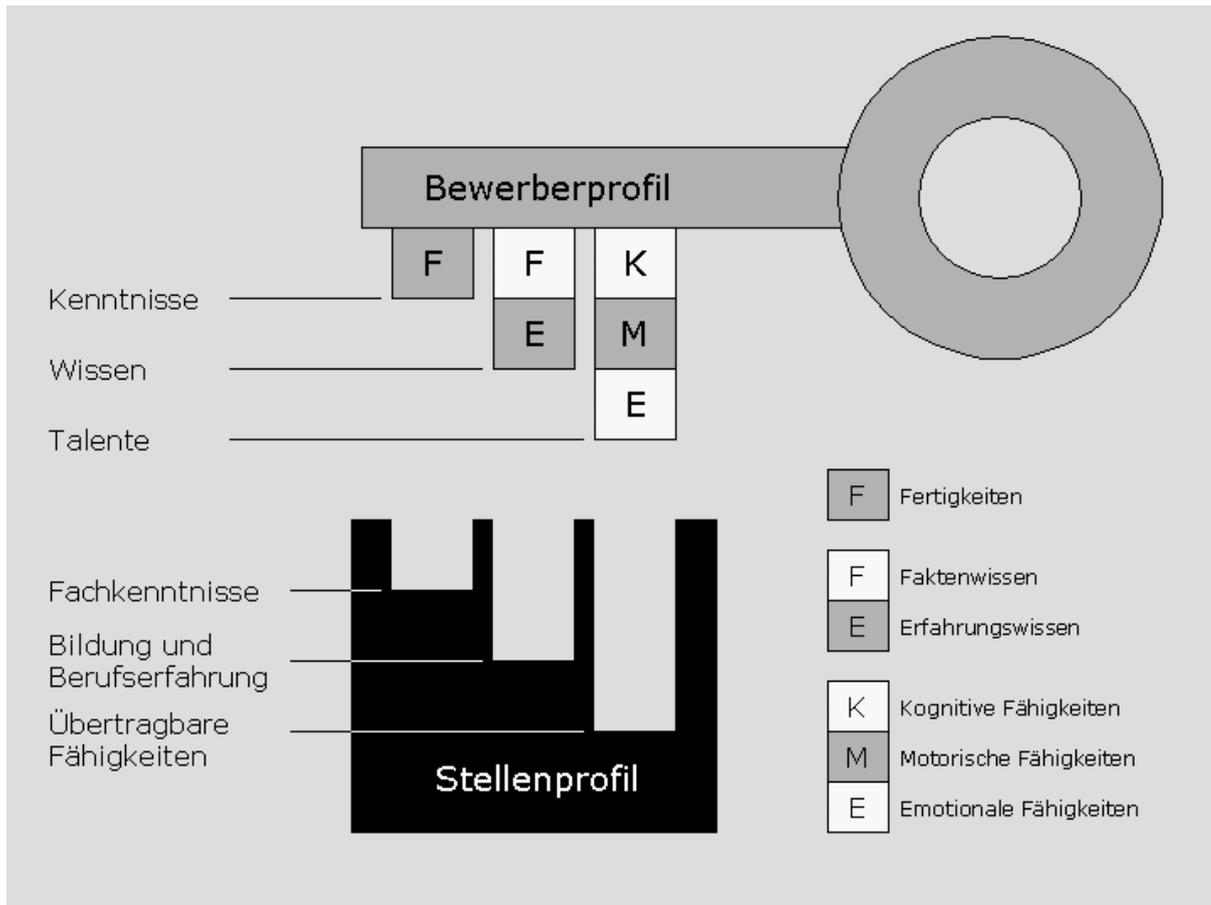
## Talente auf der Beziehungsebene:

# T@lentMarketing in der Arbeitsvermittlung

- Der „Werber“** hat den Drang, die Zustimmung anderer für sich zu gewinnen. Der
- Einfühlsame** kann sich mit den Gefühlen und Vorstellungen anderer identifizieren. Der
- Beziehungsmensch** ist jemand, der lang anhaltende Beziehungen knüpft. Der
- „Netzwerker“** hat die Fähigkeit, ein ausgedehntes Netzwerk von Beziehungen aufzubauen. Der
- „Berechnende“** hat die Fähigkeit, vorsätzlich Kapital aus Beziehungen zu schlagen. Der
- Tolerante** ist jemand, der sich individueller Unterschiede bewusst und dafür sensibel ist. Der
- Entwickler** hat das Bedürfnis, in andere zu investieren und geht darin auf. Der
- Initiator** ist jemand, der Begeisterung hervorrufen und eine Show abziehen kann. Der
- Teammensch** hat die Fähigkeit, andere dazu zu bringen, sich gegenseitig zu unterstützen. Der
- Optimist** ist jemand, der alles positiv sieht. Der
- Überzeugende** hat die Fähigkeit, andere mit logischen Argumenten auf seine Seite zu bringen. Der
- Anführer** wird von dem Verlangen getrieben, Führung zu übernehmen. Der
- Animateur** ist jemand, der andere dazu anregen kann, etwas zu tun. Der
- Mutige** hat die Fähigkeit, Gefühle zu zeigen und einzusetzen, um Widerstände abzubauen oder zu überwinden.

In den bisherigen Ausführungen ist versucht worden, die Bedeutung von Talenten sowohl für den Einzelnen als auch für das Personalmanagement deutlich zu machen: Ohne Einsatz der dominanten Talente bei der Ausfüllung eines Jobs gibt es keine exzellente Leistung. Der Schlüssel für den beruflichen Erfolg besteht demnach darin, das richtige Matching zu finden zwischen den Talenten der Erwerbspersonen einerseits und den Rollen oder Aufgaben im Unternehmen andererseits. Diese Matching- Aufgabe ist hoch komplex, da es sowohl eine Vielzahl unterschiedlicher Talente als auch potenzieller Rollen gibt, in denen man die Talente zur Entfaltung bringen kann. Einen Beitrag zur Lösung des Matching-Problems können moderne, hochleistungsfähige und internetbasierte Matching-Maschinen erbringen, welche in kurzer Zeit einen differenzierten Abgleich zwischen den Bewerberprofilen einer Talentdatenbank zu den passenden Stellen in einer Jobdatenbank herstellen können und umgekehrt.

Die nachfolgende Abbildung verdeutlicht dieses Matchingproblem. Wie bei einem Schlüssel, mit dem man die Tür nur dann öffnen kann, wenn sein Profil mit dem Schloss übereinstimmt, so kann die Stellenbesetzung und die berufliche Eingliederung nur dann passgenau sein, wenn die Profile beider Seiten zu einem hohen Grad übereinstimmen. Bei den Profilen geht es aber um mehr als nur um die Übereinstimmung zwischen den erlernbaren Fertigkeiten der Erwerbspersonen und den erforderlichen Fachkenntnissen beim Suchprofil.



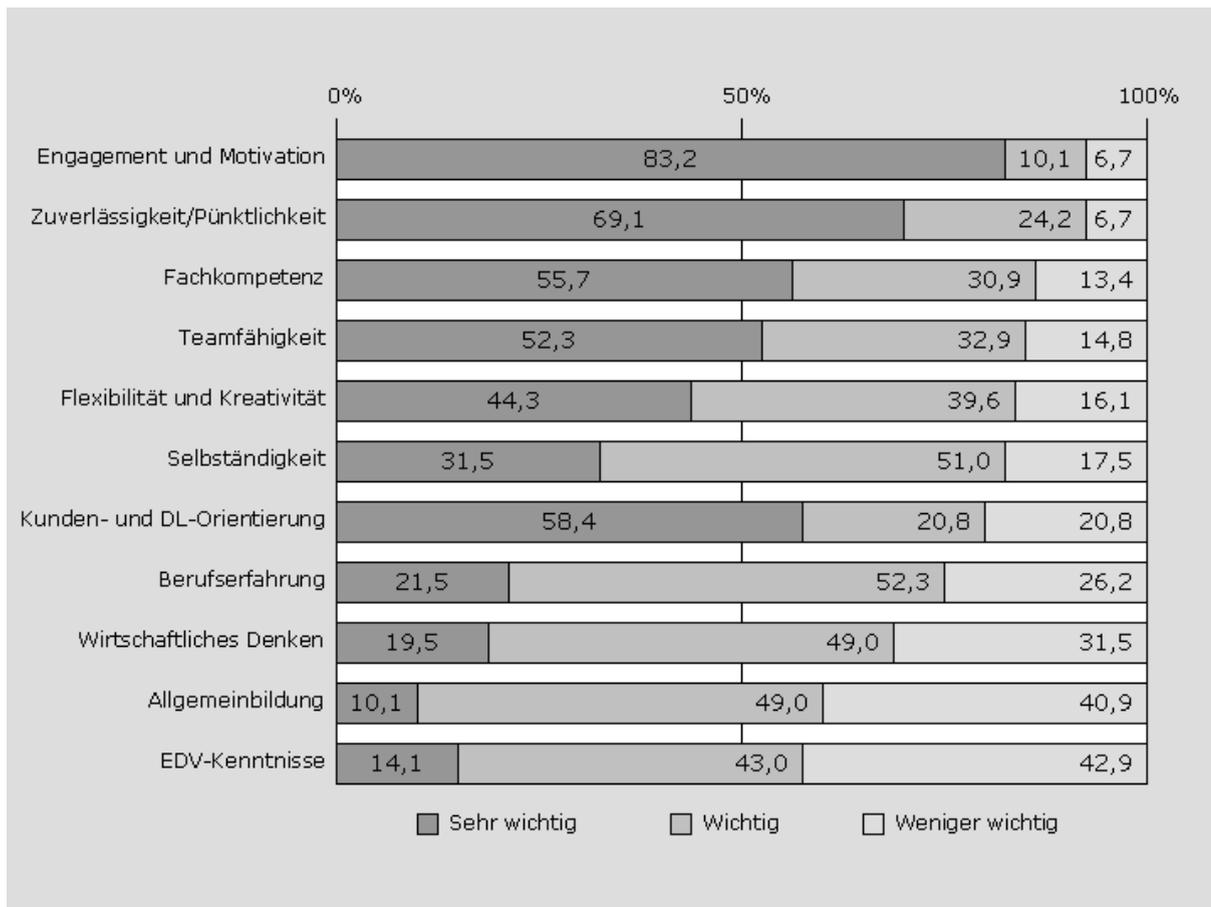
**Abbildung:** Matching von Bewerber- und Stellenprofilen: Schlüssel-Schloss

Einen hohen Grad an Übereinstimmung muss es auch geben zwischen dem Fakten- und Erfahrungswissen der Bewerber auf der einen Seite und dem geforderten Bildungsniveau und der Berufserfahrung auf der Stellenseite. Die stärkste Bindung zwischen Angebot und Nachfrage gibt es jedoch, wenn die vorhandenen Talente der Bewerber mit den geforderten kognitiven, motorischen und emotionalen Fähigkeiten des Stellenprofils übereinstimmen.

Wie wichtig diese „weichen“ Qualifikationen für die berufliche Eingliederung sind, zeigt die nachfolgende Abbildung<sup>5</sup>. Mehr als neun von zehn Unternehmen halten Leistungsentwägung und Arbeitsmotivation sowie Zuverlässigkeit und Pünktlichkeit für sehr wichtig oder wichtig für die Einstellungsentscheidung. Mit deutlichem Abstand hinter diesen „Arbeitstugenden“ rangiert die Fachkompetenz. Auch die Kunden- und Dienstleistungsorientierung rangiert in der Kategorie „sehr wichtig“ mit 58,4 % noch vor der Fachkompetenz.

<sup>5</sup> Siehe hierzu ausführlicher: Klös, H.-P., Egle, F.: Stellenbesetzungsprobleme..., a.a.O., S.118

# T@lentMarketing in der Arbeitsvermittlung



**Abbildung:** Erfolgsfaktoren für die Einstellung von Arbeitsuchenden

Da die meisten dieser weichen Qualifikationen oder Talente kaum „gelernt“, sondern nur entdeckt und gefördert werden können, ist es schwierig und auch unzureichend, wenn man versucht, den optimalen Arbeitsmarktausgleich allein über die Qualifikationsschiene zu erreichen. Buckingham & Coffman drücken dieses Problem sehr deutlich aus, in dem sie den Personalverantwortlichen folgenden Rat geben: „People don’t change that much. Don’t waste time trying to put in what was left out. Try to draw out what was left in. That is hard enough.“<sup>6</sup> Für die Arbeitsmarktpolitik könnte man daraus schließen, dass die individuelle Förderung und Beratung wichtiger ist als die schnelle und subventionierte Vermittlung in Arbeit.

Die starke Bedeutung der Talente bzw. der weichen Faktoren sollte jedoch nicht darüber hinwegtäuschen, dass es auch bei gleichen Fähigkeiten vielfach unterschiedliche Leistungen geben kann. Der berufliche Erfolg eines Menschen hängt nicht nur von harten Faktoren wie „Leistungsfähigkeit“, „Fachkompetenz“, und „Berufserfahrung“ oder weichen Faktoren wie „Einstellung zu Arbeit und Lernen“ ab. So hat der amerikanische Psychologe Martin Seligman herausgefunden, dass die sogenannte „Attribution“, also das Erklärungsmuster, mit dem ein

<sup>6</sup> Buckingham, M. & Coffman, C.: First, break all the rules. What the world’s greatest Managers do differently, in: Simon & Schuster Business Book, 1999, p. 57.

# T@lentMarketing in der Arbeitsvermittlung

Mensch seine Erlebnisse interpretiert, langfristig für den Berufserfolg maßgebend ist<sup>7</sup>. Danach unterscheiden sich „geborene Gewinner“ von den „geborenen Verlierern“ in folgenden Punkten<sup>8</sup>:

- Dauerhaftigkeit. Pessimisten halten negative Einflüsse für dauerhaft und tun deshalb auch nichts dagegen. Gewinner glauben das Gegenteil, werden aktiv und ernten Erfolg.
- Wirkungsbereich. Gewinner halten Negatives für begrenzt, Verlierer für global wirksam.

Betroffenheit. Verlierer fühlen sich für Niederlagen verantwortlich, auch wenn sie objektiv nichts dafür können, Gewinner fühlen sich für Siege verantwortlich, auch wenn sie objektiv nichts dafür können.

## 3.3. Rolle der neuen Medien bei TalentMarketing:

Der gezielte und kombinierte Einsatz der neuen Medien unterstützt die Phasen des Selfmarketings akti.

### Diese Phasen wären:

1. Analyse der Ist-Situation (auf der Bewerberseite und auf der Seite des Arbeitsmarktes)
2. Definition geeigneter Ziele
3. Planung und Realisation geeigneter Umsetzungsstrategien
4. Erfolgskontrolle und ggf. Korrektur / Anpassung von Zielen und Strategien

### Vorzüge des Einsatzes der neuen Medien:

- 👍 Neue Medien, wie das Internet, sind oft tagesaktuell und informieren zeitnah über aktuelle Entwicklungen und helfen, sich frühzeitig auf sich verändernde Bedingungen einzurichten. Der Bewerber ist schneller als Konkurrenten, die mit herkömmlichen Mitteln arbeiten.
- 👍 Der Zugang zu ihnen ist unabhängig von der Tageszeit und ortsunabhängig. Der Bewerber kann anonym daheim bleiben und ist nicht an Öffnungszeiten gebunden.
- 👍 Der Informationssuchende kann selber bestimmen, in welchem Umfang und mit welchen Quellen er arbeitet.
- 👍 Bei der Umsetzung von Bewerbungsstrategien ist der Bewerber mit den neuen Medien in der Lage, Medienkompetenz und Kreativität zu demonstrieren.
- 👍 Vielzahl von Quellen eröffnet Vergleichsmöglichkeiten und die Abhängigkeit von einer Informationsquelle kann vermieden werden.

## 4. Phasen von Talentmarketing

Nachfolgend werden die einzelnen Phasen im Bewerbungsprozess beschrieben. Bei der Analyse der Ist-Situation stehen vornehmlich Strategien und Quellen zur Informationsbeschaffung im Vordergrund. Die Beschreibung geeigneter Umsetzungsstrategien erfolgt im nächsten Abschnitt, wenn es für den Bewerber darum geht, einen geeigneten Mix aus Selfmarketingstrategien zu entwickeln.

---

<sup>7</sup> Siehe hierzu ausführlich: Seligman, M.: Pessimisten küsst man nicht. Optimismus kann man nicht lernen, in: Knauer Verlag, München, 2000.

<sup>8</sup> Vgl.: Joppe, J.: Gleiche Fähigkeiten, vierfache Leistung, in: SZ Nr. 122 vom 27./28. Mai 2000.

## 4.1. Analyse der Ist-Situation (Phase 1)

Der Erfolg jeden Handelns ist abhängig von den Ressourcen und den Zielen des Agierenden und wird zudem bestimmt durch externe Faktoren. Für ein erfolgreiches Selfmarketing ist es aus diesem Grund erforderlich, die eigenen Ressourcen und Potentiale zu erkennen und ihren Wert auf dem Arbeitsmarkt einschätzen zu können.

### 4.1.1. Auf der Bewerberseite

Eine gute Bewerbung bietet dem Arbeitgeber auf folgende drei Grundfragen zufriedenstellende Antworten an<sup>9</sup>.

<b>1. Wer ist der Bewerber?</b>
1. Wie sieht der bisherige biographische Werdegang des Bewerbers aus? Welchen familiären Lebensumstände prägen ihn? ...
<b>2. Was kann der Bewerber?</b>
2. Welche schulischen und beruflichen Qualifikationen hat er erworben? Wie sieht die Persönlichkeitsstruktur des Bewerbers aus? Welches Potential steckt noch in dem Bewerber bzw. kann in Zukunft noch freigesetzt werden? Welche nicht formal messbaren Talente stecken noch in ihm? ...
<b>3. Was will der Bewerber?</b>
3. Wie sehen seine beruflichen und auch privaten Ziele aus? Lassen sich berufliche und private Ziele auch mit den Unternehmenszielen vereinbaren? Weiß der Bewerber überhaupt, was er will? Wie konsistent sind die Ziele des Bewerbers? ...

Aber nicht nur als Argumentationsgrundlage ist die Klärung dieser Fragen notwendig. Ein Bewerber, der seinen Standpunkt in diesen Fragebereichen annähernd kennt, ist auch in der Lage, eine zielgerichtete, langfristig tragbare berufliche Entscheidung zu treffen und dauerhaft geeignete Realisierungsstrategien zu verfolgen.

### Möglichkeiten der Beratung und Vermittlung, sich vom Bewerber und seinen Talenten ein geeignetes Bild zu verschaffen:

- ausführliches Beratungs- und Vermittlungsgespräch, in dem Gesprächstechniken zielgerichtet eingesetzt werden
- Analyse der bisherigen Bewerbungsunterlagen des Kunden
- Auswertung bereits vorhandener Einschätzungen Dritter:
  - Schulzeugnisse und andere Abschlüsse
  - Beurteilungen und Arbeitszeugnisse
  - Aussagen von Begleitpersonen im Beratungsgespräch
  - Austausch mit Kollegen, die bereits Kontakt zum Kunden hatten
  - Befragung von Arbeitgebern, bei denen sich der Bewerber bereits erfolglos beworben hat (Achtung, Datenschutz nicht vergessen)
  - vorhandene Informationen aus vorangegangenen Trainings- oder Bildungsmaßnahmen
- Einleitung einer arbeitsamtsärztlichen oder psychologischen Untersuchung bzw. entsprechender Testverfahren
- Teilnahme des Bewerbers an neuen Trainingsmaßnahmen

<sup>9</sup> Quelle: **Christian Scheller**: <http://www.christian-scheller.de/bewerberseiten/schriftbewerbung/grundlagen.htm>; 12.03.01 ; 24.20 h

## Problemfelder bei dem Versuch des Arbeitsvermittlers, sich ein geeignetes Bild über den Bewerber zu verschaffen:

- Das Selbstbild und die damit verbundene Selbsteinschätzung einer Person ist nicht kontinuierlich gleich und von mehreren Faktoren abhängig. Dies wären beispielsweise:
  - Stimmung und Tagesform
  - Erfahrungsschatz (Erfolge und Misserfolge in der Vergangenheit)
  - Soziokultureller Hintergrund und Schichtzugehörigkeit
  - Bildung und Intellekt
- Fassadentechniken des Ratsuchenden, der versucht, bestimmte Informationen zurück zu halten oder ein bestimmten Eindruck bei der Beratungsfachkraft zu hinterlassen (oft aus Scham oder Unsicherheit)
- Einschätzungen Dritter sind nicht immer objektiv (ein wütender Arbeitgeber könnte z.B. bei der Erstellung von Beurteilungen subjektive Aspekte einfließen lassen)
- gerade für die Erstberatung steht nicht ausreichend Zeit zur Verfügung
- oft besteht ein massiver Widerstand gegen Testverfahren („Ich geh` doch nicht zum Psychiater!“) oder die Bereitschaft mit der Auseinandersetzung mit der eigenen Person und möglichen Problemfeldern ist nicht vorhanden
- Vorurteile des Vermittlers gegenüber bestimmten Personengruppen und Vorbehalte verhindern die objektive Analyse

Im Rahmen von T@lentMarketing wurde mit der Hilfe eines von der Beratungsanwärtlerin Sabine Winterer entwickelten Fragebogens versucht, dem Bewerber durch zielgerichtete Fragen bei seiner Selbsteinschätzung zu helfen. Dies geschah vor dem Hintergrund, den Bewerbern den eigenen Standpunkt in Bezug auf ihre berufliche Entwicklung zu vermitteln und die gewonnen Erkenntnisse dienen bei der Realisierung von Selfmarketingstrategien als Argumentationsgrundlage.

In der Anlage finden Sie einen Abdruck dieses Bogens. Dass eine genaue Standortbestimmung bzw. präzise Selbsteinschätzung nicht immer einfach ist, erfahren Sie am besten, wenn Sie sich selbst die Zeit nehmen, die Fragen für Ihre Person einmal durchzuspielen.

### 4.1.2. Auf dem Arbeitsmarkt

Hohe fachliche Qualifikation, geeignete Persönlichkeitsmerkmale etc. sind aber noch kein Garant für beruflichen Erfolg. Die Talente des Bewerbers müssen auf dem Arbeitsmarkt auch nachgefragt (in Form freier Stellen) und die Konkurrenzsituation in Betracht gezogen werden. (Daneben muss der Bewerber auch Strategien kennen, um dem Betrieb Eignung demonstrieren zu können; über Bewerbungsstrategien aber erst später mehr).

#### 4.1.2.1. Möglichkeiten, freie Stellen zu suchen

Mittlerweile gibt es, gerade durch Einzug der neuen Medien, eine Vielzahl von Möglichkeiten, sich über freie Stellen zu informieren. Jedes Medium hat dabei seine Vorzüge und Schwächen. Aus diesem Grunde erscheint ein Mix aus verschiedenen Informationsquellen sinnvoll.

##### 4.1.2.1.1. Printmedien

Die Tageszeitung ist das klassische Medium, in welchem freie Stellen zu finden sind. Man unterscheidet verschiedene Typen von Printmedien:

###### 1. nach Verbreitungsgebiet:

- lokale bzw regionale Zeitungen (für ortsgebundene Stellensuchende geeignet)
- überregionale Zeitungen
- bundesweit erscheinende Zeitungen (für mobile Bewerber und im Führungskräftebereich)

###### 2. nach Zielgruppen:

- allgemeine Informationsblätter, die sich an die breite Masse richten, wie Tageszeitungen

# T@lentMarketing in der Arbeitsvermittlung

- Fachschriften, welche die Interessen und Belange bestimmter Zielgruppen im Auge haben (geeignet für Bewerber in bestimmten Branchen)

## 3. nach Erscheinungsform:

- Tageszeitungen
- wöchentliche Magazine
- Monatsschriften (nicht sehr für den schnellen Arbeitsmarktausgleich geeignet; eher Kandidaten in ungekündigter Stellung, die sich verändern wollen)

Weitere Unterscheidungsformen sind möglich!

## Tageszeitung als Medium für Stellensuchende:

### Vorzüge:

- in Tageszeitungen sind oft viele regionale Angebote
- durch Fixierung der Information sind die Angebote vergleichbar und können überall hin mitgenommen werden

### Nachteile:

- durch große Verbreitung gibt es viele Mitbewerber
- im Regelfall kostenpflichtig
- sehr langsames Medium

## 4.1.2.1.2. Vermittlung der Arbeitsämter

Das Vermittlungsangebot der Arbeitsämter dürfte den Teilnehmern bekannt sein und auf eine ausführliche Beschreibung wird daher an dieser Stelle verzichtet.

Die häufigste Form, Arbeitssuchende über freie Stellen zu informieren, dürfte der Vermittlungsvorschlag sein, der per Post oder im Beratungsgespräch übermittelt wird. Daneben gibt es natürlich die immer wichtiger werdenden Selbstinformationseinrichtungen (dazu mehr im nächsten Kapitel) und weitere Möglichkeiten.

## Vermittlungsvorschlag des Arbeitsamtes, als Möglichkeit, einen Überblick über freie Stellen zu erhalten:

### Vorzüge:

- größter Stellenpool bundesweit
- auch europäische Stellen im Angebot
- Zusendung / Aushändigung von VV ist kostenlos
- erfahrene Vermittler kennen die Anforderungen der örtlichen Arbeitgeber und können dies bei der Vermittlung berücksichtigen
- eine persönliche Rücksprache mit dem Arbeitsamt ist bei einem VV durch den Ratsuchenden möglich

### Schwächen:

- Stellenbeschreibungen sind oft zu knapp und unvollständig, um sich ein genaues Bild von der Stelle zu machen
- Relativ langer Weg des Stellenangebots vom Arbeitgeber und schließlich zum Bewerber
- Stellensuchläufe erfolgen unter Zeitdruck und oft nach subjektiven Kriterien
- Zwangscharakter der Vermittlungsvorschläge

## Gründe für unzureichende Stellenbeschreibungen der Arbeitsämter:

- Die Aufnahme und Eingabe des Stellenangebots erfolgt oft unter Zeitdruck.
- Für Stellenbeschreibung und Anforderungsprofil stehen lediglich drei bis vier Zeilen in der coArb zur Verfügung.
- Der Arbeitgeber weiß selber nicht so genau, wie die Anforderungen aussehen und / oder kann seine Anforderungen nicht artikulieren.
- Für viele Berufe sind die Merkmalsgruppen veraltet bzw. überholt oder schlichtweg falsch (Bspl. „Grafikprogramm PowerPoint“).

# T@lentMarketing in der Arbeitsvermittlung

- Viele Kollegen vernachlässigen den Kontakt zu Arbeitgebern aus Zeitmangel oder Bequemlichkeit, um sich vor Ort ein präzises Bild von der Stelle und ihren Anforderungen zu machen

## 4.1.2.1.3. Stellenmärkte und Stellensuchmaschinen im Internet

Die Zahl der Stellenmärkte und der Stellensuchmaschinen nimmt beständig zu und sich eine Übersicht über die ständig kommen und gehenden Anbieter zu verschaffen, ist oft nicht leicht. Aber mittlerweile nutzen regelmäßig 7,5 Millionen Menschen das Internet zur Stellensuche und es sieht so aus, als würde das Internetrecherche die klassische Suche mit Hilfe der Tageszeitung bald ablösen.

### Begriffe:

**Internetstellenmarkt:** Datenbankangebot eines Anbieters, in welchem Stellenangebote aufgelistet sind. Die Suche erfolgt entweder manuell in Suchlisten im Katalog des Anbieters ähnlich wie bei einer Tageszeitung (insbesondere bei kleinen regionalen Anbietern) oder mit der Hilfe einer Suchmaske / Suchfunktion.

**Metasuchmaschine:** Die sogenannten Meta-Suchmaschinen, die auch Jobrobots genannt werden, verfügen nicht über einen eigenen Stellenmarkt. Sie durchsuchen mehrere Stellenmärkte anderer Anbieter gleichzeitig nach passenden Stellenangeboten. So durchsucht der Jobrobot unter [www.britte.de](http://www.britte.de) mehrere Stellenmärkte (auch den der Bundesanstalt für Arbeit) nach geeigneten Stellen für weibliche Arbeitssuchende.

### Mögliche Dienstleistungsangebote im Rahmen von Internetstellenmärkten und Suchmaschinen:

#### Suchfunktionen:

- Suche nach Branchen, Regionen oder beruflichen Merkmalen
- Ausschluss von bestimmten Begriffen / Merkmalen möglich
- Suche kann nach Stellenlaufzeit eingegrenzt werden

#### Benachrichtigung über freie Stellen:

- als Ergebnisliste einer Suchabfrage
- per E-Mail oder SMS
- per Briefpost oder Telefon
- bei Log-In in den Stellenmarkt im Rahmen eines persönlichen Kontos

#### Weitere Dienste:

- direkte Kontaktaufnahme mit dem Arbeitgeber via E-Mail oder gar Bewerbungsformular
- Verwaltungsfunktion für bereits gesichtete Stellenangebote
- Möglichkeit, ein eigenes Bewerberprofil bzw. Stellengesuch zu erstellen, das Unternehmen einsehen können
- Firmen- und Brancheninfos sowie Arbeitgeberprofile zur Ansicht
- Bewerbungstipps und -ratgeber

### Qualitätskriterien für gute elektronische Stellenmärkte

Neben dem zuvor bereits benannten Dienstleistungsangebot sollten für Bewerber folgende Kriterien bei der Wahl des Stellenmarktes eine Rolle spielen:

- ✓ großer Umfang an Stellenangeboten oder enge regionale Bezogenheit weniger Angebote
- ✓ hohe Aktualität der Angebote
- ✓ aussagekräftige Stellen- und Anforderungsbeschreibungen
- ✓ umfangreiche Selektions- bzw. Recherchemöglichkeiten (z.B. Volltextsuche)
- ✓ leichte Bedienbarkeit und schneller Seitenaufbau
- ✓ Stellenangebote müssen sich problemlos ausdrucken lassen

# T@lentMarketing in der Arbeitsvermittlung

- ✓ der Datenschutz des Stellensuchenden muss gewährleistet bleiben

## 4.1.2.1.4. Übersicht: Stellenmärkte im Internet

Nachfolgend eine Liste mit ausgewählten Stellenmärkten (Stand 27.02.01). Eine aktuelle Version dieser Liste können Sie unter [www.talentmarketing.de](http://www.talentmarketing.de) herunter laden.

