



## Letzter Check für Ihre Bewerbung

### *Haken Sie ab oder bessern Sie nach*

- Steht das, was am meisten für Sie spricht, in der ersten Zeile nach der Briefanrede?

Platzieren Sie ganz am Anfang ein wohl ausgewähltes Argument. Und zwar eben das, was diesen bestimmten Jobanbieter am meisten überzeugt. Alle sonstigen Briefeinleitungen, insbesondere alle, die sich seit Jahrzehnten im Umlauf befinden, sind so genial wie tote Schnecken.

- Drücken Sie Ihren Anspruch auf einen eindeutigen Jobtitel aus?

Verdeutlichen Sie nicht bloß Ihr Interesse an einer Mitarbeit. Konkretisieren und untermauern Sie Ihren Claim auf eine Mitarbeit als <...> und setzen Sie für <...> stets die genaue Job-Bezeichnung ein. Keine Bewerbung, die nicht auf eine präzise benannte Position abzielt!

- Geben Sie dem Informationshungrigen Futter?

Ein Personaler will feste Nahrung. Förmliche Gespreize und höfliche Wendungen haben nur den Effekt von Zuckerwatte auf einen empfindlichen Magen. Über Ihre Eignung kann nur dann jemand entscheiden, wenn Sie ihm klar sagen, worin diese Befähigung besteht. Geben Sie Ihr Anschreiben einer Vertrauensperson. Wenn die sagt: *Damit wirfst du Perlen vor die Personaler*, dann ist es gerade gut genug.

- Leidet Ihre Bewerbung an Fettsucht?

Zu viele Wörter, zu viele Seiten: Fette Bewerbungsmappen belegen eben nicht, dass ein Bewerber dem Personaler als Jobpartner zuarbeitet. Wer einen Schreibtisch zumüllt, den fegt man vom Schreibtisch.

- Feuern Sie mit Anschreiben und Lebenslauf zwei Leuchtraketen gleichzeitig ab?

Trotz der unterschiedlichen Präsentationsformen dienen beide Texte als Transportmittel für dieselbe Botschaft. Mit dem Anschreiben und mit dem Lebenslauf drücken Sie zweifach denselben Anspruch aus. Er lautet: Als Leistungsanbieter sind Sie für diesen Job die allererste Wahl. Anschreiben und Lebenslauf setzen Sie als gleichwertige Waffen ein. Glauben Sie nicht den schreibschwachen Menschen, die behaupten, Anschreiben werden heutzutage nicht mehr gelesen. Ihr Anschreiben soll man geradezu verschlingen.

- Könnte eine Organisation Ihr Bewerberbild als Pressefoto aussenden?

Sind Ihnen schon einmal die Lobet-den-Mitarbeiter-Fotos in manchen Supermärkten aufgefallen? Die sind so maßlos traurig; man braucht zwei Alcopops, um darüber wegzukommen. Haben Sie sich andererseits schon einmal überlegt, warum Chef- und Managerporträts in der Presse so seriös und selbstsicher wirken? Klar, deren Firma investiert in PR. Sie allein, liebe Bewerber, sind aber für Ihr eigenes Selbstmarketing zuständig. Sie tragen die Budgetverantwortung in eigener Sache. Investieren Sie also in Ihr Jackett, in Ihre Frisur, in einen Profi-Fotografen. Und lassen Sie sich auch Ihr Lächeln etwas kosten.