

# 15 Tipps



## Wie Sie Ihre Bewerbung optimieren und die Erfolgchancen auf Ihren Traumjob steigern

Eine Bewerbung ist weit mehr als eine schriftliche Interessensbekundung auf eine ausgeschriebene Stelle. Ihre Bewerbung ist eines Ihrer wichtigsten Selbstmarketing Tools auf dem Weg zum Traumjob. In dieser dreiteiligen Serie begleite ich Sie Schritt für Schritt durch die Stationen einer erfolgreichen Bewerbung und zeigen Ihnen wo andere scheitern. Angefangen von den Unterlagen bis hin zum Nachfassen nach dem persönlichen Gespräch. Sie erhalten 15 Tipps zur Optimierung Ihrer Bewerbung und Steigerung Ihrer Erfolgchancen auf Ihren Traumjob.

Gemeinsam wollen wir erreichen, dass Sie die richtige Firma anziehen. Wir wenden hier die Strategie des Selbstmarketings mit Sog an, das bedeutet, Sie als Bewerber heute so attraktiv und anziehend zu machen, dass Sie sich nicht in der Schlage der Bewerber einreihen müssen, sondern die Unternehmen Schlange bei Ihnen stehen.

### 1 Bewerbungsunterlagen

Wenn wir uns den Begriff Bewerbung einmal genauer ansehen, steckt da das Wort WERBUNG drin. Verstehen Sie Ihre Bewerbungsunterlagen bitte als ein Werkzeug Ihres Selbst-Marketings.

Doch bevor Sie sich bewerben, Ihre Unterlagen zusammenstellen und ein Anschreiben formulieren, gehen Sie einen Schritt zurück. Gehen Sie einen Schritt auf sich selbst zu. Und definieren Sie, wer sie sind, was Sie ausmacht. Welche Probleme Ihre Zielgruppe hat - also das Unternehmen, in dem sie sich bewerben. Und wie Sie diese Bedürfnisse mit Ihren Kompetenzen lösen.

Wollen Sie sich z.B. in einem Hotel als ManagerIn Sales bewerben und wissen, dass dieses Hotel immer ungenutzte Kapazitäten in Bezug auf Veranstaltungsräume hat: Ihre Stärke ist ein in Ihrer Bachelorarbeit entwickeltes Marketingkonzept explizit dafür – dann müssen Sie genau das adressieren.

Machen Sie sich bewusst, dass ein Unternehmen bei der Ausschreibung einer Stelle auf eine Frage aus ist: „Was habe ich davon, dass ich diese/n BewerberIn einstelle?“ Die zentrale Aussage Ihrer Bewerbung muss also auf den Nutzen Ihres potenziellen neuen Arbeitsgebers ausgerichtet sein.

Sich zu verkaufen, und das machen Sie mit Ihrer Bewerbung, bedeutet, dem anderen seinen Nutzen an uns aufzuzeigen.

Das ist die erste Hürde im Bewerbungsprozess. An dieser Stelle entscheidet sich, ob Sie um einen Job bangen müssen oder sich aus vielen Angeboten das Beste aussuchen können.

Ihre schriftliche Bewerbung dient dabei zweierlei Zwecken:

#### 1. Versprechen

Ihr Anschreiben ist vergleichbar mit einer Werbetafel. Hier versprechen Sie dem Unternehmen, was es von Ihnen hat.

#### 2. Referenzen

Die folgenden Unterlagen dienen als Beleg dafür, dass Sie nicht einfach das Blaue vom Himmel versprechen. Wenn Sie sich dessen bewusst sind, werden Sie auch den Aufbau nachvollziehen können, den ich Ihnen hier empfehlen werde.