### Stellenmärkte für alle Berufsgruppen:

<a href="http://www.absolute-career.de/">www.absolute-career.de/</a>	Karriereplanung und -beratung
<a href="http://www.arbeit-online.de/">www.arbeit-online.de/</a>	Kostenlose Stellenangebote und -gesuche; Firmenprofile und Bewerbungstipps
<a href="http://www.Arbeitsamt.de">www.Arbeitsamt.de</a>	der größte deutsche Stellenmarkt der Bundesanstalt für Arbeit, unter SIS finden sich aktuelle Stellenangebote, ASIS bietet Ausbildungsplatzangebote und AIS beinhaltet Bewerberprofile; leider ohne E-Mailservice
<a href="http://www.business-channel.de/">www.business-channel.de/</a>	sehr umfangreicher auch internationaler Stellenmarkt mit zahlreichen Infos rund um das Thema Beruf und Stellensuche
<a href="http://www.berufskarriere.de/">www.berufskarriere.de/</a>	neben Stellen- und Bewerbermarkt finden sich hier Unternehmensprofile, Bewerbungstipps (auch zum Thema Internetbewerbung)
<a href="http://www.berufswelt.de">www.berufswelt.de</a>	Stellenmarkt der Zeitung Welt; Inserate, die auch im Printmedium erscheinen, können aufgegeben werden
<a href="http://www.careernet.de">www.careernet.de</a>	führt direkt zu <a href="http://www.stepstone.de/">http://www.stepstone.de/</a>
<a href="http://www.career-now.de/">www.career-now.de/</a>	Bewerberprofile können hinterlegt werden
<a href="http://www.job.de">www.job.de</a>	<a href="http://www.jobs.adverts.de/">http://www.jobs.adverts.de/</a> und <a href="http://www.jobpilot.de/">http://www.jobpilot.de/</a> sind identische Angebote mit E-Mailservice, Unternehmensprofilen und weiteren hilfreichen Infos
<a href="http://www.jobcontact.de">www.jobcontact.de</a>	Bewerber- und Stellenmarkt für alle Berufe und z.T. internationalen Angeboten; kostenlose Software zur Verwaltung der Bewerberdaten und Erstellung individueller Bewerberprofile offline
<a href="http://www.jobjet.de/">www.jobjet.de/</a>	Stellenmarkt mit individuellen Bewerberprofilen; zahlreichen Links zu nützlichen Angeboten für die Jobsuche; Informationen zu Themen Bewerbung und Weiterbildung
<a href="http://www.jobinteractive.com/">www.jobinteractive.com/</a>	gleiches Angebot unter <a href="http://www.jobscout24.de/">http://www.jobscout24.de/</a>
<a href="http://www.jobline.de/">www.jobline.de/</a>	Viele Links rund um das Thema Jobs
<a href="http://www.jobmagazin.de">www.jobmagazin.de</a>	Videos über ausgewählte Unternehmen können betrachtet werden; zudem Infos rund um das Thema Bewerbung
<a href="http://www.jobsoffer.de/">www.jobsoffer.de/</a>	Stellenmarkt mit E-Mailservice
<a href="http://www.jobpilot.de/">www.jobpilot.de/</a>	mit E-Mailservice, Bewerbungen per E-Mail möglich; Firmenprofile und Ausbildungs- und Praktikumsbörse
<a href="http://www.job-suche.de">www.job-suche.de</a>	gleiches Angebot unter <a href="http://www.jobscout24.de/">http://www.jobscout24.de/</a>
<a href="http://www.jobscout24.de/">www.jobscout24.de/</a>	eigenes Profil kann eingegeben werden; E-Mailservice
<a href="http://www.jobticket.de/">www.jobticket.de/</a>	Suche nach bestimmten Regionen und Berufsgruppen möglich
<a href="http://www.job-up.de/">www.job-up.de/</a>	sehr umfangreiche Berufs- und Bewerbungsberatung mit Stellenmarkt
<a href="http://www.karrierefuehrer.de">www.karrierefuehrer.de</a>	mit wenigen Stellenangeboten, aber ganz interessanten Firmenkurzporträts
<a href="http://www.karriereguide.com">www.karriereguide.com</a>	Stellen- und Bewerberangebote aus allen Branchen
<a href="http://www.mamas.de/">www.mamas.de/</a>	neben Stellenangeboten und -gesuchen ein guter Firmenindex, Infos zu Arbeitsverträgen und -zeugnissen
<a href="http://www.monster.de/">www.monster.de/</a>	auch internationale Stellenangebote; Bewerberkonto anlegen; gute Karrieretipps
<a href="http://www.stellenanzeigen.de">www.stellenanzeigen.de</a>	Stellenmarkt mit Berufsprofilen und Infos zum Thema Bewerbung
<a href="http://www.stellenboerse.de">www.stellenboerse.de</a>	ist genau wie <a href="http://www.stellenmarkt.de/">http://www.stellenmarkt.de/</a> ein relativ kleiner Stellenmarkt ohne E-Mailservice, dafür kann ein online-Bewerbungsformular ausgefüllt und ein kostenloses Stellengesuch aufgegeben werden
<a href="http://www.stellen-online.de/">www.stellen-online.de/</a>	Stellenmarkt und Praktikantenbörse
<a href="http://www.stellenmarkt.de/">www.stellenmarkt.de/</a>	Chiffreanzeigen können kostenlos veröffentlicht werden
<a href="http://www.stellenreport.de">www.stellenreport.de</a>	Praktika und Lehrstellen; Extra-Rubrik für Studienabbrecher
<a href="http://www.stepstone.de/">www.stepstone.de/</a>	sehr professioneller Stellenmarkt, bei dem umfangreiche Profile mit Foto hinterlassen werden können; E-Mailservice
<a href="http://www.unicum.de/">www.unicum.de/</a>	richtet sich an Schüler und Studenten; Unternehmensprofile; kostenlose Bewerberprofile mit Foto können aufgegeben werden
<a href="http://www.worldwidejobs.de">www.worldwidejobs.de</a>	Stellen, Praktikums- und Ausbildungsplätze weltweit

### Stellenmärkte für Führungskräfte und Hochschulüler:

<a href="http://www.absolventenjob.de">www.absolventenjob.de</a>	Spezielle Angebote großer Firmen für Hochschulabsolventen und Praktikabörse;
--	--

# T@lentMarketing in der Arbeitsvermittlung

	zudem zahlreiche Links zu Stellenbörsen
<a href="http://www.audimax.de">www.audimax.de</a>	u.a. Job- und Praktikumsbörse
<a href="http://www.ahaonline.de/">www.ahaonline.de/</a>	Stellenmarkt, Studienplatztausch- und Praktikantenbörse für angehende Führungskräfte mit Infos zur Unternehmensgründung
<a href="http://www.akademiker-online.de">www.akademiker-online.de</a>	spezielles Angebot für akademische Einsteiger mit Stellenangeboten, Praktikanten- und Diplomandenplätzen sowie Firmenprofilen
<a href="http://www.alma-mater.de">www.alma-mater.de</a>	für den IT-Bereich, Ingenieure, Kaufleute
<a href="http://www.berufe2000.de/">www.berufe2000.de/</a>	Stellenmarkt für Fach- und Führungskräfte; kostenlose Stellengesuche und die Möglichkeit der Online-Bewerbung
<a href="http://www.business-channel.de">www.business-channel.de</a>	Stellenanzeigen aus bekannten Fachzeitschriften im Management und Computerbereich; daneben Bewerbungstipps und ein Persönlichkeitstest
<a href="http://www.consultants.de/">www.consultants.de/</a>	Stellenmarkt für Fach- und Führungskräfte; Bewerbungsinfos; Headhunterdatenbank
<a href="http://www.deutscher-stellenmarkt.de/">www.deutscher-stellenmarkt.de/</a>	gleiches Angebot wie unter <a href="http://www.berufe2000.de/">www.berufe2000.de/</a>
<a href="http://www.e-fellows.net">www.e-fellows.net</a>	Ausgewählte Stellenangebote von Top-Unternehmen für die `besten` Studierenden
<a href="http://www.einstieg.com">www.einstieg.com</a>	Richtet sich vornehmlich an Hochschulabsolventen, die einen beruflichen Ersteinstieg suchen; zahlreiche Infos rund um Studium und Arbeitsmarkt; auch eine Azubi-börse für Abiturienten
<a href="http://www.ffnet.de/">www.ffnet.de/</a>	Stellenmarkt für Fach- und Führungskräfte - Stellenausschreibungen aus Handel, Handwerk und Industrie
<a href="http://www.forum-jobline.de">www.forum-jobline.de</a>	Stellenangebote für Absolventen von Hoch- und Fachhochschulen
<a href="http://www.horizont.net/jobs/stellenmarkt">www.horizont.net/jobs/stellenmarkt</a>	Stellenmarkt und Praktikantenbörse
<a href="http://www.industrie-job.de/">www.industrie-job.de/</a>	Jobs für Ingenieure und Techniker und ausführliche Infos über Weiterbildungsmöglichkeiten
<a href="http://www.jobmail.com">www.jobmail.com</a>	ein E-Mailservice speziell für Hochschulabsolventen
<a href="http://www.jobfair24.de/">www.jobfair24.de/</a>	Stellenbörse; Praktika- und Diplomandenbörse
<a href="http://www.jobuniverse.de/">www.jobuniverse.de/</a>	ausführliche Bewerberprofile und Brancheninfos für IT, Telekommunikation und E-Business
<a href="http://www.jobs.zeit.de/">www.jobs.zeit.de/</a>	Stellenmarkt der Zeitung "Die Zeit" mit E-Mailservice und Robot
<a href="http://www.karrieredirekt.de">www.karrieredirekt.de</a>	aus Zeitungen und Zeitschriften entnommene Stellenangebote, vornehmlich für Fach- und Führungskräfte
<a href="http://www.manager.de/">www.manager.de/</a>	Positionen im Management mit E-Mailservice
<a href="http://www.romling.com">www.romling.com</a>	Überblick über Unternehmen, die Praktikanten und Werksstudenten einstellen, Diplomarbeiten vergeben oder Traineeprogramme anbieten; zahlreiche Bewerbungsinfos; zudem kann eine kostenlose CD mit weiteren Infos bestellt werden
<a href="http://www.studentenvermittlung.de/">www.studentenvermittlung.de/</a>	Nebenjobs für Studenten
<a href="http://www.sueddeutsche.de">www.sueddeutsche.de</a>	enthält vornehmlich Stellenangebote die auch im Printmedium veröffentlicht werden; hier erscheinen die Angebote oft sogar eher
<a href="http://www.technikjobs.de">www.technikjobs.de</a>	Stellenmarkt für Ingenieure und Techniker; insbesondere technische Fach-, Führungs- und Nachwuchskräfte
<a href="http://www.4students.de">www.4students.de</a>	Zahlreiche Informationen rund um Studium und Karriere; Jobbörse mit individuellen Bewerberprofilen

## Besondere Personengruppen des Arbeitsmarktes:

<a href="http://www.allegra.de/work">www.allegra.de/work</a>	Stellenmarkt und Informationen zur Arbeits- und Berufswelt für Frauen; Informationen über neue Stellenangebote werden auf Wunsch auch per SMS zugesandt
<a href="http://www.brigitte.de/index_jobboerse.html">www.brigitte.de/index_jobboerse.html</a>	Stellenangebote speziell für Frauen; zudem eine bequeme Suchmaske für das Angebot der Bundesanstalt für Arbeit.
<a href="http://www.kein-handicap.de/">www.kein-handicap.de/</a>	Jobbörse für behinderte Menschen
<a href="http://www.gulp.de/">www.gulp.de/</a>	Freiberufler-Börse mit Projektvermittlung an IT Freiberufler und Manager auf Zeit
<a href="http://www.neue-ausbildungsberufe.de/">www.neue-ausbildungsberufe.de/</a>	Vom Bundesbildungsministerium werden neue Ausbildungsberufe vorgestellt
<a href="http://www.studienwahl.de/">www.studienwahl.de/</a>	Richtet sich mit seinem umfangreichen Ratgeber zur Studien und Berufswahl in erster Linie an Abiturienten
<a href="http://www.webgirls.de">www.webgirls.de</a>	Jobvermittlung für Frauen in neuen Medienberufen und Brancheninfos
<a href="http://www.woman.de">www.woman.de</a>	Stellengesuche und -gebote für Frauen; zahlreiche Beispiele erfolgreicher Unternehmerinnen; Branchenbuch

## Stellenmärkte im IT- und Bereich neue Medien

<a href="http://www.academicus.de/">www.academicus.de/</a>	Vermittlung von Young Professionals in die Bereiche der Informationstechnologie, Telekommunikation und Beratung
--	---

# T@lentMarketing in der Arbeitsvermittlung

<a href="http://www.computerjobs.de/">www.computerjobs.de/</a>	s. auch unter <a href="http://www.computerjobs24.de/">http://www.computerjobs24.de/</a>
<a href="http://www.computerjobs24.de/">www.computerjobs24.de/</a>	Fachbörse für die IT-Branche mit individuellem Newsletter
<a href="http://www.dasauge.de">www.dasauge.de</a>	Stellenmarkt für Designer, Fotografen und Texter mit Schwerpunkt Werbebranche
<a href="http://www.dv-job.de">www.dv-job.de</a>	Jobbörse für IT-Fachkräfte mit Karrieretipps und Ausbildungsplätzen sowie umfangreichen Firmen- und Brancheninfos
<a href="http://www.edv-branche.de/">www.edv-branche.de/</a>	Stellenangebote- und -gesuche, aber auch freie Projektarbeit im EDV-Bereich; mit E-Mailservice
<a href="http://www.filmworks.de">www.filmworks.de</a>	Jobforum für Film-, Fernseh- und Medienschaffende
<a href="http://www.it-berufe.de/">www.it-berufe.de/</a>	keine Stellenangebote mehr, dafür zahlreiche Infos für angehende Azubis in den neuen IT-Berufen und Links zu Jobbörsen
<a href="http://www.medienhandbuch.de">www.medienhandbuch.de</a>	für alle Medienberufe; insbesondere IT-orientierte Jobs
<a href="http://www.werbeagentur.de/">www.werbeagentur.de/</a>	Jobs, freie Mitarbeit und Ausbildungsplätze in den Bereichen Multimedia, Internet und Werbung sowie ein Branchenbuch
<a href="http://www.wuv.de/">www.wuv.de/</a>	Jobs und Praktika in der Werbe- und Medienbranche; Berufsportraits und zahlreiche Brancheninfos

## Lehre, Erziehung und Wissenschaft:

<a href="http://www.erzieherin.de">www.erzieherin.de</a>	Stellenangebote und -gesuche aus dem Erziehungsbereich und umfangreiche Berufsinfos
<a href="http://www.forschung-und-lehre.de/stellen.html">www.forschung-und-lehre.de/stellen.html</a>	Stellenmarkt für Professoren (sehr unprofessionell)
<a href="http://www.kumon.de">www.kumon.de</a>	Lehrer und Schulleiter für Privatschulen weltweit
<a href="http://www.wissenschaft.de">www.wissenschaft.de</a>	in der online-Ausgabe von "bild der wissenschaft" finden sich Angebote und Gesuche insbesondere von Hochschulabsolventen; auch Praktika

## Gesundheitswesen:

<a href="http://www.aerzteblatt.de/">www.aerzteblatt.de/</a>	Stellenanzeigen, Stellengesuche und Praxisübernahmen für Mediziner
<a href="http://www.arzt-stellenanzeigen.de">www.arzt-stellenanzeigen.de</a>	Sehr umfangreicher Stellenmarkt für Ärzte für den gesamten deutschsprachigen Raum
<a href="http://www.hospital-city.de/">www.hospital-city.de/</a>	Jobangebote aus dem Medizinbereich (auch Verwaltung) und umfangreiche Brancheninfos
<a href="http://www.jobsozial.de">www.jobsozial.de</a>	Stellenmarkt für Fach- und Führungskräfte für Einrichtungen, Organisationen und Unternehmen in der Sozialwirtschaft
<a href="http://www.med-jobs.de/">www.med-jobs.de/</a>	Vermittlung von Krankenschwestern und -pfleger nach Großbritannien und Australien über den Worldwide Healthcare Exchange. Offene und neue Stellen in medizinische Positionen. Neue Berufschancen

## Hotel- und Gaststättengewerbe / Tourismus:

<a href="http://www.animateure.de">www.animateure.de</a>	Stellenmarkt für Animatoure und andere Fachleute der Hotel- und Touristikbranche
<a href="http://www.gastronomie.de/">www.gastronomie.de/</a>	neben Jobangeboten auch Infos zur Ausbildung im Gastronomiebereich und Übernahme / Pacht von Gastronomieobjekten
<a href="http://www.hotel-career.de/">www.hotel-career.de/</a>	internationale Stellenangebote aus dem Hotel- und Gaststättenbereich; eigenes Stellengesuch kann aufgegeben werden; mit E-Mailservice
<a href="http://www.hotelstellenmarkt.de/">www.hotelstellenmarkt.de/</a>	Hotel- und Gaststättengewerbe mit auch internationalen Stellenangeboten
<a href="http://www.oscars.at/">www.oscars.at/</a>	zahlreiche Links zu internationalen Jobs im HoGa-Bereich und in der Seeschifffahrt
<a href="http://www.travel-job.de">www.travel-job.de</a>	Touristik-Jobbörse; auch mit Praktikumsplätzen

## Forst- und Landwirtschaft und Bauwirtschaft:

<a href="http://www.bau.net/inserate/index.htm">www.bau.net/inserate/index.htm</a>	Angebote aus der Bau- und Wohnungsbranche; auch Ausbildungsstellen
<a href="http://www.baupool-online.de">www.baupool-online.de</a>	Stellenangebote aus der Baubranche des In- und Auslandes und Fortbildungsmöglichkeiten
<a href="http://www.dainet.de/zadi">www.dainet.de/zadi</a>	Stellen im Bereich Ernährung, Landwirtschaften und Forsten
<a href="http://www.greenjobs.de/">www.greenjobs.de/</a>	Jobbörse für Umweltfachkräfte
<a href="http://www.holz.de/">www.holz.de/</a>	Stellenangebote und -gesuche im Holzbereich und umfangreiche Brancheninfos und Branchenbuch
<a href="http://www.holzboerse.de/">www.holzboerse.de/</a>	kostenlose Angebote und Gesuche für Forstwirte, Tischler und Sägewerker

## Handel und Vertrieb sowie Finanzbereich:

<a href="http://www.bankjob.de/">www.bankjob.de/</a>	Jobs in der Kreditbranche; auch Ausbildungs- und Praktikumsstellen
--	--

# T@lentMarketing in der Arbeitsvermittlung

<a href="http://www.bankkaufmann.de">www.bankkaufmann.de</a>	Sehr umfangreicher Stellenmarkt für den Bankbereich und entsprechende Praktika- und Ausbildungsbörse
<a href="http://www.gelon.de/">www.gelon.de/</a>	Jobs im In- und Ausland für Finanzprofis
<a href="http://www.job4law.de/">www.job4law.de/</a>	Stellenmarkt für Juristen und Steuerexperten aber auch Hilfskräften der entsprechenden Berufsfelder
<a href="http://www.lz-net.de/">www.lz-net.de/</a>	Stellengesuche und -angebote aus Handel und Industrie der Ernährungswirtschaft in der Online-Ausgabe der Lebensmittelzeitung; zahlreiche Firmenprofile
<a href="http://www.quality.de/">www.quality.de/</a>	Jobs im Qualitätswesen; zahlreiche Unternehmensprofile und einschlägige Brancheninfos
<a href="http://www.salesjob.de/">www.salesjob.de/</a>	Job-Angebote für den Außen- und den Vertriebsinnendienst

## Künstler und Schauspieler:

<a href="http://www.darsteller.de">www.darsteller.de</a>	Komparsen, Models und Schauspieler für Filmproduktionen (eher für zweite und dritte Garde)
<a href="http://www.klassik.com/de/index.htm">www.klassik.com/de/index.htm</a>	Stellenbörse für Theater- und Bühnenberufe
<a href="http://www.per4mance.com/">www.per4mance.com/</a>	Künstlervermittlung; Planung und Organisation von Shows und Events.

## Weitere Bereiche:

<a href="http://www.ausbildungsplatzboerse.vdg.de">www.ausbildungsplatzboerse.vdg.de</a>	Ausbildungsplatzbörse, Schülerbetriebspraktika sowie Diplomandenbörse für Eisen-, Stahl- und Tempergießerei
<a href="http://www.backjob.de/">www.backjob.de/</a>	Stellenanzeigen für Bäcker; Brancheninfos; Arbeitgebersuche nach Postleitzahl
<a href="http://www.bikeshops.de">www.bikeshops.de</a>	Stellenangebote und -gesuche für Handelsvertreter im Fahrradvertrieb und Zweiradmechaniker
<a href="http://www.chemie.de/jobs">www.chemie.de/jobs</a>	Stellenangebote und -gesuche für den gesamten Chemiebereich sowie Links zu weiteren Stellenmärkten
<a href="http://www.energiejobs.de/">www.energiejobs.de/</a>	Stellenangebote und -gesuche in der Energiebranche
<a href="http://www.journalist.de/">www.journalist.de/</a>	Angebote und Gesuche für Journalisten
<a href="http://www.maler-aktiv.de">www.maler-aktiv.de</a>	Umfangreiches Branchenbuch des Malereihandwerks und Stellenmarkt
<a href="http://www.marktplatz-recht.de/">www.marktplatz-recht.de/</a>	u.a. Jobbörse für Juristen
<a href="http://www.jobs-sport.de/">www.jobs-sport.de/</a>	Stellenbörse für Trainer, Schiedsrichter, Sportmediziner und Platzwarte
<a href="http://www.schornsteinfeger-net.de">www.schornsteinfeger-net.de</a>	Noch sehr wenige Stellenangebote und -gesuche für Schornsteinfeger; die Infos zum Thema Arbeitslosigkeit sind sehr lückenhaft
<a href="http://www.twnetwork.de/">www.twnetwork.de/</a>	Jobs in der Textil- und Modebranche sowie umfassende Brancheninfos und Firmeninfos

**Jobrobots** (Suchmaschinen, die mehrere Stellenmärkte gleichzeitig nach Stellenangeboten durchforsten):

[www.cesar.de](http://www.cesar.de)

[www.junge-karriere.com](http://www.junge-karriere.com)

[www.sozialwesen.de/](http://www.sozialwesen.de/)

[www.jobrobot.de](http://www.jobrobot.de)

[www.evita.de/jobworld](http://www.evita.de/jobworld) durchforstet 24 Stellenbörsen; daneben zahlreiche Infos zur Arbeits- und Berufswelt

### 4.1.2.1.5. Mundpropaganda / Kontakte / Messen

Beziehungen, im Volksmund abwertend auch als Vitamin B bezeichnet, sind trotz aller modernen Auswahlverfahren und Vorschriften für viele Bewerber immer noch Wege, den begehrten Traumjob zu erhalten. Mit Recht wird die Ausnutzung von Verwandtschaftsbeziehungen, um den begehrten Posten zu erhalten, von vielen als ungerecht empfunden. Um diese Thematik soll es hier auch nicht gehen.

Viel mehr sollten Bewerber grundsätzlich sehr aufmerksam, d.h. mit offenen Augen und Ohren durch den Alltag gehen, um freie Stellen bzw. potenzielle Arbeitgeber frühzeitig aufzuspüren und entsprechende Ansprechpartner auf sich aufmerksam zu machen, noch bevor es eine offizielle Ausschreibung gibt. Dies sollte auch das Ziel eines guten Arbeitsvermittlers sein.

## Beispiele:

*In der Stammkneipe steht Malermeister P. Insel heute Abend im Mittelpunkt. Eine Windböe hat das Gerüst, auf dem er und sein Kollege Fassadenarbeiten ausführten kurz vor Feierabend weg geweht und beide sind 3 Meter in die Tiefe gestürzt. Während er mit einem Schrecken davon gekommen ist, hat sich sein Kollege den rechten Arm und das linke Bein gebrochen. Diese*

# T@lentMarketing in der Arbeitsvermittlung

*Geschichte hört auch der arbeitslose K. Lug und ihm ist klar, dass die Malerfirma ab morgen ein befristetes Personalproblem hat. Gleich am nächsten Tag macht er sich mit Bewerbungsunterlagen auf den Weg in die Malerfirma.*

*Arbeitsvermittler S. Ehrschnell hat ebenfalls von der Geschichte gehört und steht ebenfalls am nächsten Tag mit Bewerberprofilen zu einem Betriebsbesuch vor der Tür.*

*In der „After-Work-Bar“, in der sich leitende Angestellte der X-AG nach der Arbeit treffen, ist helle Aufregung. Sekretärin S. Pitz aus der Marketing-Abteilung wurde bei der Entwendung von Büroustensilien erwischt und fristlos gekündigt. Aber wer soll nun die Produktpräsentationen mit PowerPoint fertigt stellen? Das konnte niemand anderes als sie.*

*Am nächsten Tag erhält der Personalchef der Marketing-Abteilung ein Fax vom Arbeitsvermittler S. Ehrschnell mit anonymisierten Bewerberprofilen der letzten Teilnehmer an der Fortbildung „Fit for Office“ – natürlich nur als Information.*

*Auf der Messe „Modernes Bürodiesign“ unterhält der arbeitslose Bürokaufmann B. mit dem Einkäufer der Firma X. Im Verlauf des Gesprächs erwähnt der Einkäufer, dass er schon seit vier Wochen auf die Erstattung von Reisekosten wartet. Die Personalabteilung hat aber Probleme bei der Umstellung der Papierkartellen auf die Datenbank MS-Access. B. kennt sich gut mit Access aus. Er befragt den Einkäufer noch über die Firma, Ihre Ziele und Produkte und geht dann mit der Visitenkarte des Einkäufers davon. Am nächsten Tag verfasst er seine Bewerbung, bezieht sich in dieser auf das Gespräch mit dem Einkäufer und schildert ausführlich seine Kenntnisse in Hinsicht auf die Anwendung MS-Access.*

Mit Sicherheit gehört bei den genannten Beispielen auf der Bewerberseite auch ein bisschen Glück dazu, von solchen Chancen erfahren zu haben.

Aber gerade das letzte Beispiel ist nicht all zu unwahrscheinlich. Auf Messen, am Tag der offenen Tür oder bei Ausstellungen können Bewerber viel über ein Unternehmen und seine spezifischen Probleme erfahren und im besten Fall hat der Bewerber eine Lösung für dieses Problem parat und kann seine Mitarbeit anbieten.

Viele Firmen nutzen Messen aber auch gezielt, um Kontakte mit potentiellen Mitarbeitern zu knüpfen (aber auch, um sich gegenseitig Mitarbeiter abzuwerben).

## 4.1.2.1.6. Telefonisch freie Stellen erfragen

Natürlich kann auch mittels eines Telefonanrufes das Vorhandensein freier Stellen beim Arbeitgeber direkt erfragt werden.

Um an die Telefonnummern der Betriebe zu kommen, gibt es viele Wege. Einige davon sind nachfolgend aufgeführt:

- Blick ins Telefonbuch oder die „gelben Seiten“
- Anruf bei der kostenpflichtigen Telefonauskunft
- Nutzung der kostenlosen Telefonauskunft und der „gelben Seiten“ unter [www.teleauskunft.de](http://www.teleauskunft.de) oder [www.branchenbuch.com](http://www.branchenbuch.com)
- Besuch der Homepage des Unternehmens
- Bitte an den Arbeitsvermittler, einen Blick in seine Betriebsdatenbank zu werfen

Im Regelfall kann und sollte der Bewerber auch neben der Frage nach der offenen Stelle auch gleich nach Stellenanforderungen und Bewerbungsmodalitäten fragen.

Allerdings sollte immer beachtet werden, dass bei dieser Kontaktaufnahme immer der erste und oft auch prägende Eindruck vom Bewerber beim Arbeitgeber hinterlassen wird. Viele Personalverantwortliche notieren sich ihren Eindruck vom Bewerber und beziehen diese Informationen beim Eingang der schriftlichen Unterlagen mit ein.

### Tipps für einen erfolgreichen Anruf beim Arbeitgeber:

- ✓ Sorgen Sie für eine störungsfreie und entspannte Atmosphäre (keine Hintergrundgeräusche oder Anrufe aus der Telephonzelle mit Gebührenticker im Nacken)

# T@lentMarketing in der Arbeitsvermittlung

- ✓ Notieren Sie sich die wichtigsten Fragen (nichts ist schlimmer als ein Anrufer, der nicht genau weiß, was er will)
- ✓ Halten Sie Schreibzeug parat, um sich die wichtigsten Informationen notieren zu können
- ✓ Seien Sie freundlich und lassen Ihren Gesprächspartner ausreden
- ✓ Beschränken Sie sich auf das Wesentliche und machen kurze und präzise Angaben
- ✓ Sprechen Sie den Gesprächspartner öfter mit seinem Namen an (jeder hört seinen Namen gern)

*Im Arbeitsamt können Bewerber, zumeist im SIS-Raum, das Telephon nutzen, um Arbeitgeber zu kontaktieren. Allerdings bietet dies nicht die optimale Atmosphäre für Telephonate mit potentiellen Arbeitgebern:*

- *es sind andere SIS-Nutzer im Raum (dies sind potentielle Störquellen; zudem kann der Bewerber nicht über alle Themen frei sprechen und ist ggf. gehemmt)*
- *der Bewerber hat kaum Zeit für Vorbereitungen und eventuell erfolgt das Gespräch unter Zeitdruck, da andere Kunden ebenfalls für ein Telephonat anstehen*
- *oft erfolgt die Verbindung des Telephonats durch die Fachkräfte im SIS und es lässt sich darüber streiten, ob die Einleitung „Guten Tag, hier ist das Arbeitsamt! Ich hab da einen Bewerber für Sie in der Leitung.“ vorteilhaft für den weiteren Gesprächsverlauf des Bewerbers ist.*

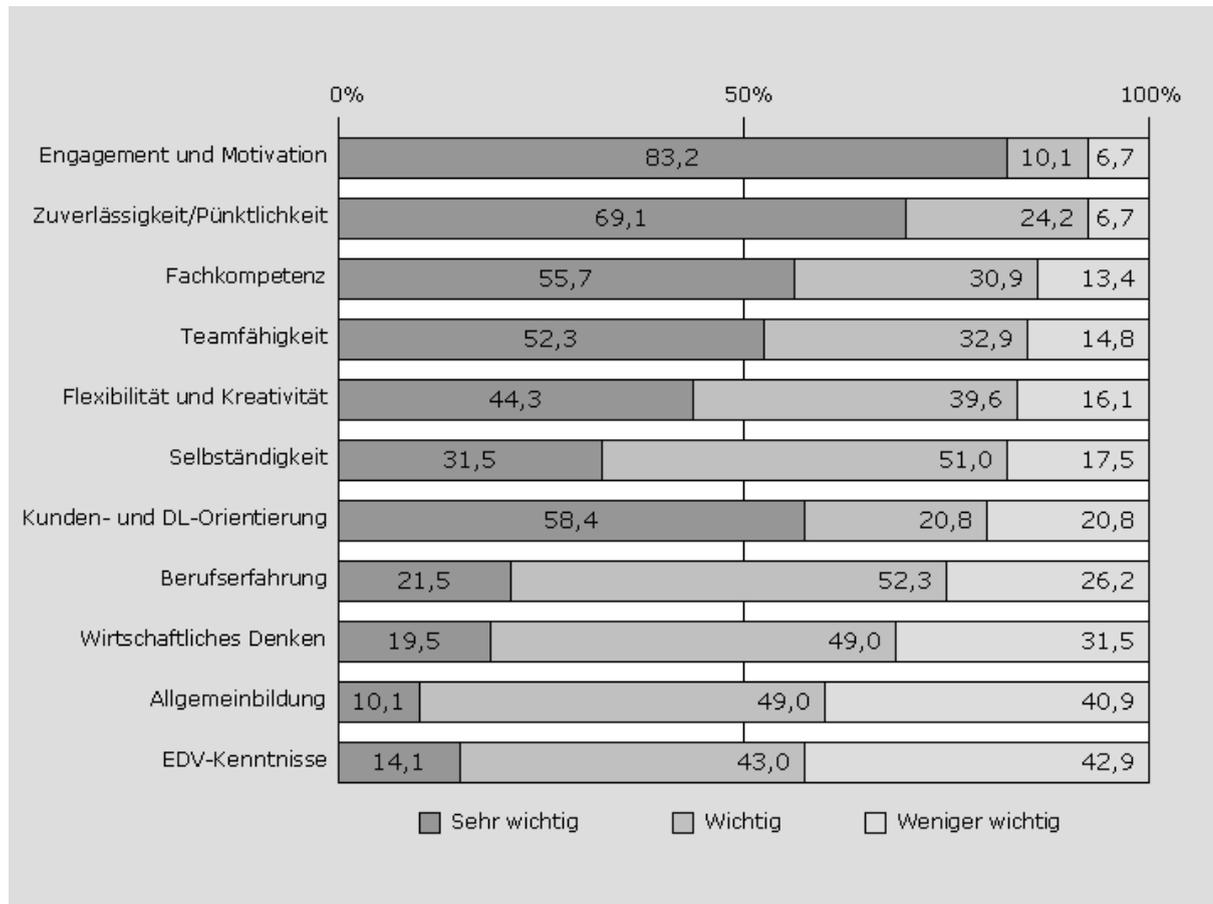
*Der kundenfreundliche Dienstleister unter den Arbeitsvermittlern lässt den Bewerber bei wichtigen Gesprächen von seinem Apparat aus telephonieren (wenn Zeit dafür vorhanden ist).*

## **4.1.2.1.7. Anforderungen der Arbeitgeber an Bewerber erkunden**

Nachdem in den vorangegangenen Schritten freie Stellen ermittelt wurden, gilt es nun, zu ergründen, was genau die Arbeitgeber für Anforderungen an Bewerber haben.

# T@lentMarketing in der Arbeitsvermittlung

## Allgemeingültiger Anforderungskatalog<sup>10</sup>:



### Unternehmensspezifische Anforderungen erkennen:

Natürlich hat jedes Unternehmen eigene Schwerpunkte, was die Anforderungen an die fachlichen und personalen Eigenschaften der Bewerber. Dies gilt natürlich auch für die Gestaltung und Form von Bewerbungsunterlagen.

