



Bewerbungswissen

Die schriftliche Bewerbung:

So legen Sie ein gutes Wort für sich ein

In Kooperation mit Supertext
von Rinaldo Dieziger

Ein überzeugender Bewerbungsbrief, auch Motivationsschreiben oder Anschreiben genannt, erhöht die Chance auf einen Vorstellungstermin. Heute melden sich nicht selten über 100 Bewerber/-innen auf eine Stellenanzeige. Grund genug, sich jedes Wort genau zu überlegen.

Die 99 anderen.

Fast jedes Stellenportal im Internet bietet Musterbrief-Vorlagen und Standardsätze für das eigene Anschreiben. Resultat: 99,9% aller Bewerbungsschreiben beginnen mit dem Einstieg aus dem Lehrbuch: «Ich nehme Bezug auf Ihr Stelleninserat vom ...» Versuchen Sie sich den Herr oder die Dame in der Personalabteilung vorzustellen! Das ist Ihre Chance zu überraschen. Und tun Sie dies persönlich, sprechen Sie die verantwortliche Person mit Ihrem Text direkt an. Wer in der Anrede «Sehr geehrte Damen und Herren» schreibt, offenbart, dass er sich im Vorfeld nicht informiert hat, bei wem er sich bewirbt.

Machen Sie es kurz.

47% der Sätze in der Bildzeitung haben 4 Wörter und weniger. Laut DPA liegt die Grenze der Verständlichkeit eines Satzes bei 9 Wörtern. Wählen Sie, wo immer möglich, das kürzere Wort. Schreiben Sie nicht über «die Grundproblematik» oder «den Problembereich» oder gar über «den eigentlichen Problembereich». Schreiben Sie über «das Problem». Schildern Sie in zwei, drei kurzen Sätzen, warum genau Sie der oder die Richtige für die Position sind. Schreiben Sie keinen Roman. Bieten Sie keine Auswahlendung. Legen Sie Ihre zwei besten Argumente auf den Tisch.

Hat Ihr Bewerbungsbrief Blähungen?

Streichen Sie in Ihrem Text folgende Blähwörter: in etwa, irgendwie, sowieso, ganz, etwas, eigentlich, nämlich, übrigens, also, auch, noch, demnach. Dies ist ein einfacher Trick, den Text nochmals massiv kürzer und knackiger zu gestalten.



Autor:

Rinaldo Dieziger (32) textete 10 Jahre lang für renommierte Schweizer Werbeagenturen und gewann diverse Kreativpreise. 2005 gründet er Supertext, die erste Online-Textagentur.

Supertext ist die erste Online-Textagentur mit einem Netzwerk von über 300 professionell frei schaffenden Textern, Lektoren, Korrektoren und Übersetzern. Die Texte können mit wenigen Klicks online bestellt oder in die Überarbeitung geschickt werden. Ob Brief, Präsentation, PR-Artikel, Anzeige oder Radiospot - die Supertexter sorgen für eine überzeugende schriftliche Kommunikation. Von A bis Z.

Jetzt ausprobieren: www.supertext.ch.

Behaupten Sie nicht, beweisen Sie es!

Es scheint heute kein Unternehmen zu geben, das nicht über innovative Produkte, kompetente Mitarbeiter, moderne Techniken und attraktive Preise verfügt. Gehen Sie mit Adjektiven sorgsam um. Auch in Ihrer Bewerbung. Vermeiden Sie Allerweltswörter wie «kompetent», «zuverlässig», «professionell», «flexibel», «belastbar» und «kreativ». Das schreiben schon die 99 anderen. Beweisen Sie Ihre Kreativität mit einem originellen Einstiegssatz. Zeigen Sie Professionalität mit einem fehlerlosen, formal korrekten Brief.

Lassen Sie keine Zweifel aufkommen.

Modalwörter scheinen der zurückhaltenden Schweizer Mentalität zu entsprechen. «Ich würde mich sehr freuen, wenn ich Ihnen beim Verkauf helfen könnte» klingt weniger selbstbewusst als «Ich hole Ihre Verkaufszahlen aus dem Keller!». Der Einsatz von Modalwörtern (können, dürfen, müssen, wollen, sollen, mögen) macht Sie weder anständiger noch freundlicher. Unternehmer/-innen suchen niemanden, der könnte, sondern jemanden, der kann! Argumentieren Sie aus einer Position der Stärke. Das schafft beim Leser Sicherheit und Vertrauen.

Formulieren Sie aktiv statt passiv.

Hier geht es um ein ähnliches Problem wie bei den Modalwörtern. Viele Menschen benutzen den Passiv, weil er weniger verbindlich ist: «Damit Ihre Projekte effizient realisiert werden.» Besser: «Wir realisieren Ihre Projekte effizient.»

Werben mit Verben.

«Hier steht ein Baum. Dort steht ein Auto. Und da steht eine Frau.» Die drei Sätze wirken statisch und wenig konkret. Verwenden Sie Verben, die Dynamik erzeugen: «Hier wächst ein Baum. Dort parkt ein Auto. Und da wartet eine Frau.» Lassen Sie Verben Verben sein. Ersetzen Sie Substantivierungen wie «das Erarbeiten», «beim Aufbau», «durch Fokussieren» oder «dank dem Zustandekommen».

Was hat Ihr Arbeitgeber davon?

Der Mensch ist ein Homo oeconomicus. Ihre Weltreise und die Praktika in der Antarktis mögen spannend sein, Ihren potenziellen neuen Arbeitgeber interessiert nur, was er davon hat. Und er denkt nicht von sich aus darüber nach. Schreiben Sie deshalb nicht darüber, wie gut Sie sind, sondern wie gut Sie Ihren neuen Arbeitgeber machen: «Daher kann ich Ihnen und Ihren Kunden auch in IT-Fragen einen Mehrwert bieten.»

Weiteres nützliches Karriere-Know-how finden Sie unter:
www.goldwynreports.com

Kontakt

Goldwyn Partners Group AG
Ruessenstr. 18 CH-6340 Baar

Tel: +41 41 769 36 00
Fax: +41 41 769 36 09
frontdesk@goldwynpartners.com

www.goldwynpartners.com
www.goldwyncareers.com
www.goldwynreports.com
www.goldwyntalents.com