

Beitrag für



www.horizontjobs.de

Expertentipp von Dr. Jürgen Nebel - Initiativbewerbung richtig gemacht

Die Beliebtheit von Initiativbewerbungen nimmt ständig zu - sowohl bei Bewerbern als auch bei Unternehmen. Gibt man das Suchwort „Initiativbewerbung“ bei google ein, bekommt man 176.000 Ergebnisse. Doch nicht jede Initiativbewerbung ist gleich gut und gleich erfolgreich. Denn der Erfolg einer Initiativbewerbung hängt von mehreren Faktoren ab. Karriereberater Dr. Jürgen Nebel weiß aus seiner Beratungspraxis, was erfolgreiche Initiativbewerbungen ausmacht und gibt zehn wichtige Tipps.

Der verdeckte Stellenmarkt: Warum Initiativbewerbungen überhaupt Sinn machen.

Ein Instrument ist nicht deshalb gut, weil es beliebt und häufig genutzt wird. Es kommt auf das Ziel und das Ergebnis an. Circa 80 Prozent aller vakanten Positionen werden nicht öffentlich ausgeschrieben, insbesondere Führungspositionen. Es handelt sich also um den verdeckten Stellenmarkt, denn Sie können diese Stellen nicht in Zeitungen, Online-Jobbörsen oder sonstigen Medien finden. Warum die Unternehmen diese offenen Stellen nicht ausschreiben? Weil die Stellen zum Teil intern besetzt, Netzwerkkontakte genutzt oder Headhunter mit der Direktsuche beauftragt werden. Und weil die Unternehmen regelmäßig initiative Bewerbungen auf den Tisch bekommen, die gerade rechtzeitig kommen und auf das gesuchte Profil passen. Um diesen verdeckten Stellenmarkt, also die nicht öffentlich ausgeschrieben Positionen zu finden, ist die Initiativbewerbung ein hervorragendes Instrument.

Das Gesetz der großen Zahl: Auf die Anzahl der verschickten Initiativbewerbungen kommt es an.

Für den Bewerber hat die initiative Bewerbung einen zusätzlichen Vorteil: je mehr Initiativbewerbungen Sie verschicken, desto mehr offene Positionen entdecken Sie und können schließlich zwischen mehreren Optionen wählen - vorausgesetzt die Zielgruppe ist groß genug. Meine Klienten erzielen so durchschnittlich etwa zehn Erstgespräche bei Unternehmen und können am Ende meist zwischen zwei bis vier Jobangeboten auswählen. In der Praxis wird die Initiativbewerbung aber zu oft wie die „kleine Schwester“ der Bewerbung auf Stellenanzeigen behandelt. Der Bewerber sucht sich ein paar aus seiner Sicht passende und interessante Unternehmen aus und schickt dorthin initiativ seine komplette Bewerbungsmappe. Das ist insbesondere bei Studienabgängern beliebt. Und so bekommen die großen Autokonzerne, Konsumgüterhersteller und Unternehmensberatungen hunderte Initiativbewerbungen; aber nur wenige Bewerber eine Stelle bei den „Top Ten der beliebtesten Arbeitgeber“. Wer schon Berufserfahrung hat, weiß: Akquisition von Neukunden geht - neben dem bestehenden Netzwerk - nur über die Ansprache von vielen potenziellen Kunden und der passenden Zielgruppe. Und das ist bei der Initiativbewerbung genauso. Sie müssen also eine große Zahl von Unternehmen

anschreiben; mein Erfahrungswert ist mindestens 200 Stück. Diese Adressen sollten Sie sorgfältig auswählen, um Ihre passende Zielgruppe zu erfassen. Legen Sie Kriterien wie Branche, Umsatzgröße, Mitarbeiterzahl und regionale Zielgebiete nach Ihren Präferenzen und passend zu Ihrem Profil fest. Dabei können es auch Branchen sein, in denen Sie bisher nicht gearbeitet haben. Wenn Sie die richtigen Inhalte vermitteln, haben Sie auch als Quereinsteiger gute Chancen.

Akquirieren statt bewerben: gehen Sie mit Selbstbewusstsein an die Suche.

