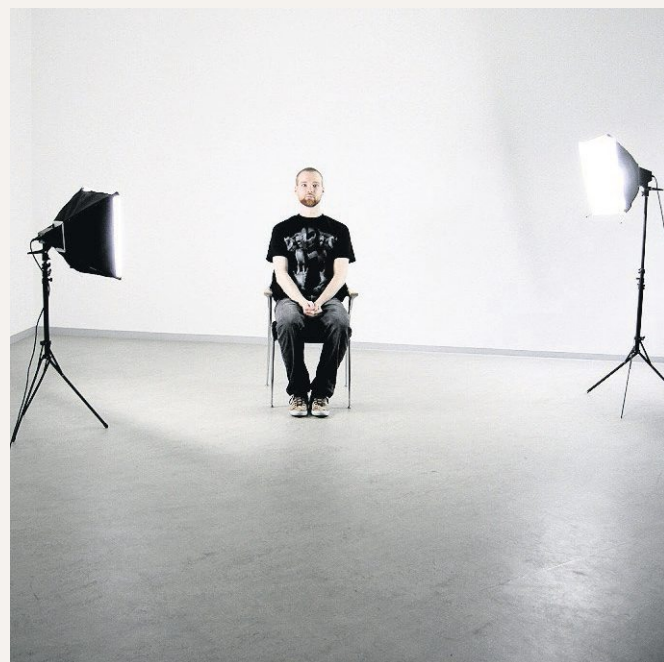


An unseren Facebook-Profilen basteln wir tagelang herum. Aber geht es um Bewerbungen, fehlen uns jeder Fleiss und jede Inspiration. Ein Fachmann hat langsam, aber sicher die Nase voll davon. **Von Reto Hunziker**



Jetzt reisst euch mal

Mit Interesse habe ich Ihr Inserat auf jobs.ch gelesen.» So oder so ähnlich beginnen 99 Prozent der Bewerbungsbriefe, dann folgen weitere Binsenwahrheiten. Dazu ein Lebenslauf mit vergilbter Passfoto und den immergleichen Schlagwörtern «teamfähig» und «flexibel» und unter Hobbys: Musik, Literatur und Fotografie. Fertig. Geradeso gut könnten wir schreiben «den Job will ich schon, aber mir Mühe geben deswegen dann doch nicht».

Etwas stimmt nicht mit unserer Einstellung zum Bewerbungsprozess. Anders ist nicht zu erklären, dass die meisten von uns mehr Zeit darauf verwenden, das Hintergrundbild von Whatsapp auf unserem Handy zu personalisieren, als das Bewerbungsdossier individuell zu gestalten. Wie soll denn das bitte mit dem neuen Job funktionieren?

Bewerbung - und das scheinen viele zu verdrängen - hat mit Werbung zu tun; es steckt sogar im Wort drin. Um eine neue Stelle zu finden, müssen wir Werbung in eigener Sache machen. Und da stehen wir schon vor der ersten Schwierigkeit: Wir verkaufen uns nicht gerne. Weil es erfordert, dass wir uns analysieren und hinterfragen - was anstrengend ist. Weil wir die Karten offen auf den Tisch legen (oder mühselig verschleiern) und uns

selbst in den Mittelpunkt stellen müssen. Und es dafür eine Selbstsicherheit braucht, die wir oftmals nicht haben; erst recht nicht, wenn wir arbeitslos sind. Selbst gestandene Werber tun sich schwer damit, sich auf ein paar Schlagworte herunterzubrechen und anzupreisen.

Bei der Selbstvermarktung als Arbeitskraft geht es um Kompetenzen, Erfahrung, Aus- und Weiterbildung, aber auch um Persönlichkeit. Sprich: um sehr eigentümliche Aspekte. Und darum, sich gegen die Konkurrenz durchzusetzen. Dennoch ist der erste Reflex bei den allermeisten, die sich bewerben wollen: Ich schau einmal, wie es die anderen gemacht haben. Mit Verlaub, das ist idiotisch. Denn wenn ich schaue, wie es die anderen gemacht haben, bin ich verleitet, es zu machen wie die anderen, und ergo sieht meine Bewerbung aus wie jene der anderen. Das ist ungefähr so, als würde Adidas mit dem Slogan «Also just do it» werben. Oder Burger King mit «I'm loving it, too». Wie will man herausstechen, wenn man mit der Masse mitläuft? Konformisten fallen nun einmal nicht besonders auf.

So kommt es, dass in einem Verfahren, in dem es darum geht, geeignete Kandidaten von weniger geeigneten zu trennen, alle darum bemüht sind, möglichst konkurrenzfähig zu bleiben statt möglichst unverkennbar. Bizarr.

Kein Wunder, stürzt sich der potenzielle Arbeitgeber auf Diplome und

Zeugnisse; er hat keine andere Wahl. Wir versäumen es ja gerade, auf unsere Persönlichkeit einzugehen, auf das, was uns von anderen unterscheidet, auf unsere - Achtung, wieder ein Begriff aus der Werbung - *unique selling proposition*.