Die Anforderungen von Unternehmen an Mitarbeiter und Bewerber sind oft abhängig von:

- Größe des Unternehmens
- Unternehmensphilosophie und dem Leitbild
- Lage auf den Beschaffungs- und Absatzmärkten
- Produkten und den Produktionsbedingungen
- Anzahl zur Verfügung stehender Mitarbeiter / Bewerber

### Möglichkeiten, Informationen über den Betrieb und zu besetzende Stellen für ein erfolgreiches T@lentMarketing zu recherchieren

- ⊕ Nutzung des persönlichen Austauschs bei Messen, Tag der offenen Tür und Ausstellungen
- ⊕ Genaue Analyse der Aussagen im Stellenangebot
  - Ein gutes Stellenangebot beinhaltet folgende Informationen:
    - Wir sind (Vorstellung des Unternehmens)

<sup>10</sup> Quelle: Bens, Hans-Walter, Egle, Franz unter Mitwirkung von Christian Scheller: „TalentMarketing“, Gabler-Verlag

# T@lentMarketing in der Arbeitsvermittlung

- Wir haben (Stellenbeschreibung)
- Wir suchen (Anforderungen an den Bewerber)
- Wir bieten (Arbeitsbedingungen, Entlohnung, Sozialleistungen)
- Wir bitten um (formale Anforderungen an den Bewerbungsweg)

- ⊕ Anforderung von Informationsmaterial in der Abteilung für Öffentlichkeitsarbeit des Unternehmens
- ⊕ Anruf in der entsprechenden Abteilung und Austausch mit Mitarbeitern
- ⊕ Verfolgung der Berichterstattung in den Medien (Presse, Radio, TV)
- ⊕ Aktuelle Werbekampagnen
- ⊕ Berichte über Firmenentwicklung und Expansionspläne
- ⊕ Anfragen bei Gewerkschaften und Kammern
- ⊕ Besuch der Homepage des Unternehmens

## Welche Informationen der Internetseite eines Unternehmens ggf. entnommen werden können:

Informationen zum / zu / über:

<b>Unternehmen:</b>	<b>Produkte:</b>	<b>Personal:</b>	<b>Bewerbungsmodalitäten</b>
Adressen, Sitz, Zweigstellen	Produktpalette	Führungsstil / Leitbild	Anforderungen an Unterlagen
Branchen	Funktionsweise und Einsatzbereiche der Produkte	Menschen- und Mitarbeiterbild	Ansprechpartner
Organisation und Verwaltung	Produktionsbedingungen	Mitarbeiterentwicklungssystem	Bewerbungsfristen und Auswahlverfahren
Firmengeschichte	Absatzwege	Fachliche und personale Anforderungen	freie Stellen
Image	Produktpolitik	Entlohnungssystem	Möglichkeit, online Bewerbungsbogen auszufüllen
Geschäftsbericht / Expansionspläne	Preise	Arbeitszeitmodelle	
	Distributionspolitik		

## Möglichkeiten des Arbeitsvermittlers, Bewerbern Informationen über Betriebe und ihre Anforderungen zugänglich zu machen:

- 👉 Die meisten großen und mittleren Betriebe bieten im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit Info-Broschüren an. Diese könnten angefordert und zusammen mit Stellenangeboten ausgehändigt werden.
- 👉 Manche Arbeitsvermittler sammeln die Internetadressen der Homepages der örtlichen Unternehmen und händigen diese interessierten Bewerbern aus.
- 👉 In lokalen Tageszeitungen wird oft über die regionale Wirtschaft und die beteiligten Betriebe berichtet. Entsprechende Beiträge könnten gesammelt und bei Bedarf als Kopie an Arbeitssuchende ausgehändigt werden.
- 👉 Durch gute Kontakte zu Arbeitgebern und häufige Betriebsbesuche sind die meisten Arbeitgeber und ihre Anforderungen dem Vermittler bekannt, ein Stellenangebot sollte daher nicht nur mit dem wenig aussagekräftigen Inhalten des VV-Anschreibens

# T@lentMarketing in der Arbeitsvermittlung

unterbreitet werden. Ein persönliches Gespräch, oder zumindest die telephonische Ankündigung des Vorschlages ist ratsam.

- ☞ Ansprechpartner, die weitere Informationen über bestimmte Branchen und deren Arbeitgeber haben, könnten dem Ratsuchenden benannt werden.

## 4.1.2.1.8. Analyse der Konkurrenz

Selbst wenn der Bewerber 100%ig auf ein Stellenangebot passt, ist dies noch kein Garant dafür, dass dieser die freie Stelle auch erhält. Beispiele dafür wären:

- Eventuell fällt ein Mitbewerber durch eine gelungene Bewerbungsstrategie den Personalverantwortlichen eher auf und kann diese trotz Eignungsdefiziten für sich gewinnen.
- Bestimmte Bewerber bringen neben der eigentlichen Eignung für eine Stelle noch zusätzliche Talente mit, die das Unternehmen als `Extras` für sich nutzen kann.
- Andere Bewerber nutzen informelle Wege, um sich eine bessere Position im Bewerbungswettbewerb zu verschaffen (sogen. Vitamin B).
- Das Unternehmen verwendet ein unprofessionelles Bewerberauswahlssystem, in welchem für die Besetzung einer Stelle unrelevante Allgemeinplätze als Entscheidungskriterien Anwendung finden.

### Merkmale von Konkurrenz im Bewerbungsprozess:

Nachfolgende Merkmale sprechen dafür, dass Mitbewerber als ernstzunehmende Konkurrenten im Bewerbungsprozess anzusehen sind:

- ☞ Die Bewerber haben ein gleiches oder ähnliches Ziel (der freie Posten bei Firma X)
- ☞ Die Bewerber kommen aufgrund ihrer Talente für die Besetzung des Postens in Frage.
- ☞ Die Selbstmarketingstrategie der Bewerber ist geeignet, Personalverantwortliche zu überzeugen.
- ☞ Die Bewerber sind bereit, auf die Bedingungen des Betriebes einzugehen.

### Fragen, die sich Bewerber hinsichtlich ihrer Konkurrenz beantworten sollten

- Wie groß ist die Anzahl meiner Konkurrenten? (quantitativer Aspekt)
- Mit welchen Talenten / Qualifikationen können diese aufwarten? (qualitativer Aspekt)
- Was kann die Konkurrenz besser als ich?
- Wodurch kann ich Defizite kompensieren?
- Worin bin ich besser als die Konkurrenz?
- Welche Informations- und Bewerbungsstrategien verfolgt die Konkurrenz?
- Worin liegen die Schwächen der Informations- und Bewerbungsstrategien der Konkurrenz?
- Mit welchen Informations- und Bewerbungsstrategien habe ich Vorteile gegenüber der Konkurrenz?
- Gibt es Nischen bzw. Aufgaben im Betrieb auf die ich mich mit meinem Qualifikationsprofil bewerben kann, die von der Konkurrenz noch nicht erkannt wurden?  
(Konkurrenzminimierung)

## 4.2. Ziele definieren (Phase 2)

Nachdem nun die Ressourcen und Möglichkeiten des Bewerbers sowie die Rahmenbedingungen des Arbeitsmarktes bekannt sind bzw. eingeschätzt werden können, ist es am Bewerber, ein

# T@lentMarketing in der Arbeitsvermittlung

realistisches berufliches Ziel zu definieren und in der dritten Phase entsprechende Selfmarketingstrategien zu entwickeln und umzusetzen.

Bei der Festlegung beruflicher Ziele dürfen allerdings private Ziele bzw. allgemeine Lebensziele nicht vernachlässigt werden.

Berufliche und private Ziele können in folgendem Verhältnis zueinander stehen (Zielbeziehungen)

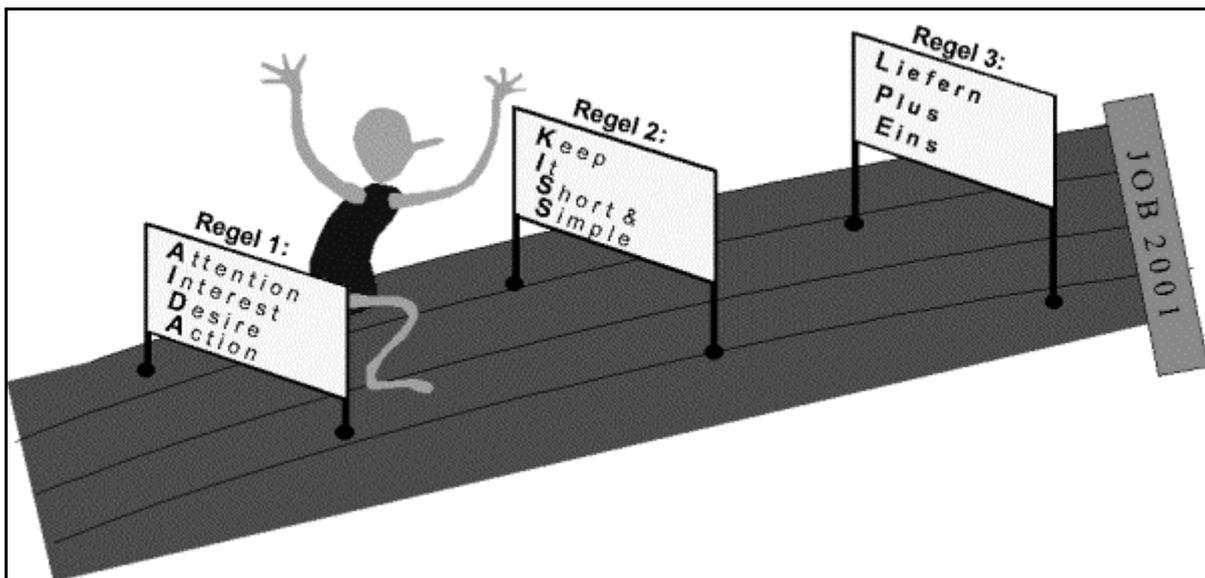
- **Einander ausschließende Ziele:** Die Verfolgung des einen Ziels schließt die Erreichung eines anderen Ziels aus. *Beispiel: Das Ziel, viel Freizeit zu haben und Zeit mit der Familie zu verbringen, kann das berufliche Ziel einer steilen Karriere mit gutem Einkommen (für das oft Überstunden und regionale Mobilität erforderlich sind) ausschließen. Man spricht hier von einem Zielkonflikt.*
- **Zueinander neutrale Ziele:** Die Verfolgung des einen Ziels hat keinen Einfluss auf die Erreichung des anderen. *Beispiel: Das Ziel, sich fortan vegetarisch zu ernähren und das Ziel, für das Büro ein neues Ablagesystem einzuführen, können Regelfall gleichzeitig verfolgt werden.*
- **Einander förderliche Ziele:** Die Verfolgung des einen Ziels ist förderlich für die Erreichung eines anderen Ziels. *So sind die Ziele einer angehenden Fremdsprachensekretärin, ihre Urlaube in Spanien zu verbringen und in dieser Fremdsprache mit einer sehr guten Note abzuschließen durchaus einander förderlich.*

Zudem muss grundsätzlich eine Überprüfung der Dauerhaftigkeit der Ziele erfolgen. Berufliche Ziele sollten immer langfristige Ziele sein. Der Bewerber, der aus einer Laune heraus seinen alten Job aufgibt, könnte dies in zehn Jahren bereuen

## 4.3. Selfmarketingstrategien entwickeln und nutzen (Phase 3)

Nachfolgend werden ausführlich einige Selfmarketingstrategien aufgeführt. Aus Zeitgründen werden nur die gängigsten Formen ausführlich behandelt. Im Vordergrund stehen dabei insbesondere Bewerbungsstrategien, die unter Einsatz der neuen Medien erfolgen.

### 4.3.1. Selfmarketingrules



© Franz Egle 2000

# T@lentMarketing in der Arbeitsvermittlung

**AIDA** [Attention Interest Desire Action]<sup>11</sup>:

<b>A</b> ttention	heißt, Aufmerksamkeit zu erregen, d.h. der Betrieb soll auf die Bewerbungsunterlagen und natürlich den Bewerber, der hinter diesen steht, aufmerksam werden.
<b>I</b> nterest	Aufmerksamkeit allein reicht allerdings nicht aus (nur um Aufmerksamkeit zu erregen, könnte man die Personalverantwortlichen auch einfach nur beleidigen)! Die Empfänger der Bewerbung müssen vielmehr beginnen, sich für die Belange, Fähigkeiten und den Bewerber selbst zu interessieren.
<b>D</b> esire	Aus diesem Interesse heraus muss das Bedürfnis entstehen, den Bewerber näher kennen zu lernen.
<b>A</b> ction	Das Bedürfnis muss schließlich eine Handlung auslösen, was im Falle der Bewerbung die Einladung zu einem Vorstellungsgespräch, Einstellungstest oder die Anforderung von weiteren Unterlagen bedeuten würde.

**KISS** [Keep it short an simple]

Personalentscheider haben nur wenig Zeit. Dies gilt insbesondere für die Sichtung von Bewerbungsunterlagen. Auf den ersten Blick und ohne großen Aufwand müssen die wesentlichen Aussagen ersichtlich sein.

**Liefern + 1**

Bedeutet, mit Fähigkeiten überzeugen und persönliches Profil zeigen und sich deutlich von der Konkurrenz abzuheben.

## 4.3.2. Passive und aktive Bewerbungsstrategien

Bei Verfolgung einer **passiven Bewerbungsstrategie** reagiert der Bewerber lediglich auf vorhandene Stellenangebote. Das sind beispielsweise:

- Stellenangebote in Tageszeitungen
- Stellenangebote aus Stellenmärkten und Jobbörsen
- Vermittlungsvorschläge des Arbeitsamtes
- Aushänge am Betriebstor bzw. schwarzen Brett des Betriebes

**Nachteile passiver Bewerbungsstrategien:**

- viele Mitbewerber, da die Stellen veröffentlicht sind
- Insider wissen von der offenen Stelle bereits bevor die öffentliche Ausschreibung erfolgt und haben einen zeitlichen Vorteil gegenüber den Bewerbern, die erst Tage später durch das Arbeitsamt etc. von der Stelle erfahren
- Stellen des latenten Personalbedarfes bleiben außen vor
- Gegenüber Bewerbern, die sich auf einen Vermittlungsvorschlag des Arbeitsamtes bewerben, besteht das Vorurteil, dass dies nur auf Druck der Arbeitsverwaltung erfolgt

**Begriff: latenter Personalbedarf**

Als latenter Personalbedarf bezeichnet man den Bedarf des Unternehmens an neuen Mitarbeitern, der nicht offenkundig mit der Hilfe von Stellenausschreibungen etc. gedeckt wird, sondern durch andere (oft inoffizielle) Maßnahmen.

Mögliche Gründe für Arbeitgeber, offene Stellen nicht öffentlich auszuschreiben:

- Angst vor zu vielen Bewerbungen, die Arbeit und Kosten verursachen
- Viele Bewerber zu haben bedeutet auch, eine Menge Absagen versenden zu müssen; nicht

<sup>11</sup> Quelle: <http://www.christian-scheller.de/bewerberseiten/schriftbewerbung/grundlagen.htm>; 23.02.01; 01.15h

berücksichtigte Bewerber könnten verärgert reagieren und kommen als potentielle Kunden nicht mehr in Frage

- Bei öffentlicher Ausschreibung erwarten die Bewerber und Mitarbeiter ein gerechtes Auswahlverfahren und es wird schwieriger, Wunschkandidaten „durchzuboxen“
- Möglichkeiten moderner Arbeitsvermittlung und Personalrekrutierung sind dem Unternehmen nicht geläufig
- Umständliche Verfahren und unfreundliche Mitarbeiter sowie schlechte Erfahrungen mit den Vorschlägen des Arbeitsamtes lassen viele vor einer erneuten Einschaltung des Arbeitsamtes zurück schrecken

Unter **aktiven Bewerbungsstrategien** werden alle Aktionen eines Bewerbers verstanden, die darauf abzielen, eigeninitiativ auf sich aufmerksam zu machen, um auch dort als Bewerber berücksichtigt zu werden, wo offene Stellen nicht offensichtlich für jeden erkennbar sind.

Beispiele aktiver Bewerbungsstrategien wären:

- Aufgabe eines Stellengesuchs in der Zeitung oder in Internetstellenmärkten
- Veröffentlichung einer Bewerbungshomepage
- Initiativbewerbungen und Zielgruppenkurzbewerbungen
- Telefonaktionen, um freie Stellen selbständig zu ermitteln

### **Vorzüge aktiver Bewerbungsstrategien:**

- auch Stellen des latenten Personalbedarfs werden erschlossen
- weniger Konkurrenz als bei passiven Bewerbungsstrategien
- Engagement und Motivation werden demonstriert
- Neue / kreative Bewerbungsformen können eher zum Einsatz kommen

Letztendlich gilt es, für die erfolgreiche Bewerbung einen geeigneten Mix aus aktiven und passiven Selfmarketingstrategien zu entwickeln, um möglichst alle passenden Stellen des in Frage kommenden Arbeitsmarktes zu erschließen. Die wichtigsten Strategien (aber noch lange nicht alle) werden Sie im Verlauf dieser Veranstaltung kennen lernen.

### **4.3.3. klassische Bewerbung (Bausteine)**

An der klassischen Papierbewerbung kommt auch im Zeitalter von Multimedia kaum jemand vorbei. Sie ist Standard in Unternehmen und ihr formaler und inhaltlicher Anforderungskatalog garantiert die Vergleichbarkeit der Bewerber. Daher wird nachfolgend auf die typischen Bausteine, wie

- Anschreiben
- Lebenslauf
- Lichtbild
- Zeugnisse

ausführlich eingegangen. Auch relativ neue Elemente, wie das Deckblatt und eine Berufserfahrungs- und Weiterbildungsliste werden vorgestellt.

#### **4.3.3.1. Anschreiben**

##### **Aufbau eines typischen Bewerbungsanschreibens<sup>12</sup>**

Nachfolgend der schematisierte Aufbau eines typischen Bewerbungsschreibens und kurze Erläuterungen zu den einzelnen Elementen. Natürlich ist auch ein anderer Aufbau möglich. Es wird sich hier aber auf die geläufigste Variante beschränkt.

---

<sup>12</sup> Kaden, Klaus und Kästner, Gunter: „Fit für den neuen Job – Die richtigen Strategien für einen guten Einstieg“, Heyne- Business-Vergag, München 1999

# T@lentMarketing in der Arbeitsvermittlung

<b>Vor- und Familienname</b>	<b>Absender</b>	
<b>Straße Hausnummer</b>		
<b>PLZ Ort</b>		
<b>Tel:</b>		
<b>ggf. E-Mail-Adresse</b>		
*		
*		
*		
<b>Firmenname</b>	<b>Empfänger</b>	
<b>Ansprechpartner oder Personalabteilung</b>		
<b>Straße oder Postfach</b>		
*		
<b>PLZ Ort</b>		<b>Ort, Datum</b>
*		
*		
*		
<b>Betreffzeile</b>		
*		
*		
<b>Anrede</b>		
*		
<b>A</b> Einleitung und Begründung des Interesses am Arbeitsplatz und am Unternehmen		<b>Textkörper</b>
*		
<b>B</b> Kurzdarstellung der derzeitigen eigenen Situation (Schule, Fächer, Abschluss, Qualifikation, Position)		
*		
<b>C</b> Hobbys und besondere Stärken, Mobilität		
*		
<b>D</b> Schlusssatz mit der Bitte um eine persönliche Vorsprache		
*		
*		
<b>Grußformel</b>		
*		
<b>Unterschrift</b>		
*		
<b>Anlagen</b>		

**Allgemeine Form:** für eine Bewerbung empfiehlt sich schneeweißes Papier, das auf keine Fall geknickt oder gar gefaltet werden darf. Links sind 3-4 cm und rechts 2-3 cm Rand frei zu lassen (darauf wurde im vorliegenden Schema verzichtet).

**Absender:** Der Absender steht im Regelfall ganz oben links und es folgen die Adressdaten. Allerdings wäre es auch denkbar, ein eigenes Briefpapier mit einem eigenen Kopf zu verwenden; so lange es eine gewisse Dezenz aufweist und nicht zu aufdringlich wirkt. Im eigenen Interesse ist es wichtig, hier die Adresse anzugeben, unter der der Bewerber ständig erreichbar ist, damit dieser die Antworten und Aufforderungen, die durchaus sehr kurzfristig sein können, des Wunschernehmens auch erhält. Grundsätzlich sollte die eigene Telefonnummer direkt unter dem Absender angebracht werden, damit der Personalchef bei Rückfragen und kurzfristigen Anliegen nicht lange blättern muss und gleich zum Hörer greifen kann. Aus Gründen der Übersichtlichkeit, werden die Ziffern oft zu Zweierpaaren zusammen gefasst; nur Nullen stehen (halt wie im

richtigen Leben) allein. Nachfolgend ein paar Beispiele für die Angabe der Telefonnummer:  
 Tel: 0 12 34 - 56 0 78 9 0 oder ☎ 0 1 0 56 / 78 91 2 oder Fon: (0 12 3 0) 45 67 0 oder  
 Telefon: 0 53 74 / 12 34 56

Für welche Form sich der Bewerber letztendlich entscheidet, ist persönliche Geschmackssache. Denkbar wäre es natürlich auch, an dieser Stelle die E-Mailadresse unter zu bringen. Allerdings sollte daran gedacht werden, je mehr Zeilen im Kopfbereich verbraucht werden, desto weniger Platz steht im Anschreiben für den eigentlichen Text zur Verfügung. Daher reicht es auch vollkommen, die E-Mailadresse ausschließlich im Lebenslauf aufzunehmen.

# T@lentMarketing in der Arbeitsvermittlung

Da Handygespräche in Deutschland verhältnismäßig teuer sind, schreckt eine Handynummer eher vor einem Anruf ab. Um die Hemmschwelle einer Kontaktaufnahme möglichst gering zu halten, sollte auf eine solche verzichtet werden.

**Der Empfänger:** Bei der Empfängeradresse ist es wichtig, darauf zu achten, dass auf jeden Fall korrekte Angaben gemacht werden. Eine falsch geschriebene Adresse oder der inkorrekte Name eines Ansprechpartners können nicht nur dazu führen, dass die Bewerbung länger auf dem Postweg unterwegs ist und so Bewerbungsfristen eventuell nicht eingehalten werden, sondern vom Arbeitgeber Flüchtigkeit und mangelhafte Vorbereitung des Bewerbers unterstellt werden. Im schlimmsten Fall fühlt sich der Ansprechpartner, dessen Name falsch geschrieben wurde, persönlich beleidigt.

Wenn an ein Unternehmen geschrieben wird, gilt folgende Reihenfolge:

- zuerst der Firmenname
- in die nächste Zeile die Zweigstelle oder Filiale (sofern bekannt)
- und/oder die Abteilung
- danach der zuständige Bearbeiter/Ansprechpartner (sofern bekannt)
- darauf die Straße oder das Postfach
- es folgt eine Leerzeile
- schließlich die Postleitzahl und der Ort

## Beispiele:

Ätztech GmbH Zweigstelle Kirchhain Frau Manuela Meier Marktplatz 17  12345 Kirchhain	Murkmann AG Personalabteilung Postfach 12 34 56  12345 Waldtal
---	--

Hinweis: Die Abkürzung z.H. oder gar z.Hd. vor dem Ansprechpartner wirkt altmodisch und wird daher immer öfter weggelassen.

Bei kleineren Firmen kann auch direkt an den Inhaber adressiert werden:

Herrn Bäckermeister Klaus Matschbrodt Feldweg 23  38547 Calberlah	Frau Rechtsanwältin Jutta Bitterschritt Molkereistraße 13  38518 Gifhorn
---	--

**Der Betreff:** Das Wort Betreff oder dessen Abkürzung wird selber nicht mehr geschrieben. Hier einfach den Grund des Schreibens nennen, wobei zwei Zeilen nicht überschritten werden sollten. Gab es bereits vorher mit dem Arbeitgeber Kontakt, kann dies hier vermerkt werden.

## Beispiele:

### **Bewerbung um einen Ausbildungsplatz als Bürokaufmann**

Unser Telefonat vom 13. August 2000

### **Ihre Anzeige in der "Braunschweiger Zeitung" vom 07.10. 2000**

Vertriebsmitarbeiter in der Filiale Braunschweig gesucht

### **Ihr Stellenangebot im Stelleninformationsservice vom 13.12.00**

Verstärkung des Teams um einen flexiblen Exportsachbearbeiter

# T@lentMarketing in der Arbeitsvermittlung

Um den Betreff des Briefes hervor zu heben, können die Zeilen auch in fettem Druck dargestellt werden.

**Die Anrede:** Die Wendung "Sehr geehrte Damen und Herren" als Begrüßung ist durchaus üblich und sachlich korrekt. Allerdings wirkt diese auch sehr unpersönlich.

Ist der Ansprechpartner bekannt, sollte dessen Namen auch direkt in der Anrede auftauchen, damit sich dieser persönlich angesprochen fühlt; also...

**Sehr geehrte Frau Schreckschraub,  
Sehr geehrter Herr Knittrig,**

Oft steht der zuständige Mitarbeiter in der Stellenanzeige bzw. dem Stellenangebot; ansonsten kann dieser im Regelfall mit der Hilfe eines kurzen Anrufs erfragt werden.

Achtung:

Achten Sie unbedingt auf die korrekte Schreibung der Namen. Ein falsch geschriebener Name (und sei er für einen orthografisch normal begabten Menschen auch noch so schwer nachvollziehbar) wirkt auf dessen Träger fast wie eine persönliche Beleidigung!

Formulierungen wie "Liebe Personalverwaltung" oder "Hallo Herr Uralt" wirken zwar sehr frisch, werden aber von vielen Personalverantwortlichen (insbesondere in der deutschen Firmenkultur) als plumpe Vertraulichkeit angesehen und die Bewerbung erhält Punkteabzug. Die Wendung "Guten Tag Herr *Treudoof*" wird seltener verwendet; ist mittlerweile aber durchaus akzeptabel - ganz im Gegenteil - durch die seltene Verwendung kann man hier vielleicht noch den einen oder anderen Innovativ-Pluspunkt einheimsen.

**Textkörper A:** Das Schreiben sollte immer mit einer nicht mehr als zwei Sätze umfassenden Begründung der Bewerbung beginnen.

**Textkörper B:** Es folgt eine Kurzdarstellung der eigenen Situation. Der Bewerber gibt hier relevante Schul- und Studienabschlüsse und berufliche Qualifikationen an. Die eigenen Fertigkeiten sollten in enger Anlehnung an das Stellenangebot dargestellt werden. Dabei erfolgt eine Konzentration auf das Wesentliche. Hier geht es darum, dem Betrieb zu zeigen, dass der Bewerber den Anforderungen des Unternehmens und der ausgeschriebenen Stelle gerecht wird. Zudem gilt es, hervor zu heben, was dafür spricht, diesen Bewerber den anderen bei der Besetzung der Stelle vorzuziehen.

**Textkörper C:** Hier ist eine Schilderung des Bewerbers hinsichtlich seiner Erwartungen an den Betrieb und sein künftiges Aufgabenfeld sinnvoll. Er sollte in diesem Zusammenhang schildern, was er bereit und der Lage ist, für den Betrieb zu leisten (Motivation zeigen).

**Textkörper D:** Im Satzsatz sollte nochmals das Interesse an der ausgeschriebenen Stelle bekundet werden. Der Bewerber sollte in diesem Zusammenhang den Personalverantwortlichen direkt mit Namen ansprechen und geschickt um einen Vorstellungstermin werben.

**Grußformel:** Ein abschließender Gruß gehört zum guten Ton und sollte keinesfalls vergessen werden. Üblich ist ein "Mit freundlichen Grüßen" und auch "Auf Wiedersehen" wird mittlerweile akzeptiert.

Wendungen wie "Hochachtungsvoll" oder "Ergebenst" sind veraltet und zeugen von übertriebener Unterwürfigkeit. Sie werden nicht gerne gesehen.

Zu persönlich sollte der Bewerber allerdings auch nicht werden: "Viele liebe Grüße" und "Mit herzlichem Gruß" zeugen für eine für das Berufsleben unangebrachte Intimität des Schreibens. Einen interessanten Vorschlag macht der kostenlose Bewerbungsratgeber der Sparkassen. Bewerber von außerhalb könnten die übliche Wendung wie folgt ergänzen: "Mit freundlichen

# T@lentMarketing in der Arbeitsvermittlung

Grüßen aus Mannheim" oder "Mit freundlichen Grüßen nach Bochum". Diese Vorgehensweise wirkt noch innovativ, da sie selten verwendet wird.

**Unterschrift:** Der Bewerber unterschreibt das Anschreiben immer mit Ihrem vollen Vor- und Zunahmen und achtet dabei auf eine gut leserliche Schrift. Eine "krakelige" bzw. unleserliche Unterschrift lässt viele Personalverantwortliche auf mangelhafte charakterliche Eigenschaften schließen (Obwohl dies absoluter Unsinn ist, sollten Sie beherzigen, dass das für viele Personalverantwortliche eine ungeschriebene Regel darstellt; außerdem macht eine leserliche Unterschrift wirklich einen besseren allgemeinen Eindruck).

Üblich ist für die Unterschrift königsblaue Tinte. Vermeiden Sie auf jeden Fall emotionsbeladene Farben, wie rot und schwarz!

**Anlagen:** Auf die Anlagen kann allein durch die Nennung des Wortes Anlagen verwiesen werden. Eine Aufzählung sämtlicher Unterlagen ist im Regelfall nicht erforderlich, da dies gerade bei einer umfangreicheren Erwerbsbiographie eine Menge Platz beansprucht, der wesentlich sinnvoller für den eigentlichen Bewerbungstext verwendet werden kann.

**So könnte mittels Aufzählung auf die Anlagen verwiesen werden:**

<b>Anlagen:</b> Lebenslauf mit Lichtbild 3 Zeugniskopien Teilnahmebescheinigung Word-Kurs	<b>Anlagen:</b> Lebenslauf mit Lichtbild 3 Zeugniskopien 1 Arbeitsprobe
--	---

## 4.3.3.2. Für Optik und Übersichtlichkeit: Das Deckblatt

Immer mehr Bewerber sind dazu über gegangen, dem Anschreiben ein Deckblatt folgen zu lassen, auf welchem das Bewerbungsfoto angebracht und das die nachfolgenden Unterlagen in Ihrer Reihenfolge auflistet.

## Beispiel:

### Anlagen zur Bewerbung von Jutta Brestovci



### Nachfolgen finden Sie diese Unterlagen:

- **Tabellarischer Lebenslauf**
- **Prüfungszeugnis (Abschluß als Bürokauffrau)**
- **Zwischenbeurteilung über die Tätigkeit als Sekretärin bei der DAT AG**
- **Arbeitszeugnis der DAT AG**
- **Nachweis über Weiterbildungskurs in elektronischer Datenverarbeitung bei der DAG Akademie**

Das Deckblatt ist eher ein optisches Gestaltungselement. Durch dieses kommt das Bewerberfoto besser zur Geltung, da das Deckblatt nicht wie der Lebenslauf voll von Informationen ist.

Zudem kann der Empfänger die Art und Reihenfolge der noch folgenden Unterlagen gut nachvollziehen.

Noch nicht viele Bewerber versenden solche Deckblätter, so dass ggf. durch diesen „Innovationsvorteil“ Neugierde geweckt wird.

### 4.3.3.3. Lebenslauf und Lichtbild<sup>13</sup>

#### Daten für den Lebenslauf

Diese Daten sind fester oder wahlfreier Bestandteil eines jeden Lebenslaufs. Notieren Sie sich Ihre Angaben zunächst auf einem gesonderten Papier, das Sie als Konzept für Ihren Lebenslauf verwenden können.

#### Persönliche Angaben

- Name
- Geburtsname (bei Frauen)
- Vorname
- Ausgeübter Beruf (kann im Lebenslauf genannt werden)
- Straße, Ort (kann auch nur auf Deckseite oder im Anschreiben stehen)
- Telefonnummer (kann auch nur auf Deckseite oder im Anschreiben stehen)
- Geburtsdatum, Geburtsort
- Staatsangehörigkeit (bei abweichender Staatsbürgerschaft zum entsprechenden Land)
- Religion\*
- Politische Gesinnung\*
- Familienstand
- Kinder: Zahl und Alter (nach Wunsch)

\* nur bei Tendenzbetrieben

<sup>13</sup> Quelle: <http://www.agentur-lion.de/Tipps/Bewerbungsunterlagen/bewerbungsunterlagen.html>  
[Homepage der Bewerberagentur LION in Mannheim]; Stand 25.02.01; 23.12h

# T@lentMarketing in der Arbeitsvermittlung

Zusätzlich: nur für Schulabgänger (nicht zwingend):

- Name, Beruf des Vaters
- Name, Beruf der Mutter
- Name, Alter, (Beruf) der Geschwister

## Schulbildung

- Von/bis (Zeitraum: Monat/Jahr)
- Schultypen (beispielsweise Hauptschule, Realschule, Gymnasium)
- Name der jeweiligen Schule (beispielsweise Pestalozzi-Schule)
- Standort der jeweiligen Schule
- Schulabschluss

Beispiel: 08/1972 – 06/1981 Staatl. Leininger Gymnasium, Grünstadt/Pfalz: Allgemeine Hochschulreife

**Wehr-/Zivildienst** (Muss nicht angeführt werden, kann aber interessant sein, je nachdem ob es passt. Auch bei einer Bewerbung um einen Ausbildungsplatz sinnvoll.)