Die meisten Stellensuchenden agieren nach dem Motto: ich muss mich beim Unternehmen bewerben, indem ich mich als den ideal geformten Mitarbeiter darstelle. Teamfähig, kommunikativ, belastbar, mobil, flexibel sind dabei die vermutet beliebtesten Eigenschaften. Damit kommen Sie in eine Bittsteller-Rolle, die einen Austausch auf Augenhöhe unmöglich macht. Wechseln Sie in die Perspektive des Akquisiteurs: Sie haben dem Unternehmen Nutzen zu bieten und zwar ganz konkreten, der Sie von allen anderen Anwärtern auf die Stelle unterscheidet. Es geht also um Ihre ganz individuelle Vermarktung mit Argumenten, die ein Unternehmen überzeugen. Und das geht nur mit dem Selbstbewusstsein, was Sie können und schon erreicht haben.

Nur die Erfolge zählen: Geben Sie sich und dem Unternehmen ein gutes Gefühl.

Unternehmen wollen sehen, was Sie bewegt und erreicht haben. Denn nur die tatsächlich von Ihnen erzielten Erfolge geben den Entscheidern das gute Gefühl, den Richtigen oder die Richtige einzustellen. Es geht also darum, Ihre erzielten Erfolge darzustellen. Und zwar die Erfolge, die einem Unternehmen direkten oder indirekten Gewinn eingebracht haben. Diese Erfolge sollten Sie idealerweise in harten Fakten nachweisen. Meine Erfahrung ist: wenn Sie gute Erfolge nachweisen können, ist Ihr Alter und Ihre Ausbildung zweitrangig. Ganz im Gegenteil: nachweisbare Erfolge haben etwas mit Erfahrung zu tun. Und die hat meist nur, wer schon länger im Beruf steht und etwas bewegt hat.

Das richtige Akquisitionsmaterial: Drei Dokumente machen eine gute Initiativbewerbung aus.

Eine Initiativbewerbung stellt Sie vor die Herausforderung, Unterlagen zu erstellen, die für ganz viele verschiedene Unternehmen gleichermaßen passen, insbesondere wenn Sie das Gesetz der großen Zahl beherzigen. Denn diese Unterlagen sollen alle Unternehmen einer Zielgruppe gleichermaßen überzeugend ansprechen, so dass Sie nur die Adresse und den Ansprechpartner austauschen müssen. Eine erstklassige Initiativbewerbung besteht bei mir aus genau drei Dokumenten: dem zielgruppenspezifischen Anschreiben, den Beiträgen zum Unternehmenserfolg und dem Kurz-Lebenslauf. Diese drei, einseitigen Dokumente - bewusst in der wertenden Reihenfolge „Beiträge zum Geschäftserfolg“ vor Kurz-Lebenslauf - kommen zusammen in einen 20-Gramm-Brief im DIN Lang-Format. Um es ganz klar zu sagen: bei meinen Initiativbewerbungen werden keine Bewerbungsmappen verschickt, aber auch keine „Visitenkarten“ im Sinne einer Auflistung bisheriger Arbeitgeber, Funktionsbezeichnungen und Zeiträume.

Das zielgruppenspezifische Anschreiben: Überzeugen Sie mit einer klaren Headline.

Das zielgruppenspezifische Anschreiben beginnt mit einer drei- bis vierzeiligen Headline, die Ihre wesentlichen Stärken, Erfahrungen und insbesondere Erfolge

darstellt. Diese Headline ersetzt den sonst üblichen Betreff. Ob Ihre Bewerbung eine Chance beim Unternehmen hat, hängt zuerst genau von dieser Headline ab. Wenn wir davon ausgehen, dass Entscheider nur wenig Zeit haben, bleiben Ihnen genau diese paar Zeilen, um das Interesse des Lesers zu wecken. Da diese Headline enorm wichtig ist, braucht ihre Entwicklung einen besonders sorgfältige Vorbereitung: die Zusammenstellung Ihrer Stärken!