Ecken und Kanten

Dabei wäre das so wichtig. Der potenzielle Arbeitgeber hat nämlich wenig Zeit, weil er nach einer Stellenausschreibung von Bewerbungen überhäuft wird. Ergo sollten wir ihn möglichst schnell von uns überzeugen. Etwa mit einer plakativen Kernbotschaft oder einem Eye-Catcher. Hauptsache auffällig, individuell, reduziert. Tun wir das? Eben nicht.

Es ist die Angst, die uns zu schlechten Bewerbern macht. Angst vor der Zurückweisung, Angst, nicht zu gefallen, Angst, nicht zu genügen. Das ist verständlich - immerhin geht es langfristig um unser finanzielles Überleben - und doch fatal. Denn mal ehrlich, welche überzeugenden Dinge sind schon aus Vorsicht entstanden? Wer sich aus Angst, nicht gut anzukommen, jeglicher Ecken und Kanten entledigt, wird zur profillosen Maske. Statt zum charakteristischen Kandidaten. Eine gute Bewerbung hingegen braucht Risiko und einen überzeugten Menschen dahinter.

Aber es ist nicht die Angst allein, vielleicht noch schlimmer ist die Unlust: Der durchschnittliche Stellensuchende sieht die Bewerbung als



zusammen

lästige Pflichtübung und geht sie so unmotiviert an wie eine Steuererklärung. Wird im Stellenprofil Flexibilität (was auch immer damit gemeint ist) verlangt, bezeichnen wir uns flugs als flexibel und glauben, damit unsere Schuldigkeit getan zu haben. Für die Stelle bei Swisscom kopieren wir den Brief, mit dem wir uns schon bei Hiltl beworben haben. Schnell fort damit. Dass dabei «Sozialkompetenzen», «Sehr geehrte Herr» oder auch «Kulbschule» herauskommen... Bewerbungsrisiko. Uns ist das Bewerben derart zuwider, dass wir es so schnell wie möglich hinter uns bringen wollen.

Mit schludrigem Dossier ist unsere Aussicht auf einen Job denkbar düster. Doch wie versuchen wir, unsere Chancen zu erhöhen? Wir schicken unser schludriges Dossier an möglichst viele Adressen! Himmel! Wie ein Bub, der allen Mädchen in der Klasse einen Zettel zusteckt mit den Worten «Willst du mit mir gehen?». Ergebnis: Kein einziges ist beeindruckt. Nein, eine gute Bewerbung braucht Zeit, Hingabe und eine gewisse Exklusivität. Sie lässt sich nicht husch, husch, nebenbei erledigen.

Und dann erst die Präsentation: Voilà, der Lebenslauf als staubtrockene Arial-Tabelle, steht doch alles Wichtige drin, muss man doch nur noch richtig decodieren. Leserführung, Storytelling, Design - Fehlangeige! Dabei könnte eine Bewerbung lustvoll sein, könnte Spass machen;

sowohl dem Ersteller als auch dem Betrachter.

Stattdessen wird die Bewerbung zum Wettbewerb: Wer ist konformer? Und: Wer ist besser verlogen? Aus dem Jahr Arbeitslosigkeit, in dem wir RAV-Kurse besucht und endlich einmal länger Ferien gemacht haben, machen wir doch schnell «Weltreise und Weiterbildung». Den Fakt, dass wir über 50 sind, versuchen wir zu vertuschen, indem wir den Jahrgang erst auf der letzten Seite des Lebenslaufs placieren. Das ist etwa so suspekt wie Unschuldsbekundungen aus dem Mund von Sepp Blatter.

Zugegeben, es wird den Arbeitslosen nicht leicht gemacht: Die von den regionalen Arbeitsvermittlungstellen (RAV) ausgehenden Standortbestimmungskurse sind zwar gut gemeint, betreiben aber vor allem Schadensbegrenzung. Ob Maurer, Lehrer oder Ingenieur mit Migrationshintergrund - alle werden gleich

Schauen, wie es die anderen gemacht haben. Das ist, als würde Adidas mit dem Slogan «Also just do it» werben.

behandelt und instruiert. Am Ende haben sie fast identische Bewerbungsunterlagen. Strukturierte zwar, aber eben auch standardisierte.

Auch die Stelleninserate, auf die wir eingehen müssen, sind uninspiriert und meist himmeltraurig formuliert. Das ist aber noch lange kein Grund, im Brief einfach jene schönsten Schlagworte herunterzuleiern, die bereits im Stellenprofil stehen.

Honig um den Mund

Ein Motivationsschreiben heisst nicht umsonst so, es geht darum, die Motivation des Bewerbers zu spüren. Der potenzielle Arbeitgeber soll nicht nur herauslesen, dass wir für die Stelle geeignet sind, sondern auch, dass wir bei ihm arbeiten wollen und gut in das Unternehmen passen. Die Firma ist so anspruchsvoll wie eine Frau, die will, dass man ihr den Hof macht; sie will umworben werden, ohne Honig um den Mund geschmiert zu bekommen. Aufrichtig und glaubwürdig soll es sein. Wer wirklich will, findet gute Argumente.

Damit wir uns richtig verstehen: Das bedeutet nicht, dass wir mit einer guten Bewerbung bereits den Job in der Tasche haben. Es kann immer noch an sehr vielen Punkten scheitern. Aber immerhin haben wir dann nicht von Anfang an alles falsch gemacht.

Der Autor ist Journalist und Kursleiter zum Thema «Bewerbung».