- Von/bis (Zeitraum: Monat/Jahr)
- Art des Wehr- bzw. Zivildienstes
- Institution/Kaserne
- Ort
- Funktion

## Praktika

- Von/bis (Zeitraum: Monat/Jahr oder auch in diesem Fall: Tag/Monat/Jahr)
- Art des Praktikums
- Institution/Unternehmen
- Ort

## Berufsausbildung

- Von/bis (Zeitraum: Monat/Jahr)
- Unternehmen/Institution
- Standort des Unternehmens/der Institution
- Abschluss (beispielsweise: Groß- und Außenhandelskauffrau)

## Hochschulbildung

- Von/bis (Zeitraum: Monat/Jahr)
- Name/Art der Hochschule
- Standort der Hochschule
- Fächer
- Studienschwerpunkte
- Thema der Abschlussarbeit/Dissertation
- Evtl. Gesamtabchlussnote

## Berufstätigkeit

- Von/bis (Zeitraum: Monat/Jahr)
- Unternehmen/Institution
- Standort des Unternehmens
- Funktion

## Weiterbildung

- Von/bis (Zeitraum: Monat/Jahr)
- Institution
- Standort der Institution
- Abschluss

## Besondere Kenntnisse

Unter dem Punkt "Besondere Kenntnisse" können Sie alle Spezialkenntnisse, die Sie sich im Laufe der Zeit angeeignet haben, zusammentragen (beispielsweise: EDV-Kurse, Rhetorikkurse, Sprachkurse usw.). Überfrachten Sie diesen Punkt nicht zu sehr. Entscheiden Sie sich, welche Kenntnisse für die jeweilige Stelle relevant sein könnten.

## Hobbys und Interessen

Hobbys und Interessen haben im Lebenslauf eher eine untergeordnete Funktion. Wenn Sie wollen, gehen sie auf Ihr sportliches, soziales oder künstlerisches Engagement ein. Gut ist es, wenn ein Hobby zum Beruf passt: *Reisen – Reiseverkehrskauffrau*. Sehr gut macht sich auch ein Ehrenamt.

## Daten aus der Quelle bearbeiten

Sie müssen versuchen, soviel Information wie möglich aus der Quelle zu ziehen, die Sie für Ihre Bewerbung benutzen. Lesen Sie beispielsweise die Anzeige ganz sorgfältig durch und suchen Sie die wichtigsten Eigenschaften und Fähigkeiten heraus, die sich der Arbeitgeber beim Idealkandidaten wünscht. Überprüfen Sie, inwieweit sich das geforderte Profil mit Ihren Voraussetzungen deckt. Das ist deshalb so wichtig, damit Sie sich nicht an den Vorstellungen des Arbeitgebers "vorbei bewerben".

## Das Bewerbungsfoto

Ihr Foto spielt bei Bewerbungen eine wichtige Rolle. Da der Personalentscheider Sie in den wenigsten Fällen kennt, wird er sich auch anhand des Fotos ein Bild von Ihrer Person machen. Leider ist der Eindruck, der über ein Foto vermittelt wird, höchst subjektiv. Deshalb ist es empfehlenswert, wenn Sie sich an ein Fotostudio wenden, das sich nicht nur auf Fotografie, sondern auch auf Imageberatung versteht. ...

Diese Punkte sollten Sie bei der Erstellung Ihrer Bewerbungsfotos beachten:

- Benutzen Sie niemals Privatfotos. Auch wenn Sie denken, dass das Foto von ihrem letzten Geburtstag besonders gelungen ist - es eignet sich nicht für Ihre Bewerbungsunterlagen.
- Automatenfotos sollten Sie noch nicht einmal im Notfall verwenden. Die schlechte Ausleuchtung und die teilweise geschmacklosen Hintergründe tragen nicht dazu bei, dass Sie sich in den Personalbüros Freunde zu machen.
- Auch Fotografen bieten Schnellfotos an. Die Qualität dieser Fotos ist zwar in der Regel besser als die er Automatenfotos, leider kann man sie aber nicht nachmachen lassen.
- Wählen Sie möglichst keine knalligen Farben und wilden Muster für Ihr Bewerbungsfoto.
- Kleiden Sie sich dem Berufsstand gemäß (allerdings sollten Sie sich nicht in einem Arbeitskittel ablichten lassen). Ihre Garderobe und Sie selbst sollten gepflegt aussehen.
- Tragen Sie nicht zu viel Schmuck, einige wenige Stücke genügen.
- Geschulte Personalentscheider können aus den feinen Linien und Falten in Ihrem Gesicht auf bestimmte Wesensmerkmale schließen. Auch die Richtung der Mundwinkel gibt Aufschluss über die Persönlichkeit des Bewerbers. Ein gutes Fotostudio wird bei einem Bewerbungsfoto darauf achten, dass negative Merkmale nicht allzu markant in das Gesicht des Bewerbers geschrieben sind.
- Informieren Sie den Fotografen über den Zweck der Fotografien. Er wird sich in Format und Ausführung an der Nutzung orientieren.
- Schwarzweißfotos sind eine gute Lösung für Bewerbungsfotos (besonders bei Menschen, die beruflich schon "ihren Mann oder ihre Frau" gestanden haben). Bei Schwarzweißfotos ist die Gefahr der Ablenkung am geringsten. Jungen Menschen empfehlen wir eher die Wahl eines Farbfotos.

### 4.3.3.4. Berufserfahrungs- und Weiterbildungsliste

Mittlerweile sind einige Bewerber dazu über gegangen, auf einer separaten Seite, die dem Lebenslauf folgt, alle praktischen berufliche Erfahrungen in einer Liste detailliert aufzuführen, die

# T@lentMarketing in der Arbeitsvermittlung

für die Position, um die sie sich bewerben, relevant sind. Der Arbeitgeber kann sich damit ein differenziertes Bild der Berufserfahrungen und Kenntnisse aus Weiterbildung machen. Geeignet ist diese Liste daher eher für Bewerber, die auf umfangreiche Berufserfahrungen zurückblicken können und weniger für Berufsanfänger.

Die Gestaltung ähnelt der des tabellarischen Lebenslaufs. Stichwortartig sollten auf einer DIN A4 – Seite, gegliedert nach Schlüsselbereichen, die Qualifikationen aufgeführt werden.

## **Achtung!**

In der Berufserfahrungsliste geht es um praktisch ausgeübte Tätigkeiten und Erfahrungen! Sie sollen hier nicht ihre fachlich erworbenen Kenntnisse anführen – das geschieht bereits im Lebenslauf und ist im Wesentlichen durch Kopien der Qualifikationsnachweise belegt.

Bei der Weiterbildungsliste werden fachlich erworbene Kenntnisse und Fertigkeiten im Rahmen außerbetrieblicher Weiterbildung aufgeführt. Bei umfangreicher Weiterbildung kann dies auch auf einer separaten Seite geschehen. Allerdings sind nur berufsrelevante Kurse aufzuführen. Der Hinweis auf den Besuch des KVHS-Kurses „Zur besseren Partnerschaft durch Kamasutra“ mag den Arbeitgeber zwar unterhalten, lässt aber für die meisten Berufe keinen Rückschluss auf berufsrelevante Kenntnisse und Fertigkeiten zu.

In die Weiterbildungsliste gehören der Titel der Veranstaltung, der Name des Veranstalters, der Ort, das Jahr und die Dauer der Teilnahme.

*Beispiel für eine solche Liste von Hans Einkäufer, der lange Zeit als Wohnungsmakler und leitender Angestellter in einer Immobilienfirma tätig war und demnächst die Umschulung zum Webautor beendet. Er möchte sich bei einer Firma, die auf Überlassung und Anwerbung von IT-Fachleuten spezialisiert ist, als Personaldisponent bewerben:*

## Berufserfahrungs- und Weiterbildungsliste: Hans Einkäufer

### **Wohnungsmakler bei der Wohnungsbaugenossenschaft Kellerloch eG (1984 – 1990)**

#### **Sachbearbeitung:**

- Pflege und Datenbestandsaktualisierung der Mieterkartei mit der Hilfe der Datenbankanwendung S-HIT
- Entwurf und Verwaltung neuer so wie laufender Mietverträge
- Ausgestaltung von Anträgen für Neubauten

#### **Kundenbetreuung und Außendienste:**

- Akquise neuer Mieter und Beratungsgespräche sowie Wohnungsbegehungen
- Verhandlungen und Vertragsabschlüsse mit Baufirmen und Instandsetzungsfirmen

#### **Erfolge:**

- Umstellung der Mietkarteiverwaltung auf moderne EDV
- Verbesserungsvorschlag: Anschaffung einer Anrufbeantworteranlage für die Kundenakquise zur Verbesserung der Erreichbarkeit

### **Leitender Angestellter bei der Wohn-Plan AG (1990 – 1998)**

# T@lentMarketing in der Arbeitsvermittlung

<b>Personalwesen:</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Betreuung und Beratung Personalangelegenheiten des 40 Personen umfassenden Mitarbeiterstamms</li><li>▪ Fertigung von Mitarbeiterbeurteilungen und Führung von Personalgesprächen</li><li>▪ Vorbereitung und Durchführung von Einstellungsgesprächen</li></ul>
<b>Öffentlichkeitsarbeit:</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Herausgabe der monatlichen Info-Schrift „Wucher“ für Mieter der Wohn-Plan AG</li><li>▪ Gestaltung und Platzierung von Anzeigen in der regionalen und überregionalen Medien</li><li>▪ Erstellung und Auswertung von Verkaufs- und Mietstatistiken</li></ul>
<b>Erfolge:</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Realisierung von 6 kostenneutralen Neueinstellungen durch Nutzung von Förderleistungen des Arbeitsamtes</li><li>▪ Einführung des TQM-Systems in der Personalverwaltung</li><li>▪ Platzierung eines zweiseitigen Beitrages über ökologisch sinnvollen Wohnungsbau anhand des Beispiels „Wohnanlage Strohdach“</li></ul>
<b>Weiterbildung:</b>	
<b>„Umschulung zum Webautor“ (1999 – 2001)</b>	
<b>Träger:</b>	Düsseldorfer-Oswald-Ohrn-Fortbildungsinstitut (DOOFi) in Düsseldorf
<b>Erworbene Kenntnisse:</b>	
- Programmiersprachen	HTML, Java und Java-Script
- Internetprogramme	MS-Frontpage 97; Flash 4.0
- Bildbearbeitung	CorelDraw 9.0; PaintShop Pro; Ulead Gif Animator

## Vorzüge der Berufserfahrungs- und Weiterbildungsliste:

- 👉 Individuelle Stärken und Qualifikationen können hervor gehoben werden
- 👉 der Lebenslauf und das Anschreiben können kurz und prägnant gehalten werden
- 👉 auch nebenberuflich oder in ehrenamtlich erworbene Erfahrungen können einfließen und breit dargestellt werden
- 👉 Insbesondere durch Angabe von Weiterbildung und Nebenjobs können Arbeitslose und Personen, die lange Zeit wegen Kindesbetreuung aus dem Erwerbsleben ausgeschieden sind, demonstrieren, dass durchaus noch verwertbare berufliche Kenntnisse vorhanden sind und sich beständig darum bemüht wurde, den Anschluss an das Berufsleben nicht zu verpassen.

## 4.3.3.4. Zeugnisse und andere Nachweise

Dem Anschreiben und dem Lebenslauf (und ggf. der Berufserfahrungs- und Weiterbildungsliste) müssen selbstverständlich entsprechende Nachweise folgen, welche die zuvor gemachten

Angaben reflektieren. Dies geschieht im Regelfall in Form von Kopien, da ansonsten die Gefahr besteht, dass die Originale verloren gehen.

Auch eine (oft kostenpflichtige) Beglaubigung der Kopien ist nur erforderlich, wenn dies ausdrücklich vom Arbeitgeber gefordert wird; aber dies verlangen im Regelfall lediglich noch einige Arbeitgeber des öffentlichen Dienstes.

Zeugnisse sind in chronologischer Folge, wobei das aktuellste Zeugnis jeweils oben auf liegt, anzuordnen. Auf die Zeugnisse folgen alle anderen Nachweise, ebenfalls wieder in chronologischer Folge, wie z.B. Teilnahmebescheinigungen über Weiterbildungskurse.

Im Regelfall gehören folgende Unterlagen als Kopie in die Bewerbung:

## bei Ausbildungsplatzsuchenden:

- die letzten drei Zeugnisse
- ggf. Praktikazeugnisse
- ggf. Entlassungsschein aus Wehr- oder Zivildienst (auch Zivis können von ihrer Dienststelle auf Anfrage eine schriftliche Beurteilung ihrer Leistungen erhalten; sofern diese gute Leistungen bescheinigt, lohnt es sich immer, diese beizufügen)
- ggf. Teilnahmebescheinigungen an freiwilligen Kursen
- Bescheinigungen über ehrenamtliche Tätigkeiten

## alle anderen Bewerber:

- Schulabschlusszeugnis oder Hochschulabschluss etc.
- Arbeitszeugnisse und abschließende Beurteilungen
- Nachweise über außerbetrieblich erworbene Qualifikationen
- Bescheinigung über ehrenamtliche Tätigkeiten

**Tip:** Haben Sie eine Diplomarbeit, Referat oder Aufsatz geschrieben, die inhaltlich mit für den künftigen Arbeitgeber relevanten Themenbereichen übereinstimmt, dann sollten Sie auch hiervon Kopien beifügen (allerdings nicht die komplette Doktorarbeit mit 600 Seiten Umfang; wählen Sie Schwerpunkte bzw. Highlights aus!).

Auch, wenn in Protokollen oder der Presse Berichte über ihre Arbeit bzw. Projekte veröffentlicht wurden, lohnt es sich darüber nachzudenken, ob diese nicht als Anlage beigefügt werden sollten.

## 4.3.3.6. Die häufigsten Fehler in der schriftlichen Bewerbung<sup>14</sup>

### Allgemeine Fehlerquellen

- ☒ Rechtschreib-, Stil- und Zeichensetzungsfehler deuten auf Oberflächlichkeit und Desinteresse. Daher Bewerbungsunterlagen immer von einem Dritten vor der Versendung auf Fehler und offensichtlich schlechten Stil durchchecken lassen
- ☒ mangelhafte Qualität des verwendeten Materials deutet auf Schlampigkeit; dazu gehören:
  - Flecken, und Eselsohren
  - schlechte Fotokopien
  - billiges Papier, schlechte Ausdrücke und sichtbar mehrfach verwendete Materialien
- ☒ doppelseitige Kopien oder Schriftstücke, was zwar Porti spart, es aber dem Empfänger nicht ermöglicht, die einzelnen Schriftstücke für eine bessere Übersicht nebeneinander zu legen
- ☒ lose und unsortierte Blattsammlungen, bei denen erst lange sortiert werden muss, um den Überblick zu behalten

---

<sup>14</sup> Quelle: <http://www.christian-scheller.de/bewerberseiten/schriftbewerbung/todsuenden.htm>; Stand: 24.02.01, 23.00h

# T@lentMarketing in der Arbeitsvermittlung

- ✘ unfrankierte oder zu gering frankierte Umschläge, bei denen der Empfänger Nachporto zahlen muss; daher Unterlagen bei der Post immer wiegen und dort gleich frankieren lassen
- ✘ falsche oder unvollständige Adresse auf dem Umschlag zeigt, dass sich über den Betrieb nicht richtig informiert wurde oder der Brief ist gar länger unterwegs und Fristen können nicht eingehalten werden
- ✘ Verwendung von "TippEx", Streichungen und sonstigen nachträglichen Korrekturen und offensichtlichen nachträglichen Veränderungen, was von Nachlässigkeit und mangelnder Einsatzbereitschaft zeugt
- ✘ fehlende bzw. unvollständige Anlagen erwecken den Eindruck, der Bewerber hätte etwas zu verbergen
- ✘ Versand von Originalunterlagen, wenn es nicht unbedingt vorher gefordert wurde

## Fehler im Anschreiben

- ✘ handgeschriebene oder mit einer veralteten Schreibmaschine verfasste Anschreiben, suggerieren Unfähigkeit, mit den üblichen Büroarbeitsmitteln umgehen zu können
- ✘ Massensendungen von unpersönlichen, nicht auf den spezifischen Betrieb abgestimmten Schreiben mit Standardtexten
- ✘ Verwendung eines falschen bzw. veralteten Datums, was darauf hindeutet, dass Bewerbungen "auf Vorrat" geschrieben
- ✘ Verwendung der Formel "Sehr geehrte Damen und Herren", wenn es einen spezifischen Ansprechpartner gibt
- ✘ Fehler bei der Schreibung des Firmennamens oder des Ansprechpartners, demonstriert Desinteresse und eventuell fühlt sich der Ansprechpartner gar persönlich gekränkt
- ✘ fehlende Betreffzeile
- ✘ den aller ersten Satz mit "Ich" anfangen bzw. dauernd Sätze mit "Ich" beginnen; ist unhöflich und zeugt von Egozentrik
- ✘ zu viele biographische Angaben im Anschreiben, die überflüssig sind, da diese Punkte bereits im Lebenslauf genannt sind
- ✘ der Text gleicht inhaltlich dem der Stellenanzeige des Unternehmens; Abschreiben kann jeder, viel mehr geht es darum, zu schildern, wie man dem Anforderungsprofil aus der Stellenanzeige gerecht werden kann
- ✘ Verwendung von inhaltsleeren Schlagwörtern und Floskeln, wie z.B. "Ich bin motiviert, elanvoll sowie offen und daher genau der richtige Mann für Sie!"
- ✘ Verwendung offensichtlicher Übertreibungen und durchschaubarer Unwahrheiten
- ✘ kein konkreter Bezug auf die Stelle, d.h. auf das Anforderungsprofil und wie man diesem gerecht werden will, wird nicht eingegangen
- ✘ falsche oder veraltete Berufsbezeichnungen weisen darauf hin, dass sich über den Beruf nicht richtig informiert wurde
- ✘ Ungereimtheiten zwischen Angaben im Anschreiben und im Lebenslauf, was nicht gerade zur Glaubwürdigkeit beiträgt
- ✘ Überschreitung von maximal zwei Seiten (besser immer nur eine!), da der Empfänger schnell die wesentlichen Informationen heraus filtern will und keine Zeit für Romane hat.
- ✘ fehlende Gliederung und zu wenig Absätze zwischen den einzelnen Abschnitten, wodurch der Text schwerer zu lesen bzw. zu erfassen ist
- ✘ fehlende handschriftliche Unterschrift zeugt von Flüchtigkeit
- ✘ Verwendung veralteter bzw. archaisch klingender Wendungen, wie "hochachtungsvoll", "diesbezüglich" und "ergebenst"
- ✘ Aufzählung jeder einzelnen Anlage

## Fehler im Lebenslauf

- ☒ zeitliche Lücken und fehlende berufliche Kenntnisse suggerieren, dass der Bewerber etwas Unangenehmes zu verbergen hat
- ☒ Nichtübereinstimmung der Daten im Lebenslauf mit denen im Anschreiben und den beigefügten Anlagen, zeugt von Ungenauigkeit bei der Zusammenstellung der Unterlagen oder gar dem Versuch, gewisse Einzelheiten "zu vertuschen"
- ☒ Aufführung von für den Arbeitgeber irrelevanter Informationen, wie z.B. Mitgliedschaft im "Fix- und Foxi-Club" oder Tod der Großeltern
- ☒ fehlendes oder gar falsches Datum auf dem Lebenslauf lässt auf Ungenauigkeit und Massensendungen schließen
- ☒ zu langer und unübersichtlicher Lebenslauf (maximal ein bis zwei Seiten)
- ☒ fehlende Unterschrift auf dem Lebenslauf
- ☒ mehr Platz für Hobbys als für Berufserfahrungen (eine Ausnahme bilden hier nur Bewerbungen um einen Ausbildungsplatz, da hier im Regelfall noch keine Berufserfahrung vorhanden ist)
- ☒ Schilderung von Partei- oder Religionszugehörigkeit (mit Ausnahme bestimmter Betriebe)
- ☒ Vernachlässigung außerberuflich erworbener Fertigkeiten und Kenntnisse, die für einen Arbeitgeber interessant sein könnten (Computererfahrung, Sprachen, Umgang mit Menschen etc.)

## Fehlerquellen hinsichtlich des Passbildes:

- ☒ Verwendung von sichtbar bereits mehrfach benutzten Bewerbungsfotos zeugt von Nachlässigkeit
- ☒ fest aufgeklebtes Bewerbungsfoto, das von den Unterlagen nicht losgelöst werden kann (lieber Fotoecken verwenden und auf die Rückseite des Bildes den Namen schreiben)
- ☒ mit einer Büroklammer angestecktes oder gar angetackertes Foto, da dieses dadurch knickt oder beschädigt wird
- ☒ lose in den Umschlag eingeworfenes Foto
- ☒ Verwendung von Automatenbildern, da diese qualitativ häufig mangelhaft sind und den Bewerber nicht gerade "im besten Licht" zeigen
- ☒ Urlaubsbilder als Bewerbungsfotos, was unprofessionell wirkt

## 4.3.4. Sonderformen: Initiativbewerbung und Zielgruppenkurzbewerbung

Das Versenden von Initiativbewerbungen zählt zu den aktiven Bewerbungsstrategien. Der Bewerber weiss beim Versenden der Unterlagen nicht, ob das Unternehmen eine freie Stelle für ihn hat – sie ist eine Bewerbung auf Verdacht. Dabei versendet der Bewerber einen kompletten Satz seiner Unterlagen an Arbeitgeber, die möglicherweise geeignete Stellen zu bieten haben.

### Initiativbewerbung als aktive Bewerbungsstrategie:

#### Vorzüge:

- der Bewerber beweist Engagement und Motivation
- Stellen des latenten Personalbedarf werden berücksichtigt
- auch wenn aktuell keine Stellen zu besetzen sind, gibt es in vielen Betrieben Vormerk- oder Wartelisten und der Bewerber erhält ggf. später eine Chance

#### Gefahren:

- Betriebe könnten sich durch die unaufgeforderte Bewerbung „belästigt“ fühlen
- Großer Aufwand und hohe Kosten bei ungewissem Ausgang

# T@lentMarketing in der Arbeitsvermittlung

Eine Sonderform der Initiativbewerbung ist die Zielgruppenkurzbewerbung (ZKB), die in großer Zahl an potentielle Arbeitgeber versendet wird.

<b>Zielgruppen</b>	Richtet sich an eine breite Gruppe von Arbeitgebern, die alle das gleiche bzw. ein ähnliches Problem haben und für das der Bewerber den geeigneten „Problemlöser“ darstellt.
<b>Kurz</b>	Hier werden nicht komplette Unterlagen an das Unternehmen versendet, sondern 1-2 Seiten (in kleinem Umschlag) mit Anschreiben und Lebenslauf (und ggf. Berufserfahrungs- und Weiterbildungsliste).
<b>Bewerbung</b>	Genau wie bei einer umfangreichen Bewerbung ist das Ziel die Einladung zu einem Vorstellungsgespräch oder zumindest das Interesse des Arbeitgebers so weit zu wecken, dass er weitere Unterlagen anfordert.

Die Versendung einer Zielgruppenkurzbewerbung erfordert eine sehr umfangreiche und akribische Vorarbeit. Der Bewerber muss...

- seine eigenen Stärken heraus gearbeitet haben und seine Problemlösungskompetenz auf bestimmten Gebieten genau kennen
- die Arbeitgeber bzw. Branchen, die ein Interesse an der Problemlösungsfähigkeit des Bewerbers haben, genau kennen
- und Anschriften sowie die Namen der Ansprechpartner in den Firmen genau recherchiert haben

Im Grunde ähnelt die ZKB in Inhalt und Aufbau einem Stellengesuch in einer Tageszeitung oder in einem Stellenmarkt im Internet, mit dem Unterschied, dass hier sehr viel ausführlicher die Vorzüge des Bewerbers aufgezeigt werden.

## Die typischen Elemente der ZKB sind:

- 👉 Absenderangaben (möglichst mit E-Mailadresse)
- 👉 Anschrift des Empfängers
- 👉 Eine aussagekräftige Headline (von Betreff soll hier keine Rede sein! Die Headline ähnelt einer Zeitungsüberschrift; sie soll die Kernaussage der Bewerbung beinhalten und den Leser neugierig auf den weiteren Text machen. Sie muss klar erkennen lassen, für welches Problemfeld der Bewerber die Lösung parat hat)
- 👉 Klare Aussagen darüber, wer der Bewerber ist und was er kann:
  - ✓ relevante Berufserfahrung
  - ✓ Spezialgebiete
  - ✓ besondere Qualifikationen
- 👉 kurz und knappe Aussage, was der Bewerber will (angestrebte Position)
- 👉 Möglichkeiten des Arbeitgebers Kontakt aufzunehmen (z.B. E-Mail)

Beispiele für Aussage kräftige Headlines:

<b>Personalsachbearbeiter mit Erfahrung im BAT – Recht und im Umgang mit SAP R3 hilft beim Aufbau elektronischer Mitarbeiterdatenbanken</b>
<b>Chefsekretärin mit sehr guten Fremdsprachenkenntnissen in Englisch, Französisch und Niederländisch sucht Stellung in international tätigem Betrieb</b>
<b>Ehemaliger Arbeitsvermittler mit umfangreichen Kenntnissen im Förderrecht sucht Anstellung in der Zeitarbeit und überprüft Neueinstellungen auf Fördermöglichkeiten</b>
<b>Screendesigner hilft bei der Gestaltung Ihres Intra- bzw. Internetauftritts</b>

## Formen der Zielgruppenkurzbewerbung:

Der klassische Weg, auf dem eine Zielgruppenkurzbewerbung zum Arbeitgeber gelangt, ist der **Postweg**.

Aber auch die **E-Mail** scheint hier ein geradezu geeignetes Medium, um kostengünstig eine große Zahl von ZKB zu versenden. Allerdings sollte jede Bewerbung individuell für den jeweiligen betrieb verfasst und an den spezifischen Ansprechpartner gerichtet werden. Auf keinen Fall darf der Eindruck einer Massensendung entstehen (keinen Verteiler für eine einzige Mail anlegen und diese an mehrere hundert Empfänger versenden!). Ansonsten sind die üblichen Punkte, die für Bewerbungs-E-Mails gelten, zu beachten.

Auch das **FAX** ist für ZKB gut geeignet, da nur 2-3 Seiten versendet werden. Allerdings sollte darauf geachtet werden, dass keine zu kleine Schriftart verwendet wird, da die Qualität einiger Faxgeräte zu wünschen übrig lässt und auch auf ein Photo sollte verzichtet werden, da Grafiken von Faxgeräten nicht gut wieder gegeben werden.

## Tipps aus der Praxis:

- Einige Arbeitsvermittler haben Listen mit potentiellen Betrieben, die für bestimmte Berufsgruppen für eine Initiativ- bzw. Zielgruppenkurzbewerbung in Frage kommen zusammen gestellt und händigen diese geeigneten Ratsuchenden aus.
- Die Bewerberprofile aus coArb sind im Regelfall wenig aussagekräftig für Arbeitgeber. Von den Bewerbern verfasste Kurzbewerbungen können ohne großen Aufwand im Computer gespeichert und zusammen mit dem Vermittlungsvorschlag dem Arbeitgeber ausgehändigt werden.

## 4.3.5. Bewerbung mit den neuen Medien

neben der klassischen Papierbewerbung stehen Bewerbern durch den Einzug moderner PCs und die immer weiter voranschreitende Vernetzung zahlreiche neue Bewerbungswege offen.

### Die wichtigsten Bewerbungsformen wären:

- Bewerbung via **E-Mail** (häufig als Initiativ- oder Zielgruppenkurzbewerbung)
- die eigene **Bewerbungspräsentation auf Datenträgern** (oft als Ergänzung der klassischen Bewerbungsunterlagen)
- die Selbstdarstellung auf einer **Bewerbungshomepage** (häufig als Ergänzung der Papierbewerbung oder des Bewerberprofils in Stellengesuchen in Tageszeitungen oder Internetstellenmärkten)

### Vorteile von Multimediabewerbungen:

- 👉 Kenntnisse im Umgang mit allgegenwärtiger Büro- und Informationstechnologie wird bewiesen
- 👉 in bestimmten Branchen kann eine Multimediabewerbung zugleich auch eine Arbeitsprobe darstellen, da der Bewerber seine Fähigkeiten im kreativen Bereich oder in der Anwendung bestimmter Techniken demonstrieren kann
- 👉 Da es für Multimediabewerbungen kaum Standards gibt, hat der Bewerber einen relativ großen Gestaltungsspielraum; er kann zusätzlich für den Arbeitgeber relevante Informationen einbauen
- 👉 Nur wenige Bewerber verwenden derzeit diese neuen Techniken, wodurch beim Arbeitgeber Aufmerksamkeit bzw. Neugierde geweckt wird (Innovationsvorteil)
- 👉 sehr schnelle Reaktionsmöglichkeiten; eine E-Mailbewerbung ist nicht wie ein Brief drei Tage auf dem Postweg unterwegs

### Gefahren von Multimediabewerbungen:

# T@lentMarketing in der Arbeitsvermittlung

- ☞ Verwendung unterschiedlicher Standards und Programme führen zur Verfälschung der Darstellung der Bewerbung beim Empfänger. Im schlimmsten Fall kann dieser aufgrund technischer Hürden die Multimediabewerbung gar nicht erst öffnen.
- ☞ gerade konservative Unternehmen brauchen viele ähnlich standardisierte Bewerbungen, um die Bewerber besser vergleichen zu können
- ☞ Angst des Unternehmens vor Virenanattacken erlauben es vielen Personalverantwortlichen nicht, an E-Mail angehängte Dateien zu öffnen oder fremde Datenträger zu verwenden
- ☞ viele Multimediabewerbungen sind zu umfangreich gestaltet und erfordern einen ungemessenen Aufwand des Personalverantwortlichen

## Überlegungen zu sinnvollen Einsatz von Multimediabewerbungen:

Dass auf klassische Unterlagen in den meisten Branchen nicht verzichtet werden kann, ist zur Zeit noch unumstrittene Realität. Sie kann daher bisher lediglich als Ergänzung der klassischen Bemühungen angesehen werden, wenn der Bewerber

- dem Unternehmen zeigen möchte, dass er mehr kann als andere
- seine Fähigkeiten und Persönlichkeit unterstreichen möchte
- großes Engagement beweisen will

Grundsätzlich anzuraten ist der Einsatz von Multimediabewerbungen in Berufen, deren Schwerpunkt im IT-Bereich liegt, da hier Fähigkeiten im Umgang mit den alltäglichen Arbeitsmitteln unter Beweis gestellt werden können und auf Seiten der Empfänger die notwendige Technik und das erforderliche KnowHow, das zum Abspielen der Bewerbungen erforderlich ist, im Regelfall vorhanden ist. Da multimediale Bewerbungen viel gestalterischen Raum lassen und von individuellen Lösungen leben, ist auch ein Einsatz bei der Bewerbung in kreativen Berufen anzuraten.

Aber auch in allen anderen Berufen wird immer mehr Wert auf Erfahrungen im Umgang mit den neuen Medien gelegt:

- ✓ *die Friseurin, die den Kopf der Kundin einscannt, um ihr virtuell verschiedene Frisuren vorzuführen*
- ✓ *die Sekräterin, die via Internetrecherche ihrem Chef geeignete Hotels und Reiserouten für eine geplante Geschäftsreise heraus sucht*
- ✓ *der KFZ-Meister, der Rechnungen mit Excel erstellt*
- ✓ *der Verwaltungsbeamte, der seine papierernen Akten auf moderne Datenbanksysteme umstellen muss.*

Hier bietet die Multimediabewerbung als Ergänzung der klassischen Unterlagen die Möglichkeit, Medienkompetenz zu demonstrieren; d.h. auf Seiten des Arbeitgebers ist bei einem solchen Bewerber kein unverhältnismäßiger Schulungsaufwand zu befürchten und ggf. ist der Bewerber für das Unternehmen ein solcher Gewinn, dass er seine Kenntnisse als Multiplikator an andere Mitarbeiter weiter geben kann.

## Allgemeine Hinweise zur Erstellung von Multimediabewerbungen:

- ⊕ Setzen Sie auf allgemein bewährte und weit verbreitete Standards. Dies erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass der Empfänger in der Lage ist, ihre Bewerbung zu öffnen und abzuspielen.
- ⊕ Erkundigen Sie sich vor dem Versand, ob virtuelle Bewerbungen willkommen sind (ist in der Stellenanzeige eine E-Mailadresse angegeben, ist davon auszugehen) und abgespielt werden können.
- ⊕ Gestalten Sie Ihre Bewerbung nicht zu umfangreich - die wesentlichen Inhalte müssen schnell erfasst werden können.