Damit dies „greifbar“ wird, hier zwei konkrete Beispiele für eine Headline: „Leiter Finanzen und Controlling, 47, mehrsprachig, international erfahren, mit überzeugenden Erfolgen im Finanz- und Beteiligungscontrolling sowie im Vertragsmanagement von mittelstandsgeprägten Unternehmen mit Konzernstruktur sucht Verantwortung in reiner Finanzfunktion oder übergreifender Querschnittsfunktion (Kaufmännische Leitung)“ oder „Bereichsleiter Konzern-Einkauf / Unternehmens-Sicherheit / Leiter Business-Unit, Führungspersönlichkeit, 46, mit nachweisbaren Erfolgen in mittelstandsgeprägten Gesellschaften und multinationalen Unternehmen. Fundierte General Management Skills und ausgeprägtes unternehmerisches Denken aufgrund breit gefächelter Funktionserfahrung in Einkauf, Vertrieb, Revision und Sicherheits-Management.“

Der „Rest“ des Anschreibens ist dann eine etwas detailliertere Präsentation Ihrer besonderen Stärken und Nutzen – immer in klaren Aussagen, die dem Unternehmen zeigen, was es durch Ihre Mitarbeit gewinnen kann. Den Schluss bildet der Hinweis auf Ihre berufliche Neuorientierung in nächster Zeit und die Bereitschaft, weitere Unterlagen zu senden oder für ein Gespräch bereit zu stehen. Übrigens werden meine Klienten überwiegend eingeladen, ohne dass die Unternehmensentscheider zuvor eine Mappe erbeten haben.

Noch eine klare Aussage: Die Bezugnahme auf das konkrete Unternehmen entfällt! Denn es ist aus meiner Sicht absolut überflüssig, dem angeschriebenen Unternehmen zu erklären, warum es toll sei oder gar, warum Sie schon immer für es arbeiten wollten. Dass es großartig ist, weiß das Unternehmen längst und will dazu keine „individualisierten Textbausteine“ lesen. Und dass Sie für das Unternehmen arbeiten wollen, liegt nahe, wenn Sie sich dort bewerben.

Die Beiträge zum Geschäftserfolg: So beweisen Sie, was Sie schon erreicht haben.

In diesem ein- maximal zweiseitigen Dokument geht es darum, Ihre erzielten Erfolge darzustellen. Und zwar die Erfolge, die ihren vorherigen Arbeitgebern Gewinn eingebracht haben. Sie sollten möglichst nach wenigen Hauptthemen gegliedert darstellen, was Sie erreicht haben. Diese Auflistung löst sich also von den beruflichen Stationen: sie richtet sich nach übergeordneten Leistungen aus. Hierbei geht es dann um konkrete Aussagen wie beispielsweise Umsatzsteigerung um x Prozent, Kostensenkung um y Prozent oder Marktanteilsgewinn von z Prozent. Ergänzt um qualitative Aussagen wie Konfliktlösungen, Führungserfolge, etc.

Wichtig ist dabei die Perspektive: Versetzen Sie sich immer in die Lage der Unternehmen. Was ist für ein Unternehmen wichtig? Was könnte zum Unternehmenserfolg Ihres künftigen Arbeitgebers beitragen?

Auch hier ein Auszug aus einem konkreten Beispiel:

„Neuaufbau eines Produktionsstandortes mit kompletter Infrastruktur für ein Joint Venture in Tschechien: a) Nachhaltige Kostenreduzierung von Elektromotoren in Höhe von 30 Mio. € pro Jahr, b) Senkung der Herstellkosten um 30 % durch ein konzernübergreifendes Baukastenmodell“ und „Sanierung der gesamten italienischen Business Unit mit 3 Standorten für Technik, Vertrieb und Administration: a) strategische und profitable Marktanteilerweiterung in Europa und Asien, b) Kontinuierliche Umsatzsteigerung, EBITA 12 Mio. €, c) Marktanteilssteigerung aufgrund innovativer und kundengerechter Produkte von 12 auf 18 %“.

Der Kurz-Lebenslauf: Bringen Sie das Wesentliche klar strukturiert auf eine Seite.

In den einseitigen Kurz-Lebenslauf gehören nur die wesentlichen Daten zu Ihrer Person und Ihren wichtigsten Berufsstationen. Diese werden nach „Key Essentials“ gegliedert wie Internationalität, Führungsspanne, besondere Aufgaben, etc. Sie ordnen dort zusammen, was zusammengehört und nicht, wie Ihr Leben „zufällig“ verlaufen ist.