Ich habe schon einige Lebensläufe gesehen, da ich meine Klienten für die Coaching Vorbereitung um ihre aktuellen Bewerbungsunterlagen bitte. Diejenigen, die regelmäßig Einladung zu Bewerbungsgesprächen erhalten, haben immer eines gemeinsam: Sie listen nicht einfach nur chronologisch die Stationen ihrer Vita auf. Sondern jede Station wird

»Keine nackte Haut, nackte Schultern, tiefe Ausschnitte, Business like, kein Freizeitdress, adäquate Kleidung, passen Sie den Dresscode an Ihre Position an«



mit Punkten unterlegt, in dem ihre Kompetenzen in Erscheinung treten. Hier haben Sie die Möglichkeit zu präsentieren, was Sie in der Position, für einen Nutzen gestiftet haben, also was Sie geleistet haben. Konzentrieren Sie sich bei jeder Station Ihrer Vita auf 3 Punkte.

Deshalb ist es so wichtig, dass Sie sich vorher Gedanken darüber machen, wofür Sie stehen, was Sie ausmacht. Denn sowohl in einem Praktikum als auch in einer mehrjährigen Tätigkeit haben Sie Unmengen an Erfahrungen gesammelt und Probleme gelöst. Welches Ihrer Erfolgserlebnisse für diese Bewerbung allerdings relevant ist, entscheidet, wie sie sich positionieren möchten.

### 2 Foto

Außer bei anonymen Bewerbungen spielt das Foto eine elementare Rolle. Denn es ist vor der Social Media Recherche der erste Eindruck den das neue Unternehmen von Ihrer Person erhält.

Ein Bewerbungsfoto ist kein Passfoto. Sie müssen hier nicht die biometrischen Leitlinien einhalten.

Nochmal es handelt sich um Ihre beWERBUNG. Ihr Foto ist hier also ein Werbefoto. Entsprechend sollte es auch gestaltet sein. Achten Sie deshalb bitte auf folgende Kriterien

#### - Professionell

Wählen Sie einen guten Fotografen, der Sie richtig ausleuchtet und Ihre Körperhaltung kontrolliert

#### - Körperhaltung

Sitzen Sie aufrecht, leicht ins Profil gedreht, Blick in die Kamera - schauen Sie den Entscheider direkt an

#### - Mimik

Lächeln Sie. Es gibt dazu einen Profitrick meines Fotografen, den verrate ich Ihnen persönlich - denn das muss ich Ihnen vormachen ;)

#### - Kleidung

Keine nackte Haut, nackte Schultern, tiefe Ausschnitte, Business like, kein Freizeitdress, adäquate Kleidung, passen Sie den Dresscode an Ihre Position an

#### - Farben

Vermeiden Sie schrille Farben und zu viele bzw. unpassende Accessoires. Sie stehen im Mittelpunkt, nicht die Kleidung. Mehr dazu im nächsten Artikel.

#### Fazit:

**Betrachten Sie Ihre Bewerbungsunterlagen als Werbungs-Mittel, in dem Sie immer den Nutzen der Zielgruppe in den Vordergrund stellen**

### 3 Online Image

Aktuelle Studien aus dem ersten Quartal 2014 ergeben, dass mittlerweile 75 Prozent aller befragten Personaler und Arbeitgeber Hintergrundinformationen zu den Bewerbern im Netz einholen.

Dabei verfolgen sie ein Ziel: Das Bild, das Sie von sich in der Bewerbung gezeigt haben, zu bestätigen. Man möchte weiterhin mehr über die Persönlichkeit der Person erfahren, mit der man es hier zu tun hat. Denn Ihre Kommentare, Ihre Fotos, Gruppenzugehörigkeiten, Blogs, das alles sagt etwas über Sie als Person aus.

Gestalten Sie Ihren Ruf im Netz. Nutzen Sie Ihre Präsenz im Internet gezielt als Unterstützung für Ihre Bewerbung. Stellen Sie Ihre Interessen und Fähigkeiten dar, die auch für Ihren zukünftigen Job wichtig sind. Gestalten Sie Ihr Online Image also bewusst.



» » **Veröffentlichen Sie nichts im Internet, was zu Ihrem oder dem Nachteil von anderen verwendet werden kann.** «

#### 1. Finden Sie im Netz statt.

Egal ob Sie 18 oder 58 sind. Wer heute nicht im Internet gefunden wird, der findet auch im realen Leben nicht mehr statt. Wenn Sie das für Quatsch halten, dann überzeugt sie vielleicht noch ein zweites Argument.