- ⊕ Überschreiten Sie bei E-Mailanhängen eine Größe von 600 - 800 KB nicht; ansonsten brechen viele Personalverantwortliche entnervt einen Download ab
- ⊕ Alle Seiten der Bewerbung müssen sich auch problemlos ausdrucken lassen und auch auf dem Papier einen guten Eindruck machen.
- ⊕ Lassen Sie genau die gleiche Sorgfalt, wie bei der Erstellung der schriftlichen Unterlagen walten; ansonsten wird aus der Trumpfkarte schnell ein zusätzliches Kriterium, Ihre Bewerbung abzulehnen.

## 4.3.5.1. Artikel 1: Und abends schon die Antwort<sup>15</sup>

**Können Arbeitgeber eigentlich etwas mit Online-Bewerbungen anfangen? Na klar!**

**Es gibt Lustigeres als Bewerbungen zu schreiben. Abgesehen vom Aufwand ist es teuer und mit einer Antwort ist erst Wochen später zu rechnen. Beim Kostenpunkt und der Zeitverzögerung kann inzwischen Abhilfe geschaffen werden, denn die Bewerbung per Internet wird von den Arbeitgebern mit Freuden angenommen.**

"Wir können die Bewerbungen innerhalb unseres Hauses schneller weiterleiten und auch schneller beantworten", sagt Barbara Bail, Personalreferentin der Unternehmensberatung Arthur Andersen. "Die Bewertung ist einfacher und auch objektiver. Außerdem können Bewerber zeigen, dass sie mit den Neuen Medien umgehen können", stellt Yvonne Kury, Mitarbeiterin im Bereich Hochschulmarketing der Commerzbank, die Vorteile heraus.

Diese sind auch für die Bewerber offensichtlich: Die Online-Bewerbung ist kostengünstiger, weil teure Bewerbungsmappe, Zeugniskopien und Porto wegfallen. Dafür erhält man schneller Antwort. Oft liegt eine Rückmeldung bereits am Abend im eigenen virtuellen Postkasten. Und schließlich: In einer Zeit wachsender Internationalität war schon so manch einer, der gerade ein Praktikum im Ausland absolvierte, froh, zwar fern der Heimat, aber nicht aus der (Arbeits-)Welt zu sein.

## 4.3.5.2. Artikel 2: Was genau sollte man nun beim Bewerben online beachten?

"Sofern vorhanden, sollten die Bewerber das firmeneigene Bewerbungsformular benutzen", sagt Sabine Hübner-Henninger, Leiterin des Bereichs Personalmarketing bei Hochtief. Viele Unternehmen - oder auch des UNICUM-Karrierezentrum - haben inzwischen diese Masken auf ihren Internetseiten, die man einfach nur ausfüllen muss.

Trotzdem ist der persönlichen Kreativität kein Limit gesetzt, denn per Word-Dokument kann man auch eine Online-Bewerbung ansprechend gestalten. "Aber bitte keine außergewöhnlichen Dateien, die man nicht öffnen kann, und auch nicht 30 Seiten", warnt nicht nur Barbara Bail. Dateien in Word oder Powerpoint sowie PDF-Dateien seien aber kein Problem. "Wer sich ein bisschen unsicher ist, sollte vorher im Unternehmen anrufen und nachfragen, wie die Bewerbung am besten ankommt", meint Sabine Hübner-Henninger. Auf Nummer Sicher geht dagegen, wer sich über Jobbörsen mit festgelegten Formularen - wie im UNICUM-Karrierezentrum - bewirbt, denn hier haben sich die Arbeitgeber und Bewerber gleichsam auf gemeinsame Standards geeinigt.

"Ob ein Bewerber ein gut gestaltetes Word-Dokument schickt oder eine E-Mail schreibt, ist uns eigentlich egal. Für uns ist wichtig, dass sie vollständig ist und dass leicht darauf zugegriffen werden kann", sagt Sonja Methling, Human Resources Generalist bei Amazon.de. Für sie ist der Unterschied einer klassischen Bewerbungsmappe und einer Online-Bewerbung gar nicht so gross. "Das Wichtigste sind auch hier das Anschreiben und der Lebenslauf. Eine Bewerbungsmappe mit Zeugnissen können die Leute immer noch zum Vorstellungsgespräch mitbringen. Allerdings sollten die Bewerber nicht denken, dass man auf dem schnelleren und bequemerem Weg der E-Mail-Bewerbung schludern könnte. Man sollte sich insbesondere mit dem Anschreiben genauso viel Mühe geben wie bei einer klassischen Bewerbung. Wohin die Leute wollen, was ihre Ziele sind, warum sie sich bei uns bewerben, gehört natürlich in eine Online-Bewerbung."

---

<sup>15</sup> Unicum 03/00 <http://www.unicum.de/uni/u-03-00/ka1-0300.htm>

# T@lentMarketing in der Arbeitsvermittlung

"Auch in einer Bewerbung übers Internet haben Tippfehler nichts zu suchen", stellt Hochtief-Recruiterin Sabine Hübner-Henninger klar. "Aber bei uns gehen inzwischen viele Bewerbungen per Internet ein, die sehr professionell gemacht sind. Wenn die Qualität stimmt, hat ein Online-Bewerber gegenüber einem klassischen Bewerber keinerlei Nachteile. Mir persönlich ist die Online-Bewerbung sogar lieber, da ich sie leichter bearbeiten oder weiterleiten kann." Auch bei Hewlett-Packard sind Online-Bewerbungen mehr als willkommen. "Wir haben seit eineinhalb Jahren eine Datenbank, in die die Angaben der Bewerber direkt gespeichert werden", sagt Anke Märsch, Personalreferentin bei Hewlett-Packard. Inzwischen nutzen viele die Möglichkeit der Bewerbung übers Internet. "Wir bekommen 40 Prozent Online-Bewerbungen und 60 Prozent klassische", berichtet Sabine Hübner-Henninger. Bei Amazon.de sind es schon die Hälfte der Bewerbungen. "Ich denke, die Online-Bewerbung ist die Zukunft. Vorausgesetzt, sie ist so aussagekräftig wie die klassische Bewerbung", bestätigt auch Barbara Bail von Arthur Andersen.

Martina Niedmann

## 4.3.5.3. Die E-Mailbewerbung

Die E-Mail ist aus der internen und externen Kommunikation großer und mittlerer Unternehmen nicht mehr weg zu denken. Durch sie wird eine Menge Papierkram gespart und gegenüber anderen Medien ist sie erheblich schneller. Da ist die Überlegung naheliegend, dieses Medium auch für die eigene Bewerbung zu nutzen. Dies ist allerdings nicht ganz unproblematisch. Daher soll auf die E-Mailbewerbung in den nächsten Zeilen etwas ausführlicher eingegangen werden.

### 4.3.5.3.1. Voraussetzungen zur Versendung von E-Mailbewerbungen

Selbstverständlich benötigt der Bewerber einen Internetzugang und natürlich eine E-Mailadresse. Allerdings sollte dies nicht der E-Mail-Anschluß am bisherigen Arbeitsplatz sein, da unter Umständen jemand beim alten Arbeitgeber Kenntnis von den Bemühungen des Bewerbers, den Arbeitgeber zu wechseln, erlangen zu könnte. Die Privatpost der Mitarbeiter zu lesen und dazu gehört eine Bewerbung eindeutig, ist durch das Briefgeheimnis untersagt; technisch stellt es allerdings innerhalb eines Firmennetzwerkes kein Problem dar, den Posteingang unbemerkt zu kontrollieren. Zudem ist es in vielen Firmen strengstens untersagt, private Post zu versenden. Daher sollte doch lieber auf den privaten Internetanschluss oder den von Freunden und Bekannten zurück gegriffen werden. Eine kostenlose persönliche E-Mailadresse ist im Internet ohne weiteres zu bekommen. Nachfolgend die Adressen einiger Anbieter kostenloser E-Mailservices:

- |  |  |
|--|--|
| • <a href="http://www.gmx.de">www.gmx.de</a>         | • <a href="http://www.firemail.de">www.firemail.de</a>   |
| • <a href="http://www.web.de">www.web.de</a>         | • <a href="http://www.sternpost.de">www.sternpost.de</a> |
| • <a href="http://www.yahoo.de">www.yahoo.de</a>     | • <a href="http://www.unicum.de">www.unicum.de</a>       |
| • <a href="http://www.hotmail.de">www.hotmail.de</a> | • <a href="http://www.evita.de">www.evita.de</a>         |

Bei der Wahl des Anbieters sollten folgende Aspekte eine Rolle spielen:



**Bedienbarkeit:** Die Funktionen zur Erstellung, zum Versand und Versendung sollten leicht erlernbar und beherrschbar sein, damit der Bewerber professionelle Mails verschicken kann und keine Post übersehen wird.



**Erreichbarkeit:** Gerade neue und kleine Anbieter können ihre Erreichbarkeit nicht immer sicher stellen. Es soll auch schon vorgekommen sein, dass Mails verloren gegangen sind. Bewerber, die hier sicher gehen wollen, sollten auf große etablierte Anbieter setzen, die sich solche Ausfälle nicht leisten können.



**Externes E-Mailprogramm:** Bei vielen Anbietern wird der E-Mail-Text direkt auf der Homepage des Anbieters, also im Internet, erstellt. Bewerber, die allerdings aufwendig

# T@lentMarketing in der Arbeitsvermittlung

gestaltete Mails versenden wollen, benötigen ein externes Programm zur Erstellung und Verwaltung von E-Mails, wie z.B. Outlook Express. Nicht alle Anbieter erlauben die Verwendung eines solchen Programms. Dies ist nur möglich, sofern der Account POP3-fähig ist.



**Größe des Postfaches und E-Mailanhänge:** An E-Mail können Dateien, so genannte Attachements angehängt werden. Dies können im Fall einer Bewerbung eine PowerPointpräsentation, ein Worddokument oder eingescannte Unterlagen sein. Schnell erreichen eingescannte Zeugnisse und andere Nachweise mehrerer Megabyte (MB) Umfang. Daher sollten als Anhang mindestens 2 MB durch den Anbieter erlaubt sein und die Postfachgröße mindestens 5 – 10 MB betragen.



**Sonstige Leistungen:** Daneben bieten viele E-Mail-Dienstleister noch weitere Services rund um die E-Mail an. Interessant dürfte für Bewerber die SMS-Benachrichtigung sein. Immer, wenn eine Nachricht eingeht, wird automatisch eine SMS mit dem Absendernamen und der Betreffzeile der E-Mail an eine vorher festgelegte Handynummer geschickt. Auf diese Weise weiß der Bewerber sofort, wenn er ein Antwortmail von einem Arbeitgeber erhalten hat. Mittlerweile bieten immer mehr E-Maildienste einen solchen Service an.

## 4.3.5.3.2. Wahl einer geeigneten E-Mailadresse:

Bei der Wahl der E-Mailadresse sollte der Bewerber zwei Aspekte berücksichtigen. Zum einen muss die Adresse kurz und prägnant sein, damit der Personalverantwortliche diese bei einer Antwort schnell eingeben kann und im günstigsten Fall sogar im Kopf behält. Zweitens sollte die Adresse seriös wirken – so ist z.B. UschiMausie@whopper.de für eine Bewerbung weniger geeignet.

Die E-Mailadresse setzt sich wie folgt zusammen

**ChristianScheller @ hotmail.com**

*Selbstgewählter E-Mail-Alias*

*Name des Anbieters*

Bei der Wahl des Alias hat sich die Kombination aus Vornamen mit angehängten Nachnamen bewährt. Allerdings könnten bestimmte Namen, wie z.B. Martina Müller, bereits vergeben sein. Hier gilt es, sinnvolle Alternativen zu finden:

### Beispiele:

- *BewerberinMueller*
- *MaMueller*
- *MuellerBewerbung*
- *KontaktMueller*
- *IndusstriekauffrauMueller*
- *MMBewerbung*

## 4.3.5.3.3. Die E-Mailadresse des Empfängers

Damit die Bewerber-E-Mail ihren Bestimmungsort auch erreicht, bedarf es natürlich auch einer korrekten Empfängeradresse. Um an E-Mailadressen geeigneter Adressaten für Bewerber-E-Mails zu gelangen, gibt es verschiedene Möglichkeiten:

- im Stellenangebot ist eine E-Mailadresse bereits genannt (dann ist auch davon auszugehen, dass Bewerbungen-E-Mails willkommen sind)
- der Bewerber erfragt die E-Mailadresse telefonisch
- auf der Homepage des Unternehmens wird die entsprechende E-Mailadresse benannt
- der Bewerber sucht die E-Mailadresse in Verzeichnissen, wie z.B.
  - [www.teleauskunft.de](http://www.teleauskunft.de) (im E-Mailverzeichnis oder Branchenbuch)
  - [www.suchen.de](http://www.suchen.de)
  - [www.branchenbuch.com](http://www.branchenbuch.com)

## 4.3.5.3.4. Wahl des E-Mailformates

Leider gibt es bei E-Mails viele unterschiedliche technische Standards. So lange Sender und Empfänger die gleichen Standards verwenden, ist dies unproblematisch. Allerdings ist nicht immer bekannt, welcher Standard beim Empfänger möglich bzw. zugelassen sind. Die Gefahr ist groß, dass eine mit viel Mühe gestaltete E-Mail im schlimmsten Fall vom Empfänger nicht geöffnet werden kann oder alle Formatierungen verloren gegangen sind.

Die wichtigsten Formatierungen und deren Eigenschaften werden nachfolgend kurz dargestellt:

### **ASCII-Text (keine Formatierungen):**

Das ist das ursprüngliche E-Mailformat, das von allen E-Mail-Empfangsprogrammen korrekt dargestellt werden kann. Dies hat auch einen einfachen Grund – in diesem Format sind keine Formatierungen, wie Schriftgröße, Schriftart oder Schriftbreite möglich, sondern nur reiner Text. Das standardmäßig in der T-Online-Software enthaltene E-Mailprogramm kann z.B. nur solche Mails verschicken. Sollte der Bewerber Bewerbungen ins Ausland verschicken, ist zu beachten, dass die dortigen Programme Umlaute im Regelfall nicht darstellen können – verwendet werden sollte daher:

ä -> ae  
ä -> ue  
ü -> oe

### **Rich-Text-Format (Textformatierungen möglich):**

Im sogenannten Rich-Text-Format können einfache Textformatierungen (Auswahl der Schriftart, -farbe, -größe; Verwendung von Blocksätzen etc.) vorgenommen werden. Aber bereits hier gibt es bei der Darstellung der einzelnen E-Mailempfangsprogramme erhebliche Kompatibilitätsprobleme.

### **HTML-Format (komplette Internetseiten):**

Manche E-Mailprogramme können mittlerweile sogar komplette Internetseiten mit animierten Bildern und Sounds verschicken, wie z.B. Microsofts Outlook. Solche Mails sollten nur verschickt werden, wenn sich der Absender absolut sicher ist, mit welchem Programm der Empfänger arbeitet (und er muss natürlich in der Lage sein html-Seiten zu verfassen). Allerdings haben viele Arbeitgeber aus Furcht vor Computerviren, bestimmte Einstellungen in E-Mailprogrammen ihrer Mitarbeiter gesperrt, wodurch E-Mails im html-Format ebenfalls nicht korrekt dargestellt werden.

Die Empfehlung der Verfasser lautet daher, die E-Mailtexte im reinen ASCII-Text zu verfassen. Wer Wert auf bestimmte Formatierungen legt, sollte z.B. auf Worddokumente als Anhang der E-Mail zurück greifen.

## **Gestaltung von E-Mailbewerbungen:**

Die wesentlichen Elemente der Email sind (Die Bezeichnungen variieren bei den unterschiedlichen E-Mailprogrammen):

Das Feld „**An**“ bzw. „**Empfänger**“:

*Hier wird die E-Mailadresse des Empfängers eingegeben.*

Das Feld „**Cc**“ bzw. „**Kopienempfänger**“ :

*Sofern die E-Mail an mehrere Empfänger verschickt werden soll, können hier noch weitere Empfänger, jeweils durch Kommata getrennt, eingegeben werden. Allerdings können alle Empfänger der Mail sehen, an wen diese noch gegangen ist. Gerade bei Bewerbungen sollte der Anschein einer Massensendung vermieden werden. Der Bewerber sollte dieses Feld lieber nicht verwenden.*

# T@lentMarketing in der Arbeitsvermittlung

Das Feld „**Bcc**“:

*Hier können ebenfalls Kopienempfänger eingegeben werden. Allerdings erfahren die Kopieempfänger in diesem Fall nicht, an wen noch Kopien der E-Mail versendet wurden. Da eine Bewerbung immer auf den jeweiligen Empfänger zugeschnitten sein sollte, ist von dieser Vorgehensweise ebenfalls abzuraten.*

Das Feld „**Betreff**“:

*Im Feld Betreff wird der Anlass / Grund der E-Mail mit wenigen Worten kurz skizziert.*

Das Feld „**Text**“ oder „**Nachricht**“:

*An dieser Stelle wird der eigentliche Nachrichtentext verfasst.*

## 4.3.5.3.6. Die typischen Elemente der E-Mailbewerbung:

### **Betreffzeile:**

In der Betreffzeile muss der Bewerber kurz sein Anliegen skizzieren, damit der Empfänger weiss, dass es sich um eine Bewerbung handelt und nicht etwa eine Werbe-E-Mail, die im Regelfall ungelesen in den Papierkorb wandert. Dabei sollte die Betreffzeile ganz klar Antwort auf die Frage „Wer sucht was“ geben. Sinnvoll ist es immer, zusätzlich nochmals den Namen des Empfängers anzugeben, da viele Firmen einen zentralen E-Maileingang haben, aus dem die einzelnen E-Mails auf die zuständigen Mitarbeiter verteilt werden.

### **Beispiele:**

- Abiturient sucht eine Ausbildung als Werbekaufmann / z.Hd. Herrn Großschnautz
- Diplom-Kaufmann sucht Aufgabe als Controller / Personalabteilung
- Bewerbung um die Stelle als Einkäufer / Ihre Anzeige in der FAZ vom 23.03.01
- Zielgruppenkurzbewerbung: Pflegedienstleiterin (32) sucht Führungsaufgabe im sozialen Bereich / z.H. Herrn Oberpfaff

### **Anrede:** *(am besten immer den Ansprechpartner mit Namen ansprechen!)*

- Sehr geehrte Frau Schraubschreck,
- Sehr geehrte Damen und Herren,
- Guten Tag, Herr Walter!

### **Bewerbungstext:**

Folgende Themenbereiche sollten unbedingt abgehandelt werden, wobei die Reihenfolge der Blöcke beliebig verändert werden kann:

#### **Wer ist der Bewerber:**

Name, Berufsabschluss, letzte Tätigkeit...

#### **Was kann der Bewerber:**

- Erfahrungen, Kenntnisse, Talente, persönliche Stärken
- Dinge, die man der Firma anbieten kann

#### **Was will der Bewerber:**

- Grund der Bewerbung (berufliche Veränderung, Konkurs des alten Arbeitgebers, familiäre Gründe)
- Berufliche Ziele
- Ggf. private Ziele

### **Weitere Hinweise:**

- Ggf. Hinweise auf Anlagen, wie Lebenslauf oder Bewerbungspräsentation (Attachment)

# T@lentMarketing in der Arbeitsvermittlung

- Hinweis, dass bei Interesse, gerne schriftliche Unterlagen nachgereicht werden
- Bitte um persönlichen Vorsprachetermin

## Verabschiedung:

- Mit den besten Grüßen
- Auf Wiedersehen
- Mit freundlichen Grüßen

## Getippte Unterschrift

## Absenderangaben:

- Postanschrift
- Telefon
- E-Mailadresse
- ggf. Url der Homepage

### 4.3.5.3.7. Anhänge von Bewerbungs-E-Mails:

Zusammen mit dem eigentlichen E-Mailtext können auch Dateien verschickt werden. So liegt die Überlegung nahe, die eigentliche Bewerbung mit einem Textverarbeitungsprogramm zu gestalten und Zeugnisse so wie andere Nachweise einzuscannen und per E-Mail zu verschicken. Dieses Verfahren ist aber auch mit Schwierigkeiten verbunden.

Betrachten wir zunächst das **Kompatibilitätsproblem**. Textdateien oder Präsentationen benötigen im Regelfall ein Programm, mit dem sie geöffnet werden können. Verschickt der Bewerber z.B. ein mit der Textverarbeitung Star-Office verfasstes Dokument, so wird der Empfänger, der mit Word arbeitet, Probleme beim Öffnen haben.

Nachfolgend einige Dateitypen und Hinweise auf ihre Eignung für E-Mailbewerbungen:

**Word-Dokumente:** Auf über 80% der Bürorechner ist MS-Word installiert und ein Worddokument wird im Regelfall geöffnet werden können, zumal die meisten anderen Textverarbeitungen kompatibel zum Word-Format sind. Der Bewerber sollte allerdings nicht das aktuelle 97er- bzw. 2000er-Format verwenden, sondern das Format der Version von 1995. Dann haben auch Verwender älterer Word-Versionen keine Probleme mit dem Öffnen.

**PowerPoint-Präsentationen:** Da PowerPoint genau wie Word zum MS-Office-Paket gehört, ist dieses ebenso verbreitet. Allerdings wird es von weniger Anwendern genutzt. Sollte der Bewerber eine PowerPoint-Präsentation verschicken, ist diese als selbst abspielende Präsentation (Dateiendung \*.pps) zu verschicken. Dadurch kann der Empfänger die Präsentation automatisch ablaufen lassen, ohne mit PowerPoint an sich in Berührung zu kommen, da dieses im Hintergrund gestartet wird.

**Andere Textverarbeitungen:** Im Format anderer Textverarbeitungen sollten Unterlagen nicht verschickt werden, da deren Verbreitungsgrad oft zu wünschen übrig lässt. Arbeitet der Bewerber mit einer anderen Textverarbeitung als Word, kann der Bewerber seine Dokumente ggf. im Rich-Text-Format (kurz rtf) speichern. Zu diesem sind fast alle Textverarbeitungsprogramme kompatibel.

Einen relativ sicheren Weg bietet auch die Verwendung des kostenlosen Textprogramms WordPad oder Write. Dies ist im Regelfall auf allen Windows-Systemen installiert.

**PDF-Dateien:** Sofern der Bewerber in der Lage ist, PDF-Dateien zu erzeugen, sind diese auch geeignet (insbesondere für eingescannte Unterlagen), da auf vielen Rechnern das entsprechende Leseprogramm installiert ist; allerdings nicht so häufig, wie Word.

# T@lentMarketing in der Arbeitsvermittlung

Ein weiteres Problem liegt im **Umfang der E-Mail-Anhänge**. Gerade in kleineren Firmen, in denen der Sachbearbeiter selbständig die E-Mails herunterladen muss, kann ein Download eines umfangreichen Anhangs viel Zeit in Anspruch nehmen, die ein Personalverantwortlicher im Regelfall nicht aufwenden möchte. Als Größe der Anhänge sollten 500 – 800 Kilobyte auf keinen Fall überschritten werden.

Daneben haben viele Firmen **Angst vor Virenattacken**. E-Mailanhänge sind potentielle Überträger von Computerviren. Daher ist es in einigen nicht erlaubt, Anhänge herunter zu laden.

## 4.3.5.3.8. Sinnvolle Einsatzgebiete der E-Mailbewerbung:

Die bereits genannten Einschränkungen erschweren den Versand von Bewerbungs-E-Mails. Oft ist es für den Personalverantwortlichen auch sehr umständlich bzw. aufwendig, wenn er umfangreiche Anhänge mit Lebensläufen erhält und diese komplett ausdrucken muss, um sie mit den schriftlichen Unterlagen der anderen Bewerber vergleichen zu können.

Der Einsatz von Bewerbungs-E-Mails empfiehlt sich daher als



**Zielgruppenkurzbewerbung**, in welcher der Bewerber die wichtigsten Informationen im E-Mailtext unterbringt und auf Anhänge weitgehend verzichtet. Hier könnte für weitere Informationen zum Bewerber auf eine bestehende Bewerbungshomepage verwiesen werden und bei Interesse die Zusendung schriftlicher Unterlagen angeboten werden.



**Reaktion auf Stellenangebot im Internet**. Viele Firmen, die Internetstellenmärkte für die Personalgewinnung nutzen, erwarten sogar, dass die erste Kontaktaufnahme via E-Mail erfolgt. Auch hier sollte die Form der Zielgruppenkurzbewerbung ohne umfangreiche Anhänge gewählt werden.



**Nachfassbrief**. Bewerber, die bereits eine schriftliche Bewerbung versendet haben, können mit einer gezielten E-Mail nochmals ihr Interesse an einer Anstellung bekunden und weitere Kenntnisse und Fähigkeiten aufführen, die in der schriftlichen Bewerbung noch nicht genannt wurden. Dies demonstriert Engagement und großes Interesse an der ausgeschriebenen Stelle. Dabei sollte der Text kurz und prägnant formuliert sein, da weitschweifige Ausführungen den Personalverantwortlichen nur Zeit rauben; zudem sind die wesentlichen Informationen ja bereits aus der schriftlichen Bewerbung bekannt. Vermeiden sollte der Bewerber unbedingt aufdringliche Anfrage-E-Mails, die inhaltlich nicht viel mehr aussagen als: „Jetzt ist es schon drei Wochen her, dass ich mich beworben habe und ich kriege noch immer keine Antwort von Ihnen!“

## 4.3.5.3.9. Beispiel einer E-Mailbewerbung aus der Praxis:

**Anzeige in der Betreffzeile:** Bankkaufmann sucht Anstellung als Privatkundenbetreuer im Wertpapiergeschäft / Herrn Betonschotter (Personalabteilung)

### Text des Anschreibens:

Sehr geehrter Herr Betonschotter,

nach meiner Ausbildung bei der Deutschen Bank AG im Jahr 1995 war ich zunächst als Anlagenberater tätig und bin nun seit zwei Jahren in den Bereichen Wertpapier, Investment und Vermögensanlagen eingesetzt.

Begrüßung  
Wer bin ich?

# T@lentMarketing in der Arbeitsvermittlung

Mein Aufgabenschwerpunkt lag bei Außendienstaktivitäten, wie der Kundenakquise und der Beratung und Betreuung von kleinen und mittleren Unternehmen. Der professionelle Umgang mit Kunden und die häufigen Außendienste, die oft mit Reisetätigkeit verbunden sind, bereiten mir sehr viel Freude und sind immer wieder eine spannende Herausforderung. Es ist mir gelungen, diese Bereiche stark auszubauen und zahlreiche neue Kunden gewinnen zu können (Steigerung um 11% in den letzten zwei Jahren).

Daheim bin ich zweisprachig aufgewachsen, und spreche daher neben einem sehr guten Wirtschaftsenglisch auch noch fließend niederländisch und französisch.

Ihr Stellenangebot auf Ihrer Homepage für eine Tätigkeit als Privatkundenbetreuer in Ihrer Filiale in Rotterdam interessiert mich sehr, da ich bisher meine Fremdsprachenkenntnisse in meine Beruf nicht einbringen konnte. Auch eine Tätigkeit im Ausland und die Erschließung neuer Aufgabenfelder reizen mein Interesse.

Daher ist mir an einer Mitarbeit in Ihrem Hause sehr gelegen und ich bewerbe mich auf die ausgeschriebene Stelle als Privatkundenbetreuer.

Im Anschluss an dieses Schreiben finden Sie eine Auflistung der wichtigsten Daten zu meiner Person. Bei Interesse sende ich Ihnen gerne auch noch ausführliche schriftliche Unterlagen zu und würde mich über die Einladung zu einem persönlichen Gespräch sehr freuen.

Mit den besten Grüßen

Gerd Rosenboom

Absenderangaben:  
Gerd Rosenboom  
Tulpenweg 3  
12345 Emden

Tel: (0 12 34 5) 67 89 0 12  
E-Mail: Gerd-Rosenboom@fakemail.com

Was kann ich?

Was will ich?

Kontaktwunsch  
weitere Unterlagen

Kontakt

Weitere Hinweise zu meiner Person:

\*\*\*\*\*

biographische Daten:

-----

Geburtsdatum, -ort: 06. August 1970 in Aurich

Staatsangehörigkeit: deutsch

Familienstand: ledig; keine Kinder

Schulabschlüsse:

-----

1987 erweiterter Realschulabschluss (Note 2,1)

1991 Abitur (Note 2,4)

beruflicher Werdegang:

-----

1991 - 1994 Ausbildung zum Bankkaufmann bei der Deutschen Bank AG Emden

1994 - 1998 Anlagenberater im Privatkundengeschäft

1998 - laufend Kundenakquise und Beratung in den Bereichen Wertpapier , Investment und Vermögensanlagen

Kenntnisse:

-----

Fremdsprachen: - Wirtschaftsenglisch (Schule / Praxis)  
- Niederländisch (Sprache der Mutter)  
- Französisch (Schule / liebstes Reiseland)

Branchenkenntnisse: - Wertpapiergeschäfte, Investmentfonds  
- Vermögensberatung  
- Kundenakquise und Betriebsbesuche  
- Warendermingsgeschäfte

Hobbys:

-----

- Reisen (Frankreich und Niederlande)  
- Sport (Basketball, Tennis, Jogging)  
- Internet (Informationsbeschaffung, Unterhaltung)

Emden, 23.05.01

Weitere Informationen zum Bewerber  
(Lebenslauf)

*Das obige Beispiel liegt im ASCII-Text vor, d.h. es wurden keinerlei Formatierungen durch den Bewerber verwendet. Der Lebenslauf des Bewerbers wurde nicht als Anhang beigefügt, sondern direkt unter den eigentlichen Bewerbungstext geschrieben, da der Verfasser befürchtete, der Empfänger könne keine Anlagen empfangen.*

*Bei einem Ausdruck, nimmt dieser Mailtext lediglich zwei DIN A4 – Seiten in Anspruch; ähnlich der postalischen Zielgruppenkurzbewerbung.*

## 4.3.5.4. Die Multimediabewerbung<sup>16</sup>

### 4.3.5.4.1. Grundüberlegung und Definition

Die meisten Bewerber nutzen für ihre Bewerbung den klassischen Weg – die im vorherigen Jahrhundert von Pädagogen entwickelte schriftliche Bewerbung mit Anschreiben, Lebenslauf mit Lichtbild und den sonstigen Nachweisen. Aufbau, Inhalt sowie Form sind genau normiert und lassen dem Bewerber wenig Spielraum, individuelle Stärken, besondere Kenntnisse und eigene Persönlichkeit zu demonstrieren. Eine Vielzahl wenig aussagekräftiger, ähnlich gestalteter Bewerbungsunterlagen langweilen Personalverantwortliche. Nur wenige Bewerber nutzen derzeit die Möglichkeiten, die PC-Technik, Internet und E-Mail bieten, um im Rahmen eines erfolgreichen T@lentMarketings Unternehmen von sich zu überzeugen. Dies ist um so verwunderlicher, da die Nutzung dieser Medien mittlerweile eine Selbstverständlichkeit darstellt und deren Vorzüge in der beruflichen und privaten Kommunikation kaum noch zu ersetzen sind. Daher werden nachfolgend die Formen, Einsatzmöglichkeiten und Vorteile für Bewerber und Betriebe kurz skizziert.

#### Definition:

Unter einer multimedialen Bewerbungspräsentation ist die Selbstdarstellung im Bewerbungsprozess unter Einsatz unterschiedlicher Medien, wie Schrift, Bild, Ton und Animation zu verstehen, durch die persönliche Stärken, besondere Kenntnisse und Fähigkeiten demonstriert werden. Sie gelangt mittels moderner Kommunikationswege wie Datenträgern oder das Internet zum Adressaten<sup>17</sup>.

### 4.3.5.4.2 Formen der Bewerbungspräsentation

Bewerbungspräsentationen können aufgrund des Weges, mittels dessen die Informationen zum Empfänger gelangen, in verschiedene Formen unterteilt werden. Dabei hat jeder Versandweg, abhängig von technischer Ausstattung und Medienkompetenz sowie inhaltlicher Anforderungen des Empfängers seine Vorzüge, aber auch Schwächen.



**Präsentationen auf Datenträgern.** Umfangreiche Präsentationen, in welche beispielsweise sehr speicherplatzintensive Bild- und Videosequenzen eingebunden sind, finden Ihren Weg besser auf **Diskette** oder **CD-Rom** zum Adressaten, da ein Download den Personalverantwortlichen sehr viel Zeit kosten würde. Auch eignet sich diese Form für Unternehmen, die zwar moderne Computer verfügen, aber noch keinen Anschluss an das Internet gefunden haben. Ein weiterer Vorteil liegt darin begründet, dass neben dieser neuen Form der Bewerbung auch noch klassische Papierbewerbungsunterlagen Platz im Umschlag finden. Der Personalverantwortliche ist somit in der Lage,

mit dem Medium zu arbeiten, für das er eine Präferenz empfindet. Zudem können klassische Bewerbung und Präsentation einander ergänzen. Auch ist durch das Vorhandensein konventioneller Unterlagen eine Vergleichbarkeit mit den anderen Bewerbungen gewährleistet.



