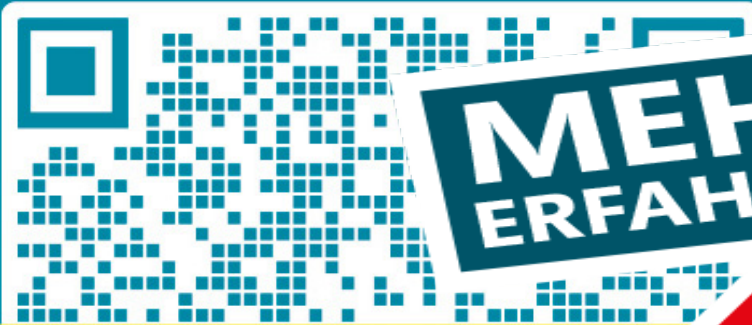
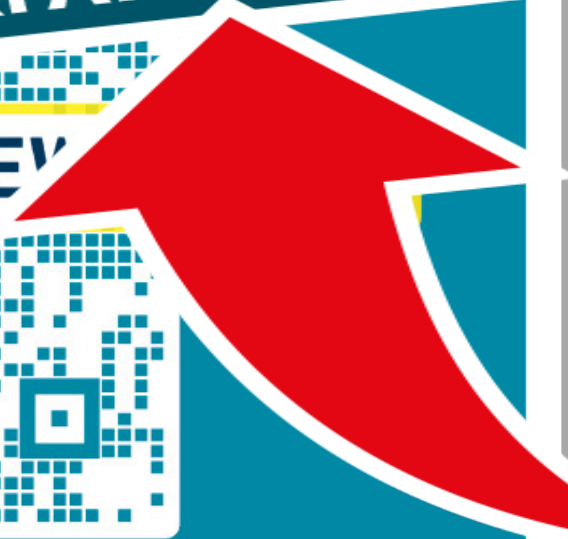
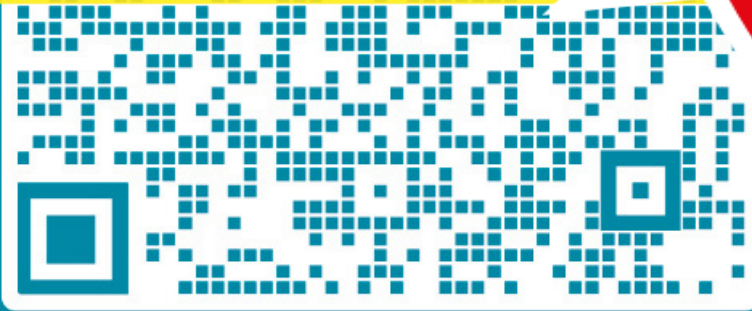


Hesse/Schrader



**MEHR
ERFAHREN**

NEUE FORMEN DER BEW



- Innovative Strategien
- Einzigartige Gestaltungsideen
- Netzwerke erfolgreich nutzen

STARK

Inhalt

Bevor Sie beginnen	5	Anlagenverzeichnis	70
Das macht Sie erfolgreich	5	Dritte Seite	72
Voraussetzungen für Ihre erfolgreiche Bewerbung	5	Handschriftenprobe	76
Wie reagieren die Arbeitgeber?	7	Referenzen und Empfehlungen	77
Gute Ideen – so klappt’s	7	Rück-Antwortkarte	79
... und so eher nicht	8	Besonderer Hinweis	79
„Gebrauchsanweisung“ für dieses Buch	9	Betreff- und PS-Zeile	80
		Mut zeigen	81
		QR-Code anbieten	82
		Best Practice	83
NEUE SCHRIFTLICHE FORMEN UND WEGE	11		
Besondere Bewerbungsunterlagen	12	Besonderer Medieneinsatz	88
Die Dramaturgie Ihres Drehbuchs	13	Zettel	88
Der Lebenslauf: Alle Abschnitte und Abfolgen	16	Plakate	90
Das Foto	23	Banner-Werbung	91
Die Anlagen	26	Postkarten	91
Das Anschreiben	27	Heftchen, Zeitung, Magazin, Katalog	