#### 2. Kontrollieren Sie Ihre Reputation

Wenn Sie Ihre Reputation im Internet nicht kontrollieren, dann tut es jemand anderes. Und wenn es ein Namensvetter ist, der nicht gerade zu Ihrem guten Ruf beiträgt. Sie sollten regelmäßig Ihren Status im Internet googlen. Es gibt dafür nicht nur Google sondern auch eine Personen Suchmaschine yasni.de. 37 % aller Studien Teilnehmer haben noch nie die eigenen Suchergebnisse über sich im Netz überprüft. Wie steht es mit Ihnen?

Aktualität Ihrer Profile im Netz ist elementar dabei. Ein Xing Profil, das Sie vor 2 Jahren mal angelegt haben und das 0% Aktivität aufweist, ist ebenso sinnvoll wie keines zu besitzen.

#### 3. Der Mensch vergisst, das Internet nie

Das Internet ist nicht Privat! Erst denken, dann klicken! Veröffentlichen Sie nichts im Internet, was zu Ihrem oder dem Nachteil von anderen verwendet werden kann. Besonders kritisch sehen Personalverantwortliche derbe oder diskriminierender Kommentare, Darstellung von Alkohol- oder Drogenmissbrauch, radikale politische Ansichten und widersprüchliche Angaben zum Lebenslauf.

Welche Botschaften die Fotos aussenden, die Sie posten oder liken. Welche Aussagen Sie mit Ihren Post und Kommentaren senden. Bei Social Media geht es um Wirkung. Sie haben es in der Hand, ob sich die Fremdwahrnehmung mit Ihrer Selbstwahrnehmung deckt. Doch dafür müssen Sie etwas tun.

Die Gründe, warum die Social Media Präsenz des Kandidaten einen negativen Einfluss auf dessen Bewerbung hatte, liegen auf der Hand: unrichtige Angaben zu Qualifikationen, unpassende Fotos oder Kommentare (auch über den aktuellen Arbeitgeber) oder mangelnde Kommunikationsfähigkeit. Mehr als die Hälfte der Personaler befindet die Recherche und das Einholen von zusätzlichen Informationen über Social Media als wichtig.

#### Fazit:

Betrachten Sie Ihr Online Image als selbstverständlichen Teil Ihrer Bewerbung, genauso wie die Erstellung des Lebenslaufs. Achten Sie darauf, dass Ihre Bewerbung und Ihr Online-Auftritt ein stimmiges Gesamtbild ergeben.

„Nur wer Ihren Nutzen kennt, will Sie haben, nur wer Sie haben will, stellt Sie auch ein.“

Die Reihe wird in den kommenden Ausgaben bdvb aktuell zu den Themen „Gespräch“ und „nach dem Gespräch“ fortgesetzt. Für weitere Tipps lesen Sie auch die Kolumne auf dem [www.Markenbotschafter-Blog.de](http://www.Markenbotschafter-Blog.de).

Viel Spaß beim Lesen und umsetzen. «

Charmanten Gruß  
Carmen Brablec



#### AUTORIN

Seine Attraktivität und Anziehungskraft als Marke zu steigern, dafür steht Markenübersetzerin und bdvb Mitglied Carmen Brablec. Die gelehrte Computer System Analystin studierte BWL mit dem Schwerpunkt Marketing und International Management und ließ sich in London zur Imageberaterin ausbilden. Das Managermagazin kürte sie zu „Deutschlands führender Expertin für Optische Kompetenz“. Mit großer Leidenschaft doziert sie zusätzlich an mehreren deutschen Hochschulen.

Foto: © Guido Karp, Carmen Brablec



## NEXT B2B FORUM - Chancen für Mittelstand & Großunternehmen

Das NEXT B2B FORUM fand am 13. Juni in Frankfurt statt, um gemeinsam mit B2B-Startups und Unternehmen über den Einfluss von B2B Startups auf die Unternehmenswelt sowie über aktuelle Trends in der Digitalen Wirtschaft zu diskutieren.