**Anhang einer E-Mail.** Natürlich kann eine Präsentation auch als Anhang an einer E-Mail versendet werden. Allerdings sollte hier unbedingt auf die Größe der Datei geachtet werden, da ansonsten der Download zu viel Zeit in Anspruch nimmt. Auch ist es in vielen Betrieben nicht gestattet, Anhänge von unbekanntem Absendern herunter zu laden; oft müssen solche Mails aus Angst vor unliebsamen Überraschungen, wie z.B. Computerviren, ungelesen gelöscht werden. Daher ist es ratsam, dass der Bewerber sich vorher genau informiert,

ob Bewerbungsemails willkommen sind. Einen Versuch ist es auf jeden Fall wert, wenn im Stellenangebot eine E-Mailadresse benannt ist. Geeignet ist die Bewerbungsemail insbesondere

<sup>16</sup> Der Abschnitt wurde zu großen Teilen entnommen aus: Egle, F., Bens, W., Scheller, C.: Talentmarketing, 3. Kapitel erscheint demnächst im Gabler Verlag Wiesbaden.

<sup>17</sup> Siehe z.B. [www.talentmarketing.de](http://www.talentmarketing.de)

# T@lentMarketing in der Arbeitsvermittlung

als **Initiativbewerbung**, wobei Anschreiben und Lebenslauf (ähnlich der klassischen Papierbewerbung) im eigentlichen E-Mailtext erscheinen und die Präsentation, sozusagen als Extra, in den Anhang der Mail gestellt wird. So liegen dem Empfänger, auch wenn es ihm nicht möglich oder gar erlaubt ist, Anhänge herunter zu laden, zumindest die wichtigsten Informationen im Text vor.



**Die eigene Internetseite.** Mittlerweile sind immer mehr Menschen mit einer Homepage im Internet präsent und berichten dort über sich, ihre Hobbys oder ihren Beruf. Daher liegt es nahe, auch dort Bewerberinformationen zu platzieren. In der klassischen Papierbewerbung, einer E-Mail oder den zahlreichen Stellenbörsen im Internet kann nun auf die Homepage verwiesen werden. Dem Empfänger ist damit freigestellt, ob er diese zusätzlichen

Informationen nutzen möchte oder sich lieber auf die klassischen Unterlagen bzw. den E-Mailtext beschränkt.

Sollte der Bewerber ein persönliches Profil in einem Stellenmarkt im Internet abgelegt haben, so kann die Bewerberhomepage das oft sehr standardisierte Angebot um zahlreiche individuelle Informationen erweitert werden. Viele Anbieter solcher Stellenmärkte bieten mittlerweile mit Bedacht die Möglichkeit an, eigene Links zu weiteren Informationsangeboten dem eigenen Profil hinzu zu fügen. Allerdings sollte jedem Betreiber einer Bewerbungshomepage bewusst sein, dass damit auch ein Teil seiner Anonymität verloren geht, da die Seiten nicht nur von der favorisierten Zielgruppe, sondern auch fast allen anderen Außenstehenden betrachtet werden können; es sei denn der Bewerber ist so talentiert, dass er die Seiten mittels eines Passwortes etc. nur einer geschlossenen Benutzergruppe zugänglich macht.

## 4.3.5.4.3. Textbausteine zum Verweis auf multimediale Bewerbungselemente:

**Hier einige Beispiele, wie Bewerber ihre multimedialen Bewerbungen ankündigen bzw. auf diese aufmerksam machen:**

- Damit Sie mich noch etwas besser einschätzen können, finden Sie auf der beiliegenden CD-Rom meine Bewerbungspräsentation. Natürlich würde ich Sie bei Interesse gerne auch zu einem persönlichen Gespräch aufsuchen.
- Weitere Informationen über mich und das, was ich Ihnen anbieten möchte, finden Sie auf der beiliegenden CD-Rom. Öffnen Sie zum Abspielen einfach die Datei „**start.htm**“.
- Für weitere Informationen besuchen Sie doch meine Bewerbungshomepage unter **www.christian-scheller.de/bewerbung**
- Beispiele für meine Tätigkeit als Webautor finden Sie unter folgenden Adressen:
  - \* [www.beispiel.com/blabla/hansmann](http://www.beispiel.com/blabla/hansmann)
  - \* [www.zb.org/georges/beispiel.htm](http://www.zb.org/georges/beispiel.htm)

Diese E-Mail enthält eine PowerPoint-Präsentation als Anhang. In dieser erfahren Sie mehr über mich und meine Qualifikationen.

## 4.3.5.4.4. Überlegungen zum Einsatz von Bewerbungspräsentationen

# T@lentMarketing in der Arbeitsvermittlung

Mit Sicherheit ist die Versendung einer Multimediabewerbung nicht für alle Berufszweige gleichermaßen sinnvoll und auch nicht in jeder Situation angemessen. Auch ist nicht jeder Arbeitgeber von vornherein von dieser Methode begeistert. Sie ist auch kein Allheilmittel, um persönliche oder fachliche Defizite zu überspielen. Um die Frage des effektiven Einsatzes zu klären, bedarf es der genauen Analyse, was diese Selbstdarstellungsform zu leisten vermag und welche Gefahren bzw. Nachteile sie mit sich bringen kann.

## Positive Aspekte:

- In der Bewerbungspräsentation können persönliche Talente und fachliche Kenntnisse, die in der konventionellen Bewerbung mit ihren strengen formalen Ansprüchen keinen Platz finden, vorteilhaft platziert werden.
- Es stehen mehr die einzelnen Talente im Vordergrund als formal erworbene Abschlüsse und Nachweise, wodurch Quer- und Seiteneinsteiger oder Personen mit formal weniger guten Abschlüssen eine größere Chance erhalten.
- Der Bewerber beweist durch den Einsatz unterschiedlicher Medien und Kommunikationswege Medienkompetenz.
- Hinsichtlich Design und Layout ist der Bewerber relativ frei gestellt und kann Kreativität und Ideenreichtum unter Beweis stellen.
- In computer- und internetorientierten Berufen sowie kreativen Bereichen ist die Präsentation nicht nur einfach Bewerbung, sondern Arbeitsprobe zugleich.
- Nur wenige Bewerber benutzen zur Zeit diese Form des Selfmarketings, wobei eindeutig der Innovationsvorteil auf Seiten des Bewerbers liegt und die Neugier auf die Person hinter der Präsentation gelenkt wird.

## Negative Aspekte:

- Der Betrieb verfügt nicht über die technische Ausstattung bzw. der Personalsachbearbeiter nicht über die erforderliche Kompetenz, eine Bewerbungspräsentation zu empfangen bzw. abzuspielen. Im schlimmsten Fall wandert sie ungelesen in den virtuellen Papierkorb.
- Der Arbeitgeber verfügt über eine sehr konservative Unternehmensphilosophie und besitzt ein von Über- und Unterordnung geprägtes Mitarbeiterbild. Daher werden viele ähnliche Bewerbungen benötigt, um die Bewerber untereinander darauf zu überprüfen, ob sie den strengen Formvorgaben auch gerecht werden. Die Multimediabewerbung wird als Verstoß gegen die Norm betrachtet und dem Bewerber daher mangelndes Anpassungsvermögen unterstellt.
- Der scheinbar größere Zeitaufwand (insbesondere bei langatmigen und ungeschickt strukturierten Präsentationen) hindert den Personalsachbearbeiter daran, sich mit den Präsentationen zu beschäftigen.

## Berufe und Branchen, in denen Multimediabewerbungen sinnvoll erscheinen

Grundsätzlich kann die Verwendung von multimedialen Bewerbungspräsentationen für **Berufe in der Informationstechnologie** befürwortet werden, da der Computer und das Internet hier alltägliche Arbeitsmittel sind und der Bewerber seine bereits vorhandenen Erfahrungen und sein Können unter Beweis stellen kann. Ähnliches gilt für Berufe in der Werbung und die meisten kreativen Bereiche. Hier steht allerdings weniger der technische Aspekt, sondern eher Kreativität

# T@lentMarketing in der Arbeitsvermittlung

und Ideenreichtum im Vordergrund; schließlich ist eine Bewerbung letztendlich nichts weiter als Werbung in eigener Sache.

Aber auch im **kaufmännischen Bereich** halten Computer sowie Internet Einzug und die Fähigkeit, diese effektiv zur Bewältigung der anfallenden Aufgaben einzusetzen, wird von vielen Personalverantwortlichen als wichtiges Einstellungskriterium angesehen. So ist bereits eine Bürokauffrau ohne Kenntnisse in moderner Textverarbeitung und Tabellenkalkulation durch die Fachkräfte der Arbeitsvermittlung der Arbeitsämter kaum noch zu vermitteln. In vielen Büros ist die Kommunikation mittels E-Mail oder die Informationsbeschaffung mit Hilfe moderner Medien, z.B. Fahrplanauskünfte und Hotelreservierungen für Dienstreisen etc, bereits Realität. Es erscheint daher naheliegend, diese elementaren Fähigkeiten im Bewerbungsprozess unter Beweis zu stellen. Aber auch im **Handwerk** gewinnen die neuen Medien an Bedeutung. So gibt es mittlerweile viele Frisiersalons mit `computergestützter visueller Typberatung` oder die interne Buchführung wird mit moderner Software vereinfacht.

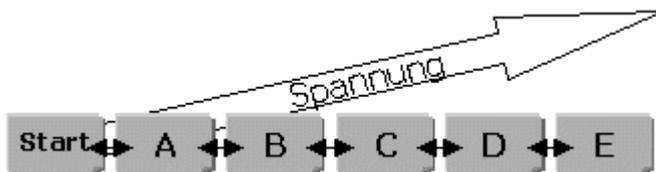
## Vorsichtige Vorgehensweise ist sinnvoll

Trotz alledem sind Bewerbungspräsentationen nicht überall willkommen. Die Ursache dafür kann in **Vorbehalten gegenüber den neuen Medien** oder **technischen Einschränkungen** des Betriebes liegen. Daher sollte sich im Zweifelsfall grundsätzlich erkundigt werden, ob diese Form der Bewerbung willkommen ist. Es empfiehlt sich derzeit noch, die Bewerbungspräsentationen als Extra (oder Highlight) der klassischen Unterlagen zu sehen. Kann die Präsentation nicht betrachtet werden, so kann sich der Personalverantwortliche auf die klassischen Unterlagen stützen. Die zusätzliche CD-Rom im Umschlag oder der Verweis auf eine Bewerbungshomepage demonstrieren zumindest, dass der Bewerber sehr engagiert an seine Bewerbung gegangen ist und im Umgang mit den neuen Medien geübt zu sein scheint.

Sofern das eigene Bewerberprofil in einen der zahlreichen **Internetstellenmärkte** eingetragen ist, stellt die eigene Bewerberhomepage eine **gute Ergänzung zum oft sehr standardisierten Bewerberprofil** dar und es ist durch die Struktur des Internets gewährleistet, dass durch einen kurzen Mausklick die Homepage ohne größere Umstände umgehend erreicht wird. Oft nehmen Unternehmen mit geeigneten Kandidaten, deren Profil sie aus einer Bewerberdatenbank im Internet entnommen haben, den ersten Kontakt via E-Mail auf. Die Schlussfolgerung, hier mit einer Bewerbungsemail zu antworten, ist naheliegend; es sei denn, das Unternehmen bittet ausdrücklich um schriftliche Unterlagen.

## 4.3.5.4.5. Gestaltung und Aufbau von Bewerbungspräsentationen

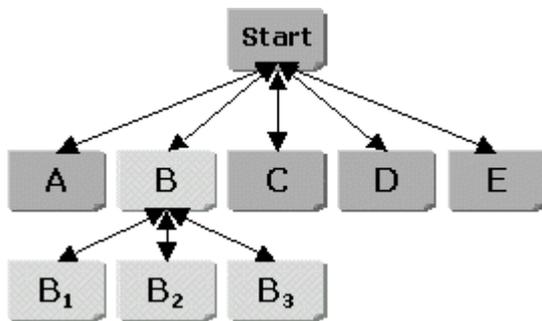
Nicht nur den Inhalten der Bewerbungspräsentation sollte entsprechend der AIDA-Formel große Aufmerksamkeit gewidmet werden, um den Betrachter von Anfang bis Ende zu fesseln und letztendlich dazu zu bringen, den Bewerber zu einem Vorstellungsgespräch einzuladen. Es bedarf auch eines sinnvollen Aufbaus (Gliederung) und einer ansprechenden Gestaltung, die übersichtlich die für den Adressaten relevanten Informationen vermittelt.



**Linearer Aufbau:** Bei einem linearem Präsentationsaufbau reihen sich die einzelnen Seiten wie Perlen an einer Schnur hintereinander auf. Der Betrachter muss folglich mit der ersten Folie der Präsentation beginnen und sich gradlinig bis zur letzten

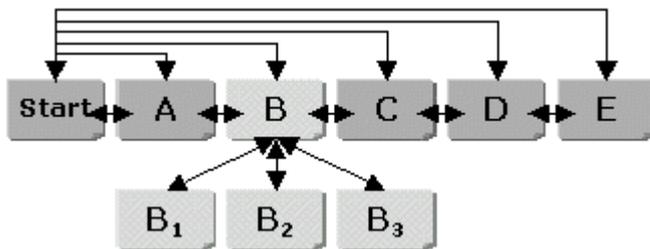
# T@lentMarketing in der Arbeitsvermittlung

durcharbeiten, was gewährleistet, dass er keine wichtigen Informationen überblättert. Diese Form eignet sich gut, um die Spannung langsam ansteigen zu lassen; nach einem interessanten Einstieg wird bis zur letzten Folie die Spannung gesteigert, um beim Betrachter von Folie zu Folie Neugier auf die noch zu erwartenden Inhalte zu erzeugen.



**Variabler Aufbau:** Auf der Startseite einer Präsentation mit variabler Struktur findet sich ein Auswahlmenü, das dem Betrachter erlaubt, je nach Interessenlage zu einer beliebigen Seite mit einem bestimmten Thema zu bewegen. Die Unterseiten ihrerseits können wiederum verschachtelt werden. Der große Vorteil eines solchen Aufbaus liegt darin, dass der Betrachter an keine feste Reihenfolge der Präsentation gebunden ist und sich die für ihn relevanten Informationen selber zusammen stellen

kann. Die Gefahr, dass der Leser dabei wichtige Informationen übersieht oder gar die Orientierung in der Vielzahl von Auswahlmöglichkeiten verliert, sollte nicht unterschätzt werden.



**Linearer Aufbau mit Ergänzungen durch variablen Aufbau:** Für Bewerber, die kurz und bündig über wesentliche Aspekte ihrer Person und ihres Könnens unterrichten wollen, ist der lineare Aufbau geeignet. Auch im Umgang mit Präsentationsprogrammen ungeübte Personen sollten diese Form wählen, da hier die Aufmerksamkeit verstärkt

# T@lentMarketing in der Arbeitsvermittlung

auf die Inhalte und weniger auf die Gliederung sowie die Navigation gerichtet werden kann. Nicht nur Gesamtaufbau und Gliederung tragen zum Erfolg einer Bewerbungspräsentation bei. Auch die Gestaltung jeder einzelnen Seite der Präsentation ist Grundlage für den Gesamterfolg des Vorhabens. Dabei ist insbesondere nachfolgenden Kriterien Rechnung zu tragen:

**Lange Textpassagen** und **ein komplizierter Satzbau** schrecken viele Betrachter nicht nur bei der Betrachtung konventioneller Unterlagen ab. Auch für Multimediapräsentationen gilt dies, da deren Erfassung Konzentration verbunden mit Anstrengung erfordern und dies Zeit in Anspruch nimmt. In der Vergangenheit hat es sich unter diesem Gesichtspunkt bewährt, **mit Aufzählungen zu arbeiten**, wobei pro Seite neben der Überschrift oder einem Einleitungssatz nicht mehr als 6-8 Punkte pro Aufzählung Verwendung finden sollten. Um die Lesbarkeit zu verbessern, können die einzelnen Aufzählungspunkte auch durch Leerzeilen getrennt werden. Eng verbunden mit der Lesbarkeit ist auch die Wahl der **Schriftart und Schriftgröße**. So können mit bestimmten Schmuck- und Schreibrchriften auf großen Monitoren tolle Effekte erzielt werden. Dabei ist aber immer zu bedenken, dass der Empfänger eventuell mit einem kleineren Bildformat mit geringer Auflösung auskommen muss, auf der bestimmte Schriften aufgrund ihrer Form oder Größe kaum noch zu entziffern sind.

Gerade unerfahrene Anwender von Präsentationsprogrammen erfreuen sich an den vielen Möglichkeiten, die unterschiedlichsten **Hintergrund- und Textfarben** miteinander zu kombinieren. Allerdings sind bestimmte Kombinationen von vorneherein ungeeignet für die Bildschirmdarstellung; so ist roter Text auf schwarzem Hintergrund nur sehr schwer zu entziffern und gelber Text auf blauem Hintergrund fällt zwar in das Auge, strengt aber auch sehr an. Dabei gelten Farben wie Schwarz, Rot oder Grün auch in der schriftlichen Bewerbung als emotionsgeladene Farben und sollten nur sehr dosiert verwendet werden, damit der Betrachter mit der Präsentation unterschwellig positive Aspekte assoziiert. Zudem ist ein **einheitliches Design** für alle Folien zwingend, da so ein abgerundetes Gesamtbild erzeugt wird und jede Folie der Präsentation eines bestimmten Bewerbers zugeordnet werden kann.

Ähnliches gilt für die **Position von Überschriften und Navigationselementen**; es erleichtert dem Betrachter das Sich-Zurecht-Finden und die Navigation auf den einzelnen Seiten ungemein, wenn bestimmte Elemente auf jeder Seite ähnlich platziert und in Design und in ihrer Form einander gleichen. Damit bleibt dem Betrachter erspart, sich auf jeder neuen Seite fragen zu müssen, an welcher Stelle er nun Informationen findet oder wie er zur nächsten Seite gelangt.



**Beispiel für eine einfache Seitenstruktur:** Ein Beispiel für den Aufbau der Seiten einer Präsentation. Der Bildschirm enthält oben und unten zwei Balken. Der untere dient der Navigation, indem sich hier zwei Schalter zum Vor- und Zurückblättern finden und eine Schaltfläche, um zur Anfangsseite zurück zu kehren. Der obere Balken beherbergt die Überschrift in fetter Schrift und darunter steht im kleinen Balken der Seitentitel. Der Rest des Schirms kann mit den jeweiligen Inhalten gefüllt werden.

## 4.3.5.4.6. Mögliche Inhalte einer Bewerbungspräsentation

Personalchefs haben zur Sichtung der Bewerbungsunterlagen nur wenig Zeit und wollen die wichtigsten Informationen schnell und ohne großen Aufwand aus der Bewerbung entnehmen können. Eine gute Bewerbung, unabhängig davon, ob es sich um eine konventionelle oder eine Multimediapräsentation handelt, gibt eindeutige Antworten auf folgende drei Fragestellungen:

**Wer ist der Bewerber?** Diese Fragestellung bezieht sich sowohl auf Vergangenheit als auch auf die Gegenwart. Interessant sind z.B. die Herkunft, Bildung sowie der berufliche Werdegang

# T@lentMarketing in der Arbeitsvermittlung

des Kandidaten. Dazu gehören auch Einstellungen und Werthaltungen. Letztendlich gilt es, ein aussagekräftiges Persönlichkeitsprofil zu erhalten.

**Was kann der Bewerber?** Unter dem Können werden nicht nur formal erworbene fachliche Qualifikationen verstanden, sondern natürlich auch sogenannte weiche Einstellungskriterien, wie Kommunikations- und Interaktionsfähigkeit sowie die Fähigkeit andere zu überzeugen und für sich gewinnen zu können (in den Sozialwissenschaften wird dieses Bündel von Begriffen unter Sozialkompetenz zusammen gefasst).

**Was will der Bewerber?** Selbstverständlich stehen an dieser Stelle die **beruflichen Ziele** im Vordergrund und es wird überprüft, ob diese und die Unternehmensziele konkurrierend oder im günstigsten Fall kongruent sind. Aber auch die **persönlichen Ziele** werden einer genauen Betrachtung unterzogen, da sich viele Bewerber oft nicht darüber im Klaren sind, dass eine steile Karriere mit hohem Einkommen mit dem Ziel „viel Zeit für Hobbys und Familie“ im seltensten Fall zum gleichen Zeitpunkt realisiert werden.

Folglich ist es Aufgabe einer guten Bewerbung, dem Arbeitgeber ein aussagekräftiges Persönlichkeitsprofil vorzustellen, auf die besonderen fachlichen und sozialen Kompetenzen aufmerksam zu machen und aufzuzeigen, dass die eigenen Ziele und Fähigkeiten realistisch eingeschätzt werden.

Im Rahmen der vorangegangenen T@lentMarketingprojekte in München, Wolfsburg und Mannheim wurden bereits zahlreiche Bewerbungspräsentationen erstellt. Aus der Vielzahl der unterschiedlichen Lösungswege der Teilnehmer wurde schnell deutlich, dass es sowohl

gestalterisch als auch inhaltlich keinen absolut richtigen Weg gibt, durch eine bestimmte Gestaltung oder die Darstellung bestimmter Inhalte eine erfolgreiche Präsentation zu erstellen. Vielmehr gilt es, einen individuell treffenden Lösungsweg zu finden, mit dem Wollen, Können und das Wesen des Bewerbers ausreichend und ansprechend dargestellt werden kann. Daher wird an dieser Stelle mit Bedacht auf die Vorgabe bestimmter zum Erfolg unbedingt erforderlicher Inhalte verzichtet. Zur Anregung allerdings eine Auswahl von Folien-Headlines, die von Versendern multimedialer Bewerbungspräsentationen häufig gewählt werden: Sie sollen lediglich als Anregung dienen.

## Wer ich bin:

- Curriculum Vitae; Lebenslauf; biographische Daten
- Meine Familie
- beruflicher Werdegang
- Interessen; Neigungen; Hobbys; Freizeitaktivitäten
- Kontaktadresse; Wenn Sie mich erreichen wollen
- ...

## Was ich kann:

- Schulabschlüsse
- Besondere Kenntnisse und Fähigkeiten
- Berufliche Qualifikationen
- Mein letztes Zeugnis
- Außerschulische Erfahrungen
- Ehrenamtliche Tätigkeiten
- Veröffentlichungen
- Das kann ich Ihnen anbieten
- Diese Fähigkeiten kann ich einbringen
- ...

## Was ich will:

- Berufliche Ziele; Was ich beruflich erreichen will
- Private Ziele; Was ich privat erreichen will
- Mein Berufswunsch; Warum ich die Aufgabe ... anstrebe; Was mich an der ausgeschriebenen Stelle reizt
- Gründe, die für Ihr Unternehmen sprechen; Warum ich gerne bei der Firma „Muster KG“ anfangen würde;
- Wie ich mir meine Tätigkeit bei Ihnen vorstelle
- Erwartungen an meinen zukünftigen Arbeitsplatz / Arbeitgeber
- ...

### 4.3.5.4.7. Technische Aspekte der Erstellung

# T@lentMarketing in der Arbeitsvermittlung

Neben den bereits benannten vielfältigen Versandwegen gibt es auch zahlreiche Wege bzw. Programme, um eine eigene Bewerbungspräsentation zu erstellen. Daher kann nicht auf jede spezifische Eigenheit der in Frage kommenden Programme eingegangen werden, da dies den Rahmen dieser Unterlagen bei weitem sprengen würde. Aus diesem Grunde wird nur auf die wichtigsten technischen Kriterien bei der Erstellung von Bewerbungspräsentationen eingegangen, die grundsätzlich für die Gestaltung von Internetseiten bzw. Multimediapräsentationen gelten und zu beachten sind, um dem Empfänger ein problemloses Betrachten der Präsentationen zu ermöglichen.

Natürlich zeugt die **Verwendung neuester Techniken und Programme** davon, dass die Kenntnisse des Bewerbers, was die Verwendung der neuen Medien angeht, auf aktuellem Stand und der technischen Entwicklung angepasst sind. Bei dieser Vorgehensweise wird allerdings nicht berücksichtigt, dass in vielen Firmen dies nicht der Fall ist bzw. die Kenntnisse des Empfängers nicht so weit reichen wie die des Absenders. Das kann dazu führen, dass auf dem Computer eines Dritten Inhalte und Gestaltung unrichtig bzw. verzerrt wiedergegeben werden. Im schlimmsten Fall hat der Empfänger keine Möglichkeit, die Präsentation abzuspielen oder ist gar darüber verärgert, dass er Unterlagen erhält, die nicht oder nur mit sehr großem Aufwand betrachtet werden können.

Daher empfiehlt es sich, die Präsentationen in Standards abzuspeichern, von denen ausgegangen werden kann, dass sie weit verbreitet bzw. mittlerweile Allgemeingültigkeit erreicht haben. Im Zweifelsfall sollten die **Präsentationen in älteren Formaten abgespeichert** werden. Auch auf umfangreiche PlugIns oder Scriptsprachen wird besser verzichtet. In vielen Firmennetzwerken ist die Ausführung solcher Elemente theoretisch zwar möglich, aber durch interne Sicherheitseinstellungen aus Angst vor Hackerangriffen unterbunden worden.

Bei der Verwendung von HTML ist es ratsam, die Präsentation **auf die beiden großen Browser von Microsoft und Netscape abzustimmen**. Beides sind zwar die gängigen Betrachter für Internetseiten, verwenden aber zum Teil vollkommen unterschiedliche Befehle und interne Standards, so dass eine Seite, die auf dem Internetexplorer einen hervorragenden Eindruck hinterlässt, im Netscapenavigator nur mit Einschränkungen bzw. fehlerhaft dargestellt wird.

Ein besonderes Augenmerk sollte auch auf die **verwendeten Schriftarten** gerichtet werden und das nicht nur wegen der bereits erwähnten Lesbarkeit. Oft kann der Rechner des Empfängers nur Schriftarten darstellen, die auf dem eigenen System auch installiert sind. Hat der Absender hingegen andere Schriftarten definiert, so werden diese oft durch alternative, dem Rechner zur Verfügung stehende Schriftarten ersetzt, die ggf. den Gesamteindruck verfälschen.

Zwar besteht die Möglichkeit, verwendete Schriftarten in eine Bewerbungspräsentation einzubinden, wodurch diese in der Präsentation mit abgespeichert werden und auch beim Empfänger nicht verloren gehen. Dies verlängert allerdings die Downloadzeiten immens, da alle zur Betrachtung notwendigen Schriftarten erst herunter geladen werden müssen, ehe die Präsentation betrachtet werden kann. Da bei der Versendung der Präsentation auf CD-Rom die Größe der Datei kaum eine Rolle spielt, wäre eine Einbindung in einem solchen Fall allerdings ratsam. Nachfolgende Schriftarten sind auf fast jedem Windows-Rechner installiert und können daher im Regelfall problemlos verwendet werden:

Arial	Courier New
Arial Black	Verdana
Arial Narrow	Times New Roman

**Bilder, Graphiken und Videos** sind in Multimediapräsentationen unverzichtbare Gestaltungselemente. Allerdings können diese den Speicherbedarf der Präsentation unnötig aufblähen. So kann ein eingescanntes Bewerbungsfoto schnell ein bis zwei Megabyte umfassen. Im Regelfall werden Vorlagen nach dem Scannen im speicherintensiven tif-Format abgelegt. Werden diese Bilder nun unbehandelt in die Präsentation eingefügt, behalten sie oft ihr umfangreiches Volumen, wodurch sich Download und Wartezeiten unnötig verlängern.

**Bilder** sollten grundsätzlich vor dem Einfügen **mit einem Grafikprogramm optimiert** werden, bevor sie in die Präsentation eingefügt werden. So empfiehlt sich z.B. für Fotos und Portraits die Speicherung im jpg-Format und für Schaltflächen und Graphiken das gif-Format. In den meisten Grafikprogrammen lassen sich diese Formate in der Option „Speichern unter...“ definieren.

#### **4.3.5.4.8. Programme und weitere Möglichkeiten zur Gestaltung der eigenen Bewerbungspräsentation**

Zur Erstellung von multimedialen Bewerbungspräsentationen stehen dem Bewerber zahlreiche Programme und Hilfsmittel zur Verfügung, die es sowohl Laien als auch Computerspezialisten erlauben, in kurzer Zeit den eigenen Fähigkeiten entsprechende Ergebnisse zu erzielen. Bei der Wahl der Hilfsmittel sollte bedacht werden, welche Ziele mit der Präsentation verfolgt werden. Der IT-Professional sollte mit der Präsentation nicht nur inhaltlichen und gestalterischen Aspekten gerecht werden, sondern durch die Anwendung berufsrelevanter Techniken unter Beweis stellen, dass es sich hier um einen Profi handelt, der mit seiner Bewerbung zugleich eine Arbeitsprobe abliefert. Daher wirkt der Einsatz einfach zu bedienender Erstellungshilfen in diesen Berufsgruppen eher kontraproduktiv, da dadurch der Eindruck erzeugt wird, das Fachkönnen des Bewerbers reiche über diese einfachen Techniken nicht hinaus oder es wird mangelndes Interesse unterstellt, dass der Bewerber den einfachsten Lösungsweg bevorzugt hat. Internetprofis sollten daher ganz auf Hilfsprogramme verzichten und ihr handwerkliches Geschick mittels handgeschriebenem Quelltext demonstrieren.

Bei Bewerbern anderer Berufszweige steht nicht so sehr die Demonstration technischer Fertigkeiten im Vordergrund. Die multimediale Präsentation ist Mittel, Persönlichkeit, personale Stärken und Kreativität zu demonstrieren. Hier muss nicht unbedingt mit professioneller Software und komplizierten Techniken gearbeitet werden. Ganz im Gegenteil gilt es, eine effektive Selbstdarstellungsmöglichkeit zu finden, ohne das Risiko einzugehen, an den technischen Details nach kurzer Zeit zu scheitern. Zudem wirkt eine mit professionellen Hilfsmitteln gestaltete Bewerbungspräsentation, der auf den ersten Blick anzusehen ist, dass der Absender von der Anwendung der dazugehörigen Techniken nur wenig Ahnung hatte und welche voll von Anfängerfehlern ist, nicht gerade das beste Licht auf den Bewerber. Nachfolgend sollen einige Möglichkeiten skizziert werden, mittels derer auch der nicht ganz unerfahrene Computerlaie ansprechende Bewerbungspräsentationen ohne allzu großen technischen und finanziellen Aufwand erstellen kann.

**Präsentationsprogramme der Officepakete:** Neben Textverarbeitung und Tabellenkalkulation ist in die meisten Officepakete auch ein Präsentationsprogramm integriert, mit welchem sich Overheadfolien, aber auch multimediale Bildschirmpräsentationen erstellen lassen. Zu den am häufigsten genutzten gehört Microsofts PowerPoint, das auf fast jedem Büro-PC installiert ist. Da diese Anwendungen in ihrer Bedienung stark an die Textverarbeitung des jeweiligen Officepaketes angelehnt sind, kann nach einer kurzen Einarbeitung nahezu jeder, der Erfahrung im Verfassen von Texten am Bildschirm hat, bereits erste einfache Präsentationen erstellen. So waren die Teilnehmer von T@lentMarketing-Seminaren bereits nach einer Einarbeitungszeit von 1,5 Stunden in der Lage, sehr ansprechende Bewerbungspräsentationen vorzulegen. Neben der einfachen Bedienung ist auch die Weitergabe der Präsentationen relativ problemlos, da auf nahezu jedem Rechner PowerPoint installiert ist und sich daher Kompatibilitätsprobleme in Grenzen

halten. Zudem können Präsentationen in Internetseiten umgewandelt und im Internet veröffentlicht werden.

**HTML-Editoren.** Die Zeit, in der nur Experten Internetseiten ins weltweite Datennetz stellen konnten, ist durch die Entwicklung moderner Editoren vorbei. Sie sind im Regelfall so ähnlich zu handhaben wie Text- oder Bildbearbeitungsprogramme und generieren den erforderlichen Quelltext vollkommen automatisch. So ist dem frei erhältlichen Netscape Navigator der Editor Composer beigelegt. Auch Microsofts Internetexplorer beinhaltet bis zur Version 4.0 ein ähnliches Pendant mit dem Namen FrontPageExpress, das an vielen Stellen noch im Internet herunter geladen werden kann. Zudem sind im Handel derzeit bereits viele kostengünstige Programme erhältlich, mit denen Einsteiger ohne große Probleme eigene Internetseiten erstellen können.

**Serviceangebote im Internet.** Mittlerweile bieten viele Anbieter im Internet nicht nur Speicherplatz für die eigene Internetseite, sondern auch die Möglichkeit, eigene HTML-Dokumente automatisch generieren zu lassen. Auch einige Anbieter von Internetstellenmärkten sind dazu über gegangen, Bewerbern die Möglichkeit zu eröffnen, automatisch Bewerberhomepages erstellen zu lassen. Die notwendigen Daten in Form von Texten und Bildern werden an den Anbieter versandt und daraus dann die Internetseite erstellt.