Die von mir entwickelten Lebensläufe weichen daher erheblich von den Mainstream-Lebensläufen ab, wie sie in fast allen Ratgebern beschrieben werden. Denn auch der Lebenslauf ist in meiner Arbeit ein Instrument, um Erfolge und Nutzen zu vermitteln. Das geht nur, wenn man sich von herkömmlichen Vorstellungen verabschiedet und sich anders verkauft.

Ergänzend zum Kurz-Lebenslauf entwickle ich mit meinen Klienten einen ausführlichen Lebenslauf. Dieser beschreibt dann die einzelnen Berufs- und Ausbildungsstationen chronologisch geordnet - beginnend mit der aktuellsten Position. Auch hier steht bei jeder Station, was in dem jeweiligen Unternehmen an Erfolgen erzielt wurde. Dieser lange Lebenslauf ist daher eine Zusammenführung von Kurz-Lebenslauf und Beiträgen zum Geschäftserfolg. Er wird an Unternehmen versandt, die aufgrund der Initiativbewerbung weitergehende Informationen zum Bewerber wünschen.

Zur Verdeutlichung der Gliederung eines Kurz-Lebenslaufs das Beispiel eines Leiters Finanzen und Controlling. Nach einer kurzen Darstellung der persönlichen Fakten (Name, Alter, Familienstand, Geburtsort) folgen konkrete Ausführungen zu der aktuellen Position „Leiter Finanzen und Controlling“ sowie zu den Key-Essentials „Internationale Erfahrung / Cultural Awareness“, „Leitende Funktionen im Accounting, Treasury, Controlling und Vertragsmanagement“, „Führungsverantwortung und -kompetenz“ und „Krisenerfahrung und Restrukturierungskompetenz“ sowie eine kurze tabellarische Übersicht der wichtigsten beruflichen Stationen mit den konkreten Arbeitgebern und Funktionen.

In diesen Kurz-CV gehört auch ein Foto. Bitte investieren Sie in dieses Foto, damit Sie optimal „überkommen“. Das Foto sollte selbstverständlich aktuell sein, Sie in passender Business-Kleidung zeigen und mehr als nur Ihr Gesicht zeigen, sprich kein Passfoto sein. Vor allem soll das Foto Sie authentisch präsentieren.

Die Adressaten: Sie müssen auf dem richtigen Schreibtisch landen.

Es geht darum, dass Sie den richtigen Ansprechpartner erreichen, idealerweise den Entscheider oder einen leitenden Mitarbeiter, der Ihr „Fürsprecher“ wird. Und das ist in der Regel nicht die Personalabteilung. Ihre Initiativbewerbung muss daher unbedingt an konkrete Ansprechpartner mit entsprechender Funktion und Entscheidungskompetenz gehen. Suchen Sie sich via geeigneter Datenbanken die Namen des Bereichsleiters, des Geschäftsführers oder zuständigen Vorstands heraus. Dann landen Sie auf dem richtigen Schreibtisch.

Erfahrene Karriereberater können Ihnen die für Sie passenden Adressdaten beschaffen bzw. zur Verfügung stellen. Mit vielen meiner Klienten schreibe ich zusätzlich eine größere Anzahl von Personalberatern (Headhunter) an. Denn auch dort ist ein Teil des „verdeckten Stellenmarktes“ zu finden, so dass sich für sie weitere Optionen entwickeln. Zudem freuen sich Headhunter über Kandidaten mit erkennbaren Erfolgen, die sich aktiv anbieten.

Die Vorstellungsgespräche: So sind Sie bestens vorbereitet.

Die Erstellung Ihrer Unterlagen ist die beste Vorbereitung auf Ihre Vorstellungsgespräche - oder besser gesagt Ihre Akquisition in eigener Sache. Wenn Sie diese Unterlagen erarbeiten, lernen Sie sich „neu kennen“. Meine Klienten bestätigen mir immer wieder, dass die Entdeckung von Stärken und Erfolgen eine ganz neue Motivation und vor allem das nötige Selbstbewusstsein gibt. Wenn Sie von sich überzeugt sind, können Sie andere von sich überzeugen.

Zur Person:

Dr. Jürgen Nebel ist Karriereberater und Karrierecoach für Führungskräfte und Outplacement. Sein Beratungsunternehmen Nebel Karriereberatung sitzt in Wiesbaden. (www.nebelkarriereberatung.de)