Die Veranstaltung stand unter der Schirmherrschaft von Frankfurt's Oberbürgermeister Peter Feldmann und wurde vom Global Shapers Hub Frankfurt des World Economic Forum organisiert, einem globalen Netzwerk für junge Menschen unter 30 mit besonderen Talenten und großem Potenzial.

Rund 150 Gäste wurden in den Räumlichkeiten von Bloomberg eingeladen und hörten gebannt Rednern wie Frank Riemensperger, CEO von Accenture (DACH), Sadiq Gillani, Strategiechef der Lufthansa und vielen weiteren Führungspersönlichkeiten aus der Unternehmens- & Startupszene zu, was sie über die Zukunft ihrer Branche zu berichten hatten.

Sadiq Gillani diskutierte gemeinsam mit Sebastian Walker, dem Gründer von Slidepresenter, einem B2B Startup aus Frankfurt und Dr. Christian Nagel, Partner beim Venture Capital Unternehmen Earlybird aus Berlin über die Hürden und Problematiken einer Zusammenarbeit mit Startups. Aus Sicht der Startups sind die oft intransparenten Strukturen der Großunternehmen einer der Gründe, die den Austausch erschweren. Bis sich der richtige Ansprechpartner gefunden hat und bis eine finale Entscheidung gefallen ist, vergehen meist Monate, die für Startups jedoch, insbesondere am Anfang überlebenswichtig sind. Insbesondere im Mittelstand empfinden es junge Gründer besonders schwer Fuß zu fassen. Zu oft fehlt hier die Infrastruktur für einen Austausch oder aber gleich ganz das Fehlen eines geeigneten Ansprechpartners. Mehr Interesse an der Startupszene und derer Innovationen seitens etablierter Unternehmen, ist bei allen Gründern der größte Wunsch.

Vishal Rai, Gründer & CEO eines der wohl innovativsten B2B-Startups aus der Rhein-Main Region, Acellere, stand Bloomberg's Moderator Paul Gordon Rede und Antwort über die Möglichkeiten von künstlicher Intelligenz und wie man sie im Bereich von Softwareentwicklung und -wartung einsetzen kann, um ganze IT Infrastrukturen sicherer, schneller und günstiger zu gestalten. Auch der Sicherheitsaspekt kam nicht zu kurz. Vishal Rai plädierte für mehr Transparenz bei Softwarekäufen, um dem Käufer eine Chance zu geben die Schwachstellen aufzuspüren.

Festzuhalten ist, dass sowohl Vertreter von Großunternehmen als auch von B2B-Startups noch viel an ihrer Kommunikation untereinander arbeiten sollten, um voneinander zu lernen und zu profitieren. Aber Dank der Global Shapers Reihe "NEXT B2B FORUM", die alle 4 - 6 Monate Events im Rhein-Main Gebiet organisiert, steht dem weiteren Austausch nichts im Wege.

Der Kontakt zwischen bdvb und Next B2B Forum entstand über bdvb Mitglied Robin Weninger und dem hauptverantwortlichen Organisator Karim Mustaghani. Beide haben bereits im Vorfeld intensiv daran gearbeitet die Lücke zwischen Startups und etablierten Unternehmen, vor allem dem Mittelstand, zu schließen. Der bdvb mit seinem Netzwerk stellt dabei einen idealen Partner da. Dank der Partnerschaft und der Teilnahme einiger Mittelständler fand bei den unzähligen Möglichkeiten zum Netzwerken ein reger Austausch statt. Das Feedback fiel dabei durchgängig positiv aus und nahezu alle Teilnehmer gingen mit jeder Menge Ideen und Inspiration nach Hause.

Alle Mitglieder des bdvb, die an einem aktiven Austausch mit Startup Unternehmen interessiert sind, können sich gerne an Robin Weninger und Karim Mustaghani wenden. Bei stehen gerne als Ansprechpartner zu Verfügung. «

INFORMATION

W<sup>3</sup>

• [www.nextb2bforum.org](http://www.nextb2bforum.org)