## 4.3.5.5. Das Stellengesuch in Tageszeitung und Internet

Neben Stellenangeboten finden sich in den meisten Tageszeitungen seit langer Zeit schon Stellengesuche. Leider sind diese Anzeigen oft kostenpflichtig und der Abdruck eines aussagekräftigen Bewerberprofils würde sehr viel Geld kosten, das die meisten Jobsucher nicht haben.

Mit dem Internet bietet sich nun aber auch die Möglichkeit, kostenlos Stellengesuche aufzugeben. Die meisten Jobbörsen bieten nicht nur Arbeitgebern die Möglichkeit, Stellenangebote zu veröffentlichen, oft können auch Bewerber ihr Stellengesuch kostenlos eintragen, damit es von interessierten Arbeitgebern gefunden wird.

### Vorteile von Stellengesuchen im Internet für Bewerber

- 👉 kostenlose Veröffentlichung
- 👉 das Profil steht deutschland- bzw. weltweit zur Einsicht bereit
- 👉 ein einmal veröffentlichtes Profil kann im Regelfall jederzeit wieder abgeändert bzw. weiter entwickelt werden
- 👉 flexible Bewerber können unterschiedliche berufliche Ziele verfolgen, indem sie für jede in Frage kommende berufliche Alternative ein Stellengesuch aufgeben
- 👉 der Bewerber demonstriert, seine Aufgeschlossenheit gegenüber den neuen Medien
- 👉 auch Stellen des latenten Personalbedarfs werden berücksichtigt
- 👉 das oft weitgehend standardisierte Bewerberprofil kann im Regelfall durch Freitexte oder Verweise auf die eigene Bewerbungshomepage sinnvoll ergänzt werden

Grundsätzlich sind zwei Formen von Stellengesuchen möglich. Bei der einfachen Variante kann der Bewerber, ähnlich eines Stellengesuchs in einer Tageszeitung, einen kurzen Text mit einer Headline eingeben, der dann in einer berufsspezifischen Rubrik zusammen mit anderen Stellengesuchen aufgelistet wird.

Viele große Stellenmärkte bieten den Bewerber mittlerweile die Möglichkeit, ein umfangreiches Profil zu veröffentlichen, das in eine Datenbank eingefügt wird, die von interessierten Arbeitgebern systematisch durchsucht werden kann. Mit Hilfe von Eingabemasken werden die wichtigsten Daten abgefragt.

Das wären z.B.

- Name und Anschrift
- Sprachkenntnisse

# T@lentMarketing in der Arbeitsvermittlung

- Telefonnummer und E-Mailadresse
- Adresse der Homepage
- Geschlecht
- Nationalität
- Berufsabschluss
- Berufserfahrung
- Beschreibung des gewünschten Tätigkeitsbereiches
- Regionale Mobilität
- Gehaltsvorstellungen
- ...

Daneben können in vielen Feldern oft auch Freitexte formuliert werden (z.B. bei beruflichem Werdegang, Kenntnissen etc.). Damit unterscheidet sich ein solches Stellengesuch kaum noch von einer Zielgruppenkurzbewerbung.

Geachtet werden sollte darauf, dass die Adressdaten auf Wunsch des Bewerbers nicht heraus gegeben werden, sondern auch die Möglichkeit besteht, dass interessierte Betriebe nur eine Chiffrenummer erhalten und es dem Bewerber überlassen bleibt, ob er Kontakt mit dem Unternehmen aufnimmt.

## Tipps für den erfolgreichen Eintrag in Internetstellenbörsen:

- Nehmen Sie sich für den Eintrag Zeit und wägen Sie Ihre Formulierungen sorgsam ab; Rechtschreibfehler und andere Unachtsamkeiten sind absolut verpönt! Dies gilt insbesondere für die Formulierung freier Texte.
- Bei vielen Stellenmärkten erhalten Sie eine Benutzerkennung und ein Passwort, um ihr Profil verwalten zu können. Bei Eintragung in viele Stellenmärkte verlieren Sie bei schlechter Buchführung schnell den Überblick. Führen Sie daher für jedes Profil eine Liste mit folgenden Angaben:
  - Internetadresse des Anbieters
  - Berufsbezeichnung, für die das Profil erstellt wurde
  - Datum der Erstellung
  - Benutzername
  - Benutzerkennung / Passwort
  - Datum, an welchem Ihr Profil automatisch gelöscht wird
- Oft fragen die Anbieter immer wieder die gleichen Informationen ab. Schreiben Sie die wichtigsten Informationen und Texte in aller Ruhe offline mit einem Textverarbeitungsprogramm vor und kopieren Sie später Ihre Angaben in die dafür vorgesehen Felder. In der Textverarbeitung können Sie auch die Rechtschreibprüfung nutzen.
- Vergessen Sie nicht, die Adresse Ihrer privaten Homepage (sofern vorhanden) an geeigneter Stelle einzutragen. Dies allerdings nur, wenn diese zusätzliche für den Arbeitgeber nützliche Informationen enthält.

## Tipps für die erfolgreiche Veröffentlichung Ihre Profils in der Tageszeitung oder als kurzer Text im Internet:

- Nennen Sie bereits in der Headline Ihre Stärken und Ihr berufliches Ziel
- Gehen Sie im Text auf folgende Punkte ein:
  - Was können Sie / Was sind Ihre persönlichen Stärken / welche Berufserfahrungen haben Sie sammeln können?
  - Was wollen Sie / Was suchen Sie (Branche, Position, Zielgruppe)?
  - Wie ist es um ihre regionale Mobilität bestellt?
- Um möglichst viele potentielle Arbeitgeber zu erreichen, veröffentlichen Sie Ihr Gesuch in der Samstagsausgabe der Zeitung (auch wenn viele Betriebe am Wochenende nicht arbeiten, ist für die meisten Menschen und dazu gehören auch Personalverantwortliche das sonntägliche Zeitungslesen ein unumstößliches Ritual
- Wenn Sie Experte auf einem bestimmten Gebiet und bundesweit mobil sind, sollten Sie Ihr Stellengesuch besser in einer Fachzeitschrift veröffentlichen, als in

## 4.4. Erfolgskontrolle (Phase 4)

Während des gesamten Prozess muss natürlich kontrolliert werden, ob mit den angewendeten Strategien sich auch ein Zielerfolg eingestellt hat bzw. ob der Bewerber auf dem richtigen Weg ist, seine Ziele zu erreichen. Ist dies nicht der Fall müssen neue Maßnahmen / Strategien aufgegriffen werden. Manchmal müssen aber auch Ziele revidiert werden, da sich heraus gestellt hat, dass diese trotz aller Bemühungen nicht erreicht werden können.

Grundlage für eine geeignete Erfolgskontrolle ist eine genaue Buchführung sämtlicher Aktivitäten, so dass immer nachvollzogen werden kann, was bisher geschehen ist. Viele Bewerber legen sich für jede Bewerbung einen kurzen Ordner an, in welchem in chronologischer Folge alle wichtigen Unterlagen zu finden sind.

### Elemente dieses Ordners könnten sein:

- **Deckblatt** mit der Übersicht aller bewerbungsrelevanten Daten:
  - Firma bei der sich beworben wurde
  - Stelle
  - Ansprechpartner
  - Bewerbungsdatum
  - Art der Bewerbung und der Unterlagen (klass. Bewerbung; E-Mail-Bewerbung etc.)
  - Weitere Kontakte mit Datum und kurzer Beschreibung
  - Nächste Schritte und weitere Termine
- Das ursprüngliche Stellenangebot
- Weitere Informationen zum Betrieb und der ausgeschriebenen Stelle
- Kopien der Bewerbungsunterlagen
- Reaktionen des Betriebes (Antwortschreiben, Telefonnotizen)

Diese Informationen sind auch wichtig für die Vorbereitung von Vorstellungsgesprächen. Ein Bewerber sollte beim persönlichen Gespräch schon wissen, was er zuvor in seinem Bewerbungsschreiben angeführt hat. Widersprüchliche Aussagen im Vorstellungsgespräch sind für eine erfolgreiche Bewerbung nicht förderlich!

### Auch Absagen können helfen:

Natürlich sind viele Bewerber enttäuscht, wenn der Betrieb mit einer Absage reagiert. Oft werden die Unterlagen gleich entsorgt oder, was noch bedenklicher ist, mit einem neuen Anschreiben versehen, ungeprüft zu einem anderen potentiellen Arbeitgeber geschickt.

Die Absagen sollten dazu genutzt werden, genau zu studieren, worin das Scheitern letztendlich begründet ist. Die Gründe können vielfältig sein und auf den ersten blick ist das Problem nur schwer zu erkennen.

Einige Gründe, die Frage kommen könnten:

- Nichteignung des Bewerbers
- Zu starke Konkurrenz
- Ungeeignete Bewerbungsstrategie oder Formfehler in den Unterlagen
- Überschreitung von Bewerbungsfristen
- Keine freien Stellen vorhanden (bei Initiativbewerbungen)
- ...

# T@lentMarketing in der Arbeitsvermittlung

Zumindest eine Überprüfung der zurück erhaltenen Unterlagen auf Formfehler sollte auf keinen Fall unterbleiben.

Leider sind die meisten Absageschreiben der Arbeitgeber wenig aufschlussreich darüber, warum es nun konkret zu einer Absage gekommen ist. Hier sollte sich der Bewerber nicht scheuen, den Arbeitgeber nochmals zu kontaktieren und nach den Gründen zu fragen. Verletzter Stolz und vorwurfsvolle Fragen sind allerdings unangebracht. Der Bewerber sollte zeigen, dass er gewillt ist, besser zu werden und Niederlagen konstruktiv nutzt. Dies hinterlässt Eindruck beim Arbeitgeber und ggf. wird dies bei der nächsten Bewerbung im Betrieb positiv angerechnet.

## 5. Weitere Strategien nach der ersten Interessenbekundung des Arbeitgebers

### 5.1. Artikel: 16 Tipps für ein erfolgreiches Vorstellungsgespräch<sup>18</sup>

#### Tipp 1. Gut informiert ist halb gewonnen

Verschaffen Sie sich alle wichtigen Informationen über Aktivitäten, Erfolg und Unternehmenskultur Ihres Wunscharbeitgebers. Viele Konzerne präsentieren sich im Internet. Weitere ergiebige Quellen sind: Handelsregister, Wirtschaftsverbände, Zeitungsarchive. Manche Banken haben öffentlich zugängliche Archive mit Presse- und Geschäftsberichten ihrer Kunden. Achten Sie besonders auf aktuelle Probleme und Projekte des anvisierten Arbeitgebers, auf die sie im Gespräch vielleicht eingehen können.

Wenn Sie in einer Bank arbeiten möchten, betreten Sie ruhig einmal die Schalterhalle als vermeintlicher Kunde. Üben Sie „Method acting“ auch am Telefon: **Die Presseabteilung großer Unternehmen schickt Ihnen Material**, wenn Sie wichtig genug wirken.

#### Tipp 2. Mögliche Fragen, mögliche Antworten

Gehen Sie Ihre Unterlagen noch einmal genau durch, überlegen Sie, an welchen Stellen der künftige Chef eventuell mehr wissen will, was erklärungsbedürftig sein könnte. Bereiten Sie Antworten vor.

**Denken Sie dabei nicht nur an schlechte Zeugnisnoten oder Lücken im Lebenslauf.** Wenn Sie etwa Bergsteigen als Hobby nennen, rechnen Sie damit, dass man Sie nach Ihren bevorzugten Wandergründen fragt oder nach gefährlichen Erlebnissen und wie Sie sie gemeistert haben. Überlegen Sie vorsorglich auch, mit welchem Lieblingsbuch Ihr zukünftiger Arbeitgeber Sie identifizieren soll ...

#### Tipp 3. Selbstbewusstsein aufbauen

Stärken Sie Ihr Selbstbewusstsein, indem Sie alle Dinge, die Sie in Ihrem Leben, beruflich oder privat erreicht haben, aufschreiben. Machen Sie sich klar, warum Sie gut sind und dementsprechend die erste Wahl für den Wunschjob. Vergleichen Sie das Stellenprofil mit ihrem Qualifikationsprofil. Lesen Sie diese Notizen öfters durch, damit Sie sie für das Vorstellungsgespräch verinnerlichen.

Pauken Sie keine Formulierungen, aber üben Sie ruhig einmal laut Antworten auf kritische Fragen. Checken Sie vor dem Spiegel **Mimik und Gestik**. Wer mit den Fingern trommelt oder die Brille ständig abnimmt, wirkt nervös und aggressiv.

#### Tipp 4. Kleider machen Leute

Planen Sie die Kleiderfrage rechtzeitig. **Ein einheitlicher Dresscode existiert nicht, alles geht, solange es gepflegt wirkt** und Sie sich darin wohl fühlen. In der Banken-, Versicherungs- und Beraterbranche kommt eine konservative Garderobe nach wie vor gut an, bei kreativen und innovativen Berufen ist der klassische Business-Look eher out.

Wenn Sie sich für das Bewerbungsgespräch neu einkleiden, tragen Sie das Outfit vorher mindestens einmal. So wirkt es weniger steif und Sie wissen, ob Sie sich dauerhaft darin wohl fühlen. Auf dem Weg zum Gespräch festzustellen, dass der Rock zu kurz ist oder die Hose beim Sitzen kneift, verunsichert zusätzlich.

**Bleiben Sie möglichst dezent. Die Primadonna ist wenn, dann der Personalchef.**

Vermeiden Sie also tunlichst, ihn mit Ihrem neuesten Armani-Jackett in den Schatten zu stellen. Übertriebenes Understatement verkürzt Ihr Engagement bei der Firma allerdings ebenfalls.

**Auch bei der Frisur ist der Schnitt nicht so entscheidend, wie die Gepflegtheit.** Sehr lange Haare bei Männern kommen bei vielen Personalchefs nicht gut an, ebenso wenig wie dick aufgetragene Schminke, auffälliger Schmuck und aufdringliches Parfum beim weiblichen Geschlecht.

<sup>18</sup> Quelle: <http://focus-online.de/D/DB/DBD/DBDX/dbdx.htm>; 27.02.01; 17.30h

## **Tipp 5. Wer zu spät kommt ...**

Pünktlichkeit beim Vorstellungstermin ist oberstes Gebot. Wer zu spät kommt, den bestraft die Personalabteilung. So lächerlich es klingt: **Machen Sie sich deshalb vorher mit dem Anfahrtsweg vertraut.** Kümmern Sie sich um die Fahrzeiten von Bus und Bahn und planen Sie auch das letzte Stück zu Fuß mit ein.

Eine Verspätung verursacht einen schlechten Einstieg, zumal Ihr Gegenüber in der Regel nur begrenzt Zeit hat. Andererseits sollten Sie Ihre Gesprächspartner nicht schon eine Stunde vor dem vereinbarten Termin überraschen – viel mehr als zehn Minuten zu früh sollte man nicht erscheinen.

## **Tipp 6. Die entscheidenden Sekunden**

Viele Psychologen sind davon überzeugt, dass sich in den ersten zehn Sekunden einer Begegnung entscheidet, ob der Gesprächspartner als sympathisch oder nicht, passend oder nicht, empfunden wird. **Was das Gegenüber mit dem ersten Eindruck aufnimmt, ist nachher schwer zu revidieren.**

Seien Sie freundlich, ohne überschwänglich zu wirken. Blicken Sie dem Gesprächspartner offen in die Augen, ohne zu starren. Lächeln Sie und warten Sie ab, bis der Interviewer Ihnen die Hand reicht, drücken Sie diese fest, ohne zu quetschen.

**Achten Sie auf Distanz:** Wer dem Gesprächspartner zu dicht auf die Pelle rückt, weckt Aggressionen.

## **Tipp 7. Der Anfang ist leicht**

... denn das Skript kennen Sie – zumindest dann, wenn Sie sich gründlich vorbereitet haben und das Unternehmen professionell vorgeht. Nach kurzem Eingangsgelächel ist Ihr erster Monolog zum Thema „**Mein Werdegang**“ fällig. Schwafertypen sind in der deutschen Wirtschaft unbeliebt. Kalte Fische allerdings auch – deshalb sollte man nicht kurzangebunden und nüchtern wirken. Wolfgang Lichius von der Kienbaum Personalberatung: „Gehen Sie auf die Situation ein, und verlieren Sie sich nicht in Details.“

## **Tipp 8. Marketing in eigener Sache**

Den weiteren Dialog bestimmt das Unternehmen. Der Personalentscheider schöpft oft aus einem reichen Repertoire an Standardfragen, die sich in jedem guten Anleitungsbuch zum Vorstellungsgespräch finden. Ihre spontanen Antworten können Sie daher von langer Hand planen. Besonders auf zu erwartende stressige Fragen, etwa Lücken im Lebenslauf, sollten Sie sich vorher eine überzeugende **Antwort zurechtlegen.**

Bleiben Sie dabei glaubwürdig. Märchen erzählen fällt auf, wenn die Aussagen nicht zu Ihrem Persönlichkeitsprofil passen – sprich, nicht authentisch wirken. Und Vorsicht: Manche Unternehmen holen sich Referenzen bei Ex-Arbeitgebern, Lehrern oder Professoren.

## **Tipp 9. Mit klugen Fragen punkten**

Professionelle Interviewer führen strukturierte Bewerbungsgespräche und wollen präzise, klare und ehrliche Antworten. Doch auch mit klugen Fragen lassen sich Punkte sammeln. „**Warum**“-Fragen sollten Sie vermeiden, sie klingen leicht nach Kritik. Besser sind offene Fragen, die mit „Wer“, „Was“ oder „Wie“ beginnen und eine längere Auskunft erfordern.

**Sie dürfen und sollen Fragen stellen, die für Ihre Entscheidungsfindung wichtig sind und noch nicht im Laufe des Gesprächs geklärt wurden.** Erkundigen Sie sich allerdings nicht als Erstes nach Urlaubsgeld und -anspruch oder Gleitzeit. Fragen Sie zum Beispiel, mit wem Sie zusammenarbeiten werden. Gern gesehen sind auch Interesse an Unternehmensstrategien, Entwicklungsmöglichkeiten, Einordnung der Stelle im Organigramm. Hilfreich ist es, eine Liste von Fragen schon vor dem Vorstellungsgespräch zu erstellen, da man in der Aufregung sonst die Hälfte vergisst. Übrigens: Unterlagen dabeizuhaben, wirkt nicht unsicher, sondern professionell. Vielleicht spielen Sie aber auch nur eine Statistenrolle. **Manch ein Personalchef sucht statt eines Mitspielers nur ein Publikum.** „Vielredner fühlen sich wohl, wenn ihnen mit Interesse und aktiv zugehört wird“, erklärt Karriereberaterin Sabine Hertwig. „Oft werden Kandidaten eingestellt, die ein schlechtes Gefühl haben, weil sie gar nicht zu Wort gekommen sind.“

## **Tipp 10. Motivation zeigen**

Ihr zukünftiger Arbeitgeber wünscht sich, dass seine Stelle Ihre erste Wahl ist. Erklären Sie deshalb, warum Sie gerade dieses Unternehmen so interessant finden, warum Sie gerade dort Ihre beruflichen Ziele besonders gut verfolgen können. Vergessen Sie nicht: Die Unternehmensziele sind auch Ihre Ziele. Erklären Sie, warum gerade Sie die Firma oder die Abteilung nach vorne bringen können.

## **Tipp 11. Über den Tellerrand schauen**

Wo wollen Sie in fünf Jahren stehen? Auch diese Frage gehört zum Standardrepertoire der Personalchefs. **Man will wissen, ob Sie Perspektiven für sich selbst haben und ob sich diese mit den Vorstellungen des Unternehmens decken.** Längerfristige Planung ist in verantwortlichen Positionen unerlässlich, nur so sind Reichweite und mögliche Konsequenzen von Entscheidungen absehbar.

## **Tipp 12. Ihre Stärken, Ihre Schwächen**

Auch eine beliebte Frage: Welches sind Ihre besonderen Stärken, wo sehen Sie Ihre Schwächen? **Hinreichend bekannt ist der Trick, Schwächen zu nennen, die auch als Stärken interpretiert werden können: Ungeduld etwa oder Perfektionismus.** Langweilen Sie den Personaler nicht mit solchen Standardphrasen, aber seien Sie vorsichtig.

So warnt Karriereberaterin Sabine Hertwig: „Wenn Sie wie aus der Pistole geschossen bekennen, dass Sie Probleme haben, Ordnung zu halten, haben Sie ausgespielt.“ Ein bisschen Futter müsse man zwar schon hinwerfen, aber das sollte vorsichtig dosiert sein. Renate Gutbrod, ebenfalls Karriereberaterin bei Baumgartner Media, empfiehlt schaumgebremste Geständnisse wie: „Ich bin sehr kreativ, manchmal auch etwas unordentlich.“ Am besten dann noch abgemildert durch den Zusatz: „Aber meine Termine halte ich immer ein.“

Versuchen Sie, Ihre Persönlichkeit überzeugend darzustellen. „Wer versucht, eine **Rolle** zu spielen, scheitert in der Regel“, warnt Wolfgang Lichius von der Personalberatung Kienbaum. Denn ein aufgesetztes Verhalten lasse sich kaum über mehrere Bewerbungsrunden konsequent und glaubwürdig durchhalten.

## **Tipp 13. Soziale Kompetenz ist unerlässlich**

Häufig werden Bewerber danach gefragt, wie sie mit den Ex-Kollegen und Vorgesetzten zurechtkamen. Ziehen Sie bloß nicht vom Leder. **Man wird Sie für schwierig und im Ernstfall nicht für teamfähig halten.**

Nennen Sie möglichst objektiv positive und negative Seiten Ihrer alten Arbeitsstelle: etwa mangelnde Fortbildungs- oder fehlende Aufstiegsmöglichkeiten. Das sind gute Gründe, eine Arbeitsstelle zu verlassen. Versäumen Sie aber nicht, auch etwas Positives zu erwähnen: das gute Betriebsklima zum Beispiel.

## **Tipp 14. Worüber man nicht spricht**

Nur noch selten steigern Personalchefs das Lampenfieber der Jobanwärter mit dreisten Unterstellungen oder unerlaubten, unangenehmen Fragen. Dann heißt es cool und zumindest vorübergehend freundlich bleiben. Man will von Ihnen wissen, ob Sie homosexuell, schwanger oder pervers sind? Dann fragen Sie einfach zurück, ob das Voraussetzung für den Job sei.

Geht die „Spanische Inquisition“ weiter, sollten Sie überlegen, ob Sie in diesem Theater Ihre Zukunft sehen. Stressinterviews zeugen meist von einer unangenehmen Unternehmenskultur.

## **Unzulässig sind Fragen nach:**

-  **Parteizugehörigkeit**
-  **Heirat**
-  **Kinderwunsch**
-  **Austritts- oder Kündigungsgrund im früheren Unternehmen**
-  **Öffentlichen Ämtern und Ehrenämtern**
-  **Mitgliedschaft in Vereinen und Verbänden**

- 👉 **Religionszugehörigkeit**
- 👉 **Vorstrafen**
- 👉 **Schwangerschaft**
- 👉 **Gewerkschaftszugehörigkeit**
- 👉 **Vermögensverhältnisse**

## **Tipp 15. Über Geld spricht man schon**

Etwa ein Drittel aller Bewerber wird auf Grund zu hoher Gehaltsvorstellungen abgelehnt. Erkundigen Sie sich deshalb bereits im Vorfeld über die branchenüblichen Gehälter für die Position, die Sie einnehmen wollen. Bietet man Ihnen etwas weniger, verhandeln Sie, aber bestehen Sie im Zweifelsfall nicht auf das Mehr. Machen Sie die Differenz lieber zum Thema des ersten Gehaltsgesprächs mit ihrem neuen Chef, wenn Sie den Job bekommen haben.

## **Tipp 16. Neue Runde, neues Glück**

Zum Ende des Gesprächs sollte geklärt werden, wer sich wann beim anderen meldet. Folgt dem höflichen „Wir kommen auf Sie zu“ eine förmliche Absage, grämen Sie sich nicht. Wir sind nicht auf der Welt, es allen Menschen recht zu machen. Analysieren Sie im Nachhinein, was Sie hätten besser machen können und lernen Sie so für das nächste Gespräch.

## **Kriterien von Personalchefs für das Vorstellungsgespräch: sympathisch, sicher, sprachgewandt**

Personalchefs und -berater filtern Kandidaten anhand von Beurteilungsbögen, die später in die Akten kommen. Ein Auszug:

### **Auftreten:**

sehr gehemmt - nervös - unbefangen - ausgeglichen - sehr selbstsicher

### **Redegewandtheit:**

geringer Wortschatz - sehr schweigsam - formuliert nicht gut - spricht langsam, aber klar und deutlich - sehr gut und treffend

### **Auffassungsgabe:**

braucht mehr Erklärungen als andere - wirkt unkonzentriert - nicht immer schnell genug - erfasst schnell das Wesentliche

### **Einstellung zur Position:**

hätte lieber eine andere Position - sieht die Position nur als Übergangslösung - traut sich die Position nicht ganz zu - sehr positiv, hat großes Interesse

### **Eignung vom Typ her:**

von nicht geeignet bis sehr gut geeignet

### **Fachkenntnisse:**

von nicht geeignet, branchenfremd bis hoch qualifiziert

### **Berufserfahrung:**

keine bis sehr viel Erfahrung

### **Persönlicher Eindruck:**

mit dem Bewerber nicht zurechtgekommen - Bewerber war reserviert, kein Kontakt - zurückhaltend, aber nicht unsympathisch - sehr sympathisch, guter Kontakt

## 5.2. Artikel: Typen von Einstellungstests<sup>19</sup>

Wenn es um die Einstellung künftiger Azubis geht, verlassen sich viele Unternehmen nicht nur auf die Auswahl nach den Noten im Zeugnis oder den Eindruck, den ein Bewerber im Vorstellungsgespräch macht. Bei immer mehr Unternehmen muss der Bewerber sich einem Test unterziehen, um in die nähere Auswahl kommen zu können.

Die Formen der gewählten Testverfahren können recht unterschiedlich sein: Kenntnisprüfungen, Psychologische Testverfahren oder auch praktische Tests, die bestimmte Fähigkeiten, wie z.B. das Feinhandgeschick oder zeichnerisches Talent abprüfen. Eine Sonderform ist das Assessment-Center.

### Kenntnisprüfungen

Mit schriftlichen Kenntnisprüfungen versuchen viele Behörden und Betriebe, sich vor allem einen Eindruck von den vorhandenen Schulkenntnissen (z.B. Rechnen und Deutsch) zu verschaffen. Daneben wird häufig das sogenannte Allgemeinwissen abgeprüft (Erdkunde, Geschichte, Sozialkunde usw.) Da sich diese Kenntnisprüfungen inhaltlich vor allem auf Schulwissen beziehen, entsprechen die Prüfungsaufgaben auch in der Form oft dem, was Sie von der Schule her kennen. So werden Rechtschreibkenntnisse gerne durch ein Diktat oder einen Lückentext überprüft und Allgemeinwissen durch Multiple-Choice-Aufgaben. Bewerber müssen häufig einen Aufsatz zu einem vorgegebenen Thema schreiben und sich durch viele Grundrechnen - und Textrechenaufgaben durchquälen. Häufig ist dabei der Taschenrechner nicht als Hilfsmittel erlaubt. Sie sollten also unbedingt mal wieder üben, ohne diese "Krücke" in der Hand solche Aufgaben zu lösen! Zu viele Schüler fallen durch diese Tests durch, weil sie es einfach nicht mehr gewohnt sind, Brüche oder Prozente ohne Taschenrechner auszurechnen. Im Buchhandel gibt es massenhaft Taschenbücher, mit deren Hilfe man sich auf solche Kenntnisprüfungen vorbereiten und ein wenig üben kann.

### Psychologische Testverfahren

Testverfahren, die von Psychologen entwickelt wurden, sind in der Form, in der die Fragen oder Aufgaben vorgegeben werden, oft sehr anders als von der Schule gewohnt. Teilweise ist es für den Getesteten auch schwer zu erkennen, was damit genau geprüft wird und welche Schlüsse daraus über die getestete Person gezogen werden können.

Psychologische Testverfahren bestehen meist aus zwei Hauptbestandteilen: Leistungstests und Selbsteinschätzungsbögen.

### Psychologische Leistungstests

Während mit Kenntnisprüfungen abgeprüft wird, welches Wissen Bewerber schon mitbringen, haben psychologische Leistungstests ein anderes Ziel im Auge. Mit ihnen soll vor allem die grundsätzliche Begabungsstruktur eines Bewerbers erfasst werden. Es geht häufig um die Bereiche **logisches Denken, Sprachverständnis, Umgang mit Zahlen, räumliches Vorstellen, technisches Grundverständnis** und die Stützfunktionen der Intelligenz **Merkfähigkeit** und **Konzentrationsfähigkeit**.

### Psychologische Selbsteinschätzungsverfahren

Im wesentlichen geht es hier oft um Fragebögen, in denen sich der Bewerber durch Ankreuzen vorgegebener Antwortmöglichkeiten bezüglich der eigenen Persönlichkeitseigenschaften oder auch Interessen selbst einschätzt. Man will z.B. herausfinden, welche Eigenheiten und Vorlieben eine Person charakterisieren und zu welchem Verhalten sie demzufolge neigt.

---

<sup>19</sup> Quelle: [http://berufswahl-tipps.de/einstellungstest.htm#P\\_Testverfahren](http://berufswahl-tipps.de/einstellungstest.htm#P_Testverfahren) ; 23.02.01; 17.20h

## Praktische Tests

Vorwiegend in gestalterischen und einigen handwerklichen Berufen unterziehen die Schulen und Betriebe die Bewerber um Ausbildungsplätze gerne Tests, die die berufswichtigen praktischen Fähigkeiten herauskristallisieren. So ist es z.B. im Bereich Grafik-Design üblich, dass die Bewerber zunächst eine Mappe mit eigenen Arbeiten einreichen müssen und dann in einem mehrstündigen Auswahlverfahren vor Ort ihre kreativen Fähigkeiten beweisen müssen. Will man Musiker oder Schauspieler werden, muss man vorspielen und für manche handwerkliche Berufe muss man erst mal das eigene Feinhandgeschick unter Beweis stellen.

## Assessment-Center

Ins Deutsche übersetzt bedeutet "to assess" soviel wie "bewerten, beurteilen, einschätzen". Viele Unternehmen führen gerade bei Berufsanfängern diese Auswahl-Center durch, um durch "Personalauslese" die für ihr Unternehmen passenden Personen einzustellen. Assessment-Center sind dadurch gekennzeichnet, dass die Verhaltensleistungen der Teilnehmer von mehreren Beobachtern gleichzeitig in Bezug auf verschiedene Verhaltensdimensionen in mehreren Übungen beobachtet werden. Dabei kann ein Assessment-Center für mehrere Bewerber gleichzeitig oder auch nur für einen einzelnen (Einzel-Assessment-Center) durchgeführt werden. Als Beobachter werden in den meisten Fällen erfahrene Führungskräfte, Personalfachleute oder Psychologen eingesetzt. Ein Assessment-Center kann zwischen einem und drei Tagen dauern. Mitunter wird der klassische Begriff AC (Assessment-Center) durch andere Begriffe ersetzt. So kann dieses Verfahren auch Gruppenauswahlverfahren, Vorstellungsgespräch mit Übungsrunden, Auswahltag, Informationstag, Gruppeninterview etc. genannt werden. Auch wenn die Bezeichnungen nicht immer zutreffend sind, soll damit jedoch die Furcht der Bewerber vor diesen Verfahren gemindert werden.

---

## Artikel 2: Big Brother: Assessment Center<sup>20</sup>

Es gibt Menschen, die fühlen sich unter Konkurrenten in Stress-Situationen selbst dann noch wohl, wenn sie beobachtet werden – das hat Big Brother gezeigt. Nur die wenigsten begeben sich allerdings freiwillig in eine solche Situation.

Doch wer einen Job als Führungskraft sucht, kommt an einer ein- bis siebentägigen Big- Brother-Erfahrung der anderen Art kaum vorbei: Denn in Deutschland wählen fast alle großen Konzerne, insgesamt rund 150 Unternehmen, ihre Bewerber in Assessment Centern, kurz AC, aus.

### Harte Auslese

Das Assessment Center ist ein Auswahlverfahren, bei dem bis zu zwölf Kandidaten gemeinsam über einen längeren Zeitraum und meist unter Zeitdruck von etwa vier bis sechs Beobachtern mit versteinerten Gesichtern auf Herz und Nieren geprüft werden. Der Ausdruck stammt aus dem Englischen (to assess – abschätzen) und bedeutet so viel wie Beurteilungs-Zentrum.

Die Geschichte des "härtesten Ausleseverfahrens" ist nicht gerade rühmlich: Von deutschen Wehrmachtpsychologen entwickelt, wurde es in den 30er-Jahren als "heerespsychotechnisches Auswahlverfahren" zur Auslese des Offiziersnachwuchses eingesetzt. In den 50er-Jahren entwickelten es die Amerikaner als Rekrutierungsinstrument für Unternehmen weiter, seit den 70er-Jahren wird es wieder in Deutschland angewandt.

---

<sup>20</sup> Quelle: Astrid Oldekop / Claudius Nießen:

[http://www.jungekarriere.com/jukawwwangebot/fn/juka/SH/00000000000000000000000000000000/sfn/buildjuka/cn/cn\\_artikel/page1/PAGE\\_7/page2/PAGE\\_478/aktelem/DOCUMENT\\_479/oaobjid/2035/index.htm](http://www.jungekarriere.com/jukawwwangebot/fn/juka/SH/00000000000000000000000000000000/sfn/buildjuka/cn/cn_artikel/page1/PAGE_7/page2/PAGE_478/aktelem/DOCUMENT_479/oaobjid/2035/index.htm); 25.02.01; 01.15h

# T@lentMarketing in der Arbeitsvermittlung

Standard-AC gibt es nicht. Bestimmte Bausteine tauchen jedoch in fast jedem AC auf: Selbstpräsentation, Gruppendiskussionen, Rollenspiele, Fallstudien und Postkorbübungen. Dabei werden folgende Kriterien überprüft:

- Persönlichkeit: Sind Sie sympathisch und anpassungsfähig, passen Sie zur Firma?
- Leistungsmotivation: Sind Sie engagiert, haben Sie Biss, sind Sie wirklich lern-, einsatz-, arbeitswillig? Können Sie sich mit der Aufgabe und dem Unternehmen identifizieren?
- Analytische Fähigkeiten: Können Sie klar analysieren?

Darüber hinaus achten die Prüfer – viele von ihnen sind Psychologen – auf die Körperhaltung, Mimik und Gestik der Bewerber – und das nicht nur während der Prüfungen, sondern auch in der Kaffeepause oder beim Abendessen. "Dort wird dann zum Beispiel darauf geachtet, ob jemand das letzte Zuckerstückchen nimmt", erklärt Ute Becker aus der Personalentwicklung der Barmer Ersatzkasse. Um Fachwissen geht es im AC nicht. Dieses wird in zusätzlichen Interviews abgefragt.

Wer zu einem AC geladen ist, sollte sich zunächst gründlich über das Unternehmen und dessen Kultur informieren (auf der Homepage oder durch Imagebroschüren). Postkorbübungen und Präsentationen kann man zu Hause trainieren. Zudem sollte man sich die Kriterien der Beobachter vergegenwärtigen. Die Analyse des eigenen Selbst- und Fremdbilds ist hilfreich.

## Old Economy

Bei einem Markt, auf dem hoch qualifizierte Bewerber – vor allem in IT-Berufen – rar sind und Unternehmen um die Besten buhlen, geht der Trend langsam weg vom Assessment Center. "In der New Economy bietet niemand ein Assessment Center an. Das ist viel zu aufwendig und nicht flexibel genug. Dort werden Headhunter beauftragt oder persönliche Interviews geführt", erzählt Tom Riegel, Geschäftsführer des Rekrutierungsspezialisten Rifu-Institut. "Auch im Mittelstand werden keine Assessment Center durchgeführt," fügt Oliver Weinbeck vom Recruiting-Dienstleister Access an. In großen Konzernen bleibt man dagegen laut Rifu-Institut meist weiter beim strukturierten AC.

Versicherungen wie Axa Colonia und Gerling halten sich laut Riegel traditionell eher an Assessment Center. Auch ehemalige Staatsunternehmen wie Bahn, Post und Telekom setzen auf das "bewährte Auswahlverfahren".

Die Deutsche Telekom etwa lädt ihre Bewerber zu größtenteils eintägigen Assessment Centern. "Das ist eine Möglichkeit, in einem relativ überschaubaren Zeitraum möglichst viele Eigenschaften eines künftigen Mitarbeiters auszutesten", sagt Sprecher StephaÅ Broszio. "Wir wenden das AC besonders für Führungskräfte an." Allerdings verfolge man nicht nur diesen Weg. "Wir sind sehr flexibel und bemühen uns auch auf Rekrutierungsmessen um Nachwuchs."

Die Lufthansa schleust ihre Bewerber gleich durch mehrtägige AC. "Das ist das beste Instrument, um Bewerber von verschiedenen Seiten kennen zu lernen", meint Kathrin Haase, die bei der Lufthansa für Personalfragen zuständig ist.

## Banken wollen Interviews

Viele Banken orientieren sich laut Rifu am aktuellen Trend und bieten immer weniger Assessment Center an.

Bei der Deutschen Bank beispielsweise gibt es diese nicht mehr. "Mit AC sind wir nicht mehr so flexibel bei der Bewerberauswahl, mit Interviewrunden können wir schneller auf den Markt reagieren", erklärt Daniela Elvers von der Deutschen Bank.

Mit der fehlenden Flexibilität ist auch der starre Inhalt von AC gemeint. Denn während eines AC können die einzelnen Bausteine nicht einfach verändert werden. "Wir sind in enorm große und vielfältige Unternehmensbereiche gesplittet. Für jeden braucht man komplett andere Voraussetzungen. Diese Spezialisierungen kann man im AC nicht so gut überprüfen," sagt Elvers.

# T@lentMarketing in der Arbeitsvermittlung

"Wir müssen die Leistung des Einzelnen mehr bewerten als die im AC getesteten Gruppenergebnisse."

Nicht alle Banken verzichten indes aufs AC. Die Citibank beispielsweise veranstaltet eintägige Auswahlverfahren in Verbindung mit Telefoninterviews.

Auch für die WestLB ist das Assessment Center ein "sehr gutes Instrument der Personalauswahl", sagt Ralf Groß-Heitfeld, Leiter Personalmarketing. Gerade bei Trainees, die zwischen den Abteilungen und somit auch zwischen verschiedenen Vorgesetzten wechseln, könne man über das AC am besten das Potenzial der Mitarbeiter vorab ausloten.

"Wir haben ein neues eintägiges AC entwickelt, das sehr flexibel und schon mit vier Bewerbern möglich ist." Maximal acht Teilnehmer sitzen in der Veranstaltung der WestLB. Groß-Heitfeld: "Die großen AC mit 15 bis 20 Teilnehmern geben uns zu wenig Gelegenheit, auf jeden Einzelnen einzugehen."

## **Trend zum Mini-Verfahren**

Bewerber der WestLB arbeiten nun einen Tag lang an Fallstudien und werden dabei mit unterschiedlichen Rollen konfrontiert. "Die klassischen Einzelbestandteile Gruppendiskussion oder Präsentation haben wir zu Gunsten eines Gesamtszenarios umgebaut," erklärt Groß-Heitfeld. Den Trend zum "Mini-Assessment-Center" hat auch Oliver Weinbeck von Access ausgemacht: "Der Trend geht in Richtung Fallstudienarbeit. Daneben werden mehrere Interviewrunden geführt mit Personal- oder Fachabteilungen oder dem künftigen Vorgesetzten, denn schließlich muss auch die Chemie stimmen."

## **Nicht nur für Absolventen**

So verändern sich langsam die Inhalte und die Zielgruppen von AC. Waren sie früher vor allem für Absolventen gedacht, so werden sie nun verstärkt bei Ausbildungsberufen schon für Abiturienten und intern für Mitarbeiter, die in Führungspositionen streben, angewandt.

"Assessment Center, das war früher mal," sagt Christine Krepold von BMW. In Teilbereichen wie im Vertrieb oder Verkauf sei das AC noch gängig – nicht jedoch für Absolventen. "Mit denen führen wir differenzierte Interviews, in denen wir besser auf sie eingehen können. Die Interviewschiene ist effektiver. Wir stellen das ganze Jahr über neue Leute ein, da wären feste Termine für AC ein direkter Wettbewerbsnachteil – gerade bei den Ingenieuren und IT-Spezialisten."

## **Personalentwicklung**

Auch bei der Allianz verzichtet man inzwischen auf Assessment Center für Absolventen. Einsteiger erwartet eine mehrstufige Gesprächsrunde mit Fach- und Personalabteilungen. Dafür durchleuchtet das Unternehmen – wie auch die Barmer Ersatzkasse – die eigenen Mitarbeiter in internen Assessment Centern, den so genannten Personalentwicklungsseminaren (PES). Wer bei der Allianz aufrücken will, muss durch ein Assessment Center.

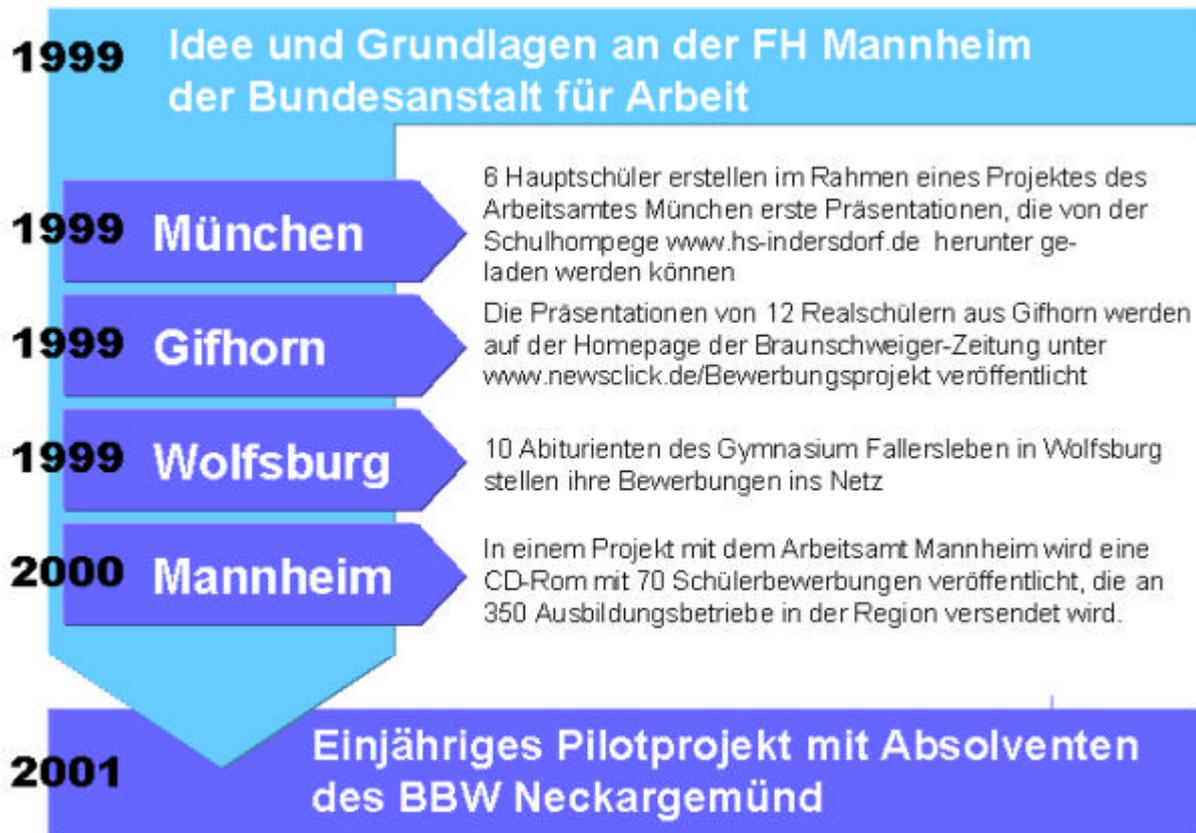
Ein einfaches Unterfangen, da das Unternehmen den Prüflingen ja bestens bekannt ist, mag man denken. Doch nicht immer erweist sich das Verfahren als karrierefördernd. "Ich hatte einen schlechten Tag und bin durchgefallen," erzählt ein Mitarbeiter eines großen Konzerns. Pech für den 35-Jährigen, der bereits einen 60-Mann-Bereich geführt hat, bevor er für zwei Jahre auf eine Stabsstelle wechselte. Nun steht der Patzer zwei Jahre lang in seiner Personalakte. So lange ist Führungsverantwortung für ihn tabu. "Danach muss ich's noch mal versuchen," seufzt er resigniert.

Astrid Oldekop / Claudius Nießen

# T@lentMarketing in der Arbeitsvermittlung

## 6. Das Projekt T@lentMarketing: Erprobung neuer Bewerbungsstrategien in der Vermittlung und Beratung

### 6.1. Entwicklung von Talentmarketing



**Erläuterungen:** Die theoretischen Grundlagen zu Talentmarketing wurden durch Professor Dr. Franz Egle und Hans-Walter Bens zusammen mit Studenten an der Fachhochschule Mannheim der Bundesanstalt für Arbeit entwickelt.

Im Rahmen der Vorlesungen zu "TQM" und "Neue Job-Search-Strategien" wurde durch den Studierenden Christian Scheller ein Muster für Multimediabewerbungen erstellt und einer Stärken-Schwächen-Analyse unterzogen.

Die erste Gelegenheit, diese neue Bewerbungsform in der Praxis zu erproben, bot sich an der Hauptschule Markt-Indersdorf, die zusammen mit der Berufsberatung des Arbeitsamtes München ein Projekt mit verschiedenen Arbeitgebern im Raum München verfolgte. Im Rahmen dieser Veranstaltung wurde sechs Hauptschülern Gelegenheit gegeben, unter Anleitung von Berufsberater Thomas Obermayer und Christian Scheller eigene Bewerbungspräsentationen zu erstellen. Diese wurden auf der Homepage der Schule veröffentlicht und in das weitere Projekt mit einbezogen.

Wenig später wurde dieser Teil des Projektes in einem Workshop im Arbeitsamt München verschiedenen Vertretern örtlicher Bildungseinrichtungen vorgestellt. Darauf führte eine berufsbildende Schule in München in Eigenregie ein eigenes Projekt durch.

In den Arbeitsämtern Gifhorn und Wolfsburg folgten im Rahmen einer Praktikumsarbeit zwei Talentmarketingprojekte. Mit Hilfe der lokalen Presse fanden sich in der örtlichen Oskar-Kammerschule in Gifhorn 12 Realschüler an einen Vormittag ein und erstellten unter Anleitung von Berufsberaterin Anette Bollwien und Christian Scheller eigene Bewerbungspräsentationen, die auf der Internetseite der Braunschweiger-Zeitung veröffentlicht wurden.

Darauf wurden 10 Präsentationen von Gymnasiasten des Gymnasium Fallersleben in Wolfsburg im Internet veröffentlicht.

Zusammen mit dem Arbeitsamt Mannheim wurde von der Fachhochschule Mannheim der

# T@lentMarketing in der Arbeitsvermittlung

Bundesanstalt für Arbeit im letzten Jahr ein sehr umfangreiches Projekt realisiert. Innerhalb von 3 Wochen erstellten 70 Schüler aller Schulformen aus dem Mannheimer Raum unter Anleitung angehender Beratungsanwärter und Arbeitsvermittler eigene Bewerbungspräsentationen, die auf einer CD-Rom gesammelt wurden. Diese CD wurde an etwa 350 Betriebe im Raum Mannheim versendet, um so die Bewerbungschancen der Jugendlichen zu verbessern. Zu den Schülerbewerbungen gesellten sich noch sechs Präsentationen von Absolventen der Akademie für Bürokommunikation und Welthandelssprachen, die auf der Suche nach einem beruflichen Erstansatz waren.

Vorgestellt wurde das Mannheimer Projekt im Rahmen einer Veranstaltung der Initiative für Beschäftigung, wo Friedrich Landes vom Berufsbildungswerk Neckargemünd sein Interesse an einer Kooperation mit der FH bekundete.

Darauf wurde Herr Scheller für das Jahr 2001 an das Berufsbildungswerk geholt, um mit den Absolventen Multimedia-Bewerbungen zu erstellen. Zusammen mit der Firma JobJet aus Hamburg werden die Bewerbungspräsentationen zusammen mit den individuellen Profilen der Absolventen in eine Datenbank integriert, die von Arbeitgebern bundesweit abgerufen werden können. Parallel dazu starten derzeit drei Arbeitsämter und mehrere Schulen ähnliche Projekte in eigener Regie.

## Weitere Schritte:

- Veröffentlichung des Buches "T@lentMarketing" Mitte Juni 2001
- Eröffnung der Website <http://www.talentmarketing.de/>
- Enge Zusammenarbeit mit Vertretern aus Wirtschaft und Arbeitsverwaltung
- Seminare und Vorlesungen zum Thema Talentmarketing an der Fachhochschule Mannheim der Bundesanstalt für Arbeit

## 6.2. Aufsatz: Talentmarketing am Reha-Arbeitsmarkt<sup>21</sup>

- BBW Neckargemünd mit neuem Integrationskonzept -

Behinderte junge Menschen durch eine praxisnahe und fachlich hochwertige berufliche Ausbildung in das Berufsleben und damit in das gesellschaftliche Gefüge insgesamt zu integrieren, ist das Ziel der Arbeit der Berufsbildungswerke. Allerdings nützt die beste Ausbildung nur sehr wenig, wenn sie nicht zu einem Arbeitsplatz führt. Neben dem Erwerb fundierter fachlicher und sozialer Kenntnisse müssen die Absolventen dazu befähigt werden, eigene Fähigkeiten und Stärken zu erkennen und Arbeitgeber durch die Anwendung moderner Selfmarketingstrategien von ihren Talenten zu überzeugen.

Aus dieser Erkenntnis heraus haben die meisten Träger beruflicher Rehabilitation ihr Engagement auf dem Gebiet des Bewerber-Placements ausgeweitet, da erkannt wurde, dass nicht nur die Zahl erfolgreicher Berufsabschlüsse, sondern auch der spätere berufliche Erfolg ein wichtiger Maßstab für die Qualität der Arbeit der Berufsbildungswerke ist.

Ein neues Konzept mit dem Namen „Talentmarketing“<sup>22</sup>, das nachfolgend beschrieben ist, wird derzeit am Berufsbildungswerk Neckargemünd in enger Zusammenarbeit mit der Fachhochschule Mannheim der Bundesanstalt für Arbeit erprobt.

Bei der Durchführung von Aktivitäten im Rahmen des Bewerber-Placement sind bei der Arbeit mit Absolventen folgende Besonderheiten zu beachten:

- Körperlich eingeschränkte Menschen müssen verstärkt auf ihre eigentlichen Talente aufmerksam machen, da von Arbeitgebern oft nur der Aspekt der Behinderung und damit verbundene Probleme fokussiert werden. Daher gilt es in besonderem Maße, das Augenmerk

---

<sup>21</sup> Egle, Scheller, C.: Talentmarketing am Reha-Arbeitsmarkt – BBW Neckargemünd mit neuem Integrationskonzept - , in

<sup>22</sup> Siehe hierzu ausführlich: Egle, F., Bens, W., Scheller, C.: Talentmarketing, erscheint demnächst im Gabler Verlag Wiesbaden.

# T@lentMarketing in der Arbeitsvermittlung

potentieller Arbeitgeber auf den Nutzen des neuen Mitarbeiters, der gegebenenfalls bestimmte Einschränkungen kompensiert, für den Betrieb und seine spezifischen Probleme zu lenken.

- Die meisten Absolventen haben die Notwendigkeit, aktiv für sich unter Konkurrenzdruck am Arbeitsmarkt um die Gunst von Arbeitgebern zu werben, noch nicht erfahren, da sich die Arbeitsverwaltung und andere Träger beruflicher Rehabilitation bisher um die Sicherstellung des beruflichen Fortkommens gekümmert haben. Bei vielen muss erst das Bewusstsein geweckt werden, jetzt mehr als in der Vergangenheit für das eigene Fortkommen verantwortlich zu sein.
- Die Zahl der Jugendlichen in Maßnahmen beruflicher Rehabilitation, die neben der körperlichen zusätzlich noch psychische Einschränkungen aufweisen hat in den vergangenen Jahren zugenommen. Es wird bei vielen immer schwieriger, sie mit klassischen Lehr- und Lernmethoden zu erreichen.
- Die Auszubildenden der Berufsbildungswerke stammen oft aus ganz unterschiedlichen Regionen und kehren in diese im Regelfall nach Abschluss der Ausbildung wieder zurück, so dass oft keine auf die spezifischen Bedürfnisse der Arbeitgeber einer Region bezogene Vermittlungsstrategie realisiert werden kann.

Unter Berücksichtigung dieser Besonderheiten soll das Projekt Talentmarketing mit den Absolventen des Berufsbildungswerkes durchgeführt werden. Primäres Ziel dabei ist die Verbesserung der Integrationschancen der Teilnehmer am Arbeitsmarkt in qualitativer und quantitativer Hinsicht. Dies soll erreicht werden, indem

- diese ihre individuellen Kenntnisse kennen und vermarkten lernen,
- durch die gezielte Darstellung mit Multimedia ihre Talente und übertragbaren Fähigkeiten, also nicht nur ein einzelnes Handicap, im Vordergrund stehen,
- sie mit Hilfe einer T@lentdatenbank den bundesweiten Arbeitsmarkt erschließen können und
- den Arbeitsämtern ein aussagefähiges Profil für die Vermittlung zur Verfügung gestellt wird.

Unter Talentmarketing verstehen wir eine aktive Bewerbungsstrategie, in dessen Verlauf der Bewerber seine eigenen Stärken, also die Fertigkeiten, Kenntnisse und die übertragbaren Fähigkeiten, kurz: Talente, erkennt und lernt, diese mit der Hilfe moderner, internetbasierter Selfmarketingstrategien potenziellen Arbeitgebern vor Augen zu führen bzw. seinen Mehrwert für den Betrieb zu demonstrieren.

Dabei kommen modernste Informations- und Kommunikationstechnologien in Form eines internetbasierten Matchingsystems zum Einsatz, das von der Firma PKO ([www.jobjet.de](http://www.jobjet.de)) entwickelt und für das Projekt zur Verfügung gestellt wird. Die Pull-& Push Matching-Technologie, die zu einer schnelleren und passgenaueren Integration der behinderten Jugendlichen führen soll, besteht aus folgenden Elementen:

- Die Bewerberprofile der Jugendlichen werden mit zusätzlicher aussagekräftiger Headline versehen und mit dem Stellen-Informationen-Service der Arbeitsämter (SIS) kompatibel gemacht.
- Die Bewerber werden innerhalb eines Tages nach Eingabe einer für sie geeigneten Stellenanzeige im System oder im SIS über diese Stelle informiert (Pull-Technologie).
- Umgekehrt erhalten Unternehmen, die ihre Stellenanzeigen direkt über das System schalten, innerhalb eines Tages und daraufhin täglich alle passenden Bewerberprofile per Email und in ihrem System (Push-Technologie).
- Unternehmen und Bewerber können über das System direkt kommunizieren, die Bewerber können dabei anonym bleiben. Die Bewerber können sich mit geringem Aufwand online direkt

# T@lentMarketing in der Arbeitsvermittlung

bei den Unternehmen bewerben, die Stellenanzeigen im System geschaltet haben („T@lentMarketing“).

- Die Talentdatenbank wird in die Portalseite des Berufsbildungswerkes integriert. Um die Reichweite weiter zu erhöhen, könnte sie zusätzlich in eine hochfrequentierte Website (Bsp.: [www.initiative-fuer-beschaeftigung.de](http://www.initiative-fuer-beschaeftigung.de) sowie [www.jobs-fuer-schwerbehinderte.de](http://www.jobs-fuer-schwerbehinderte.de)) in deren „look and feel“ eingebunden werden, um zusätzliche Vermittlungschancen realisieren zu können.

Am 12. Februar 2001 fiel im Berufsbildungswerk Neckargemünd mit einer Projektpräsentation vor Vertretern der SRH-Gruppe, der Bundesanstalt für Arbeit und der Initiative für Beschäftigung der offizielle Startschuss für das Projekt. Die einzelnen Phasen des Projektes sind:

1. In der ersten Phase von Talentmarketing findet für alle Absolventen eine Informationsveranstaltung statt, in welcher den Jugendlichen die Notwendigkeit, sich eigeninitiativ um ihre erfolgreiche Einmündung in die Arbeitswelt zu bemühen, verdeutlicht wird. Durch das Zeigen von Beispielen und der Möglichkeiten von Talentmarketing sollen die Bewerber zur aktiven Mitarbeit gewonnen werden.

2. In der zweiten Phase des Projektes erarbeiten die Teilnehmer ihr persönliches Stärkenprofil. Oft ist den meisten nämlich nur bekannt, wozu sie nicht in der Lage sind bzw. welche Einschränkungen die jeweilige Behinderung des Bewerbers mit sich bringt. Ihrer eigenen Talente und deren Nutzen auf dem Arbeitsmarkt sind sich nur die wenigsten bewusst. Zudem gilt es, die Teilnehmer mit grundlegenden Selfmarketingsstrategien vertraut zu machen.

3. Die so gewonnenen Erkenntnisse dienen als Grundlage für die dritte Phase. Deren wesentliche Inhalte sind:

- Erarbeitung und Eingabe des individuellen Bewerberprofils in eine Internet-Bewerberdatenbank, die dem Berufsbildungswerk Neckargemünd von der Firma PKO ([www.JobJet.de](http://www.JobJet.de)) zur Verfügung gestellt wird. Die T@lentdatenbank gewährleistet, dass die Profile der Bewerber untereinander verglichen und bundesweit von Arbeitgebern abgerufen werden können. Damit die Bewerber möglichst viele Arbeitgeber erreichen, soll die Talentdatenbank an weitere Stellenmärkte angebunden werden.
- Ergänzung finden die standardisierten Bewerberprofile durch sogenannte Individualdokumente, durch welche individuelle Stärken, die nur schwer mess- bzw. vergleichbar sind (Bsp.: Softskills, wie Engagement, Sozialkompetenz, persönliche Arbeitstugenden) demonstriert werden. Das können Selbstdarstellungen mit der Hilfe von Präsentationsprogrammen, wie MS-PowerPoint, Flash-Animationen oder komplette Bewerbungshomepages sein. Für alle Teilnehmer werden Pflichtveranstaltungen angeboten, in denen mit PowerPoint gearbeitet wird. Besonders engagierte oder technisch versierte Teilnehmer können im Freizeitbereich mit Medien ihrer Wahl Individualdokumente erstellen.
- Eine Jury von Vertretern aus Wirtschaft, Arbeitsverwaltung und Weiterbildung gewährleistet den Teilnehmern ein kompetentes Feedback und trägt zur kontinuierlichen Verbesserung der Selbstdarstellungen bei. Daneben soll ein Wettbewerb mit Prämierung der geeignetsten Selbstdarstellung die Motivation und den Ehrgeiz der Teilnehmer fördern.
- Letztendlich können die gewonnen Profile und Selbstdarstellungen an die für die Bewerber jeweils zuständigen Arbeitsämter weiter geleitet werden, so dass diese über eine aussagekräftige Grundlage für ihre Vermittlungsbemühungen verfügen. Zudem erhalten die Teilnehmer ihre Bewerbungspräsentationen zur Verwendung für individuelle Bewerbungszwecke ausgehändigt.

Das gesamte Projekt wird wissenschaftlich von der Fachhochschule der Bundesanstalt für Arbeit und praktisch von zwei Diplomandinnen betreut, wobei die Erfahrungen aus vorangegangenen Projekten einfließen. In Zusammenarbeit mit den Arbeitsämtern München und Helmstedt wurde in kleineren Projekten die Realisierbarkeit von Talentmarketing auf der Bewerberseite überprüft.

# T@lentMarketing in der Arbeitsvermittlung

Dabei wurde festgestellt, dass der Umgang mit der modernen Technik für die jugendlichen Teilnehmer kein Problem darstellt. Im Gegenteil ist es für viele eine spielerische Herausforderung, eine individuelle, gelungene Selbstdarstellung mit auf dem PC zu erstellen. Mit der Hilfe des Computers konnte auch die Aufmerksamkeit verhaltensauffälliger und ansonsten desinteressierter Teilnehmer geweckt sowie diese zur aktiven Teilnahme und damit der intensiven Auseinandersetzung mit ihrer beruflichen Zukunft animiert werden.

Bei einem umfangreicheren Projekt mit dem Arbeitsamt Mannheim wurden die Bewerbungspräsentationen von über 70 Schülern, die auf der Suche nach einem Ausbildungsplatz waren, auf einer CD-Rom veröffentlicht, die an interessierte Betriebe in der Region versendet wurde. Auf der Bewerberseite konnte nachgewiesen werden, dass Talentmarketing auch mit einer umfangreichen Teilnehmerzahl realisiert werden kann. Erstmals wurde in diesem Zusammenhang die Arbeitgeberseite zum Projekt befragt. Diese maßen der neuen Form der Selbstdarstellung mit Hilfe der neuen Medien einen wichtigen Stellenwert zu, wünschten sich aber zusätzlich zu den Individualdokumenten standardisierte, internetbasierte Bewerberprofile zur besseren Vergleichbarkeit der Bewerber und mit einer integrierten Suchfunktion.

Mittlerweile wird im Rahmen der Initiative für Beschäftigung über eine Ausweitung des Projektes auf den Raum Heidelberg – Ludwigshafen – Mannheim nachgedacht und an mehreren Arbeitsämtern und Berufsschulen laufen Vorbereitungen für weitere Projekte dieser Art in der Hoffnung, insbesondere jungen Menschen den Einstieg in den Arbeitsmarkt zu erleichtern. Das Projekt lebt von konstruktiver Kritik. Die Projektverantwortlichen sind für jede Rückmeldung dankbar und senden gerne weiteres Informationsmaterial zu. Anfragen richten Sie bitte an:

**Talentmarketing@bbw-interface.de**

**Weiterführende Literatur:** Egle, F., Bens, W., Scheller, C.: Talentmarketing, Gabler Verlag Wiesbaden, Frühjahr 2001.

## 7. Exkurs: Stilblüten

Abschließend einige zweifelhafte Beispiele aus Bewerbungen, die für Außenstehende recht amüsant, für Bewerber aber fatal gewesen sind. Auch die nachfolgenden Auszüge aus Beratungsvermerken etc. lassen daran zweifeln, dass Stärken bzw. Talente der Ratsuchenden ausreichend ergründet wurden.

### Bewerbungsanschreiben:

-----  
... Nachdem meine Frau vor über einem Jahr gestorben ist, suche ich nun eine neue Herausforderung...

-----  
... erfolgreich habe ich am Aufbau zweier Vertriebsagenturen mitgewirkt, die leider nach kurzer Zeit wieder Konkurs anmelden mussten...

-----  
... diese Ausbildung will ich dann auch zu ende machen. Das habe ich mir ganz fest vorgenommen ... (Der Bewerber war bereits 4,5 Jahre in Ausbildung in drei unterschiedlichen Ausbildungsberufen)

-----  
... aber nicht nur Textverarbeitung haben wir in der JVA gelernt, sondern ...

-----  
... Sehr geehrte Damen und Herren, ...im Arbeitsamt teilte man mir mit, dass ich mich bei Ihnen bewerben muss, weil ich sonst eine Sperrzeit kriege. Das tue ich hiermit. ... Mit freundlichen Grüßen ... (Das war der komplette Text des Anschreibens)

## Lebenslauf:

-----

....

verheiratet: ja

Kinder: ja, zwei Mädchen

Schulbildung: ja

...

-----

...

## Fremdsprachen:

Russisch: sehr gut (Muttersprache)

Änklisch: gut (Schule)

...

-----

## Stellengesuche / Stellenangebote:

-----

Germanist (36) sucht nach erfolgreichem Abschluss seines Studiums Stelle als Lektor in ...

-----

..... Mikrosoft Word, ....Peintshop Pro, (SIS-Stellenangebot für IT-Fachkraft!) ..

## coArb / coBer

-----

pers. auf 1. E; VV scheiterten oft an den hohen Anforderungen an AG und Stellen; sollte Ansprüche überprüfen; aufgrund der freundlichen Art und des entgegenkommenden Wesens wäre eine Anstellung als Astronaut sinnvoll, um sie zum Mond zu schießen; leider solche Stellen auf dem für sie in Frage kommenden AM nicht vorh...

-----

... musste Ihre Selbständigkeit mit Waffengeschäft aufgeben u. meldet sich asu als Verläuferin in VZ, da Jugendliche Ihr Geld mittlerweile lieber für Handys ausgeben und für Waffen kein Geld mehr haben; sie hofft aber auf Trendwende...

-----

...AG möchte keine VV vom AA, „da die Leute vom AA alle faul und dumm“ seien – es konnte nicht geklärt werden, ob er die Bewerber oder Mitarbeiter meint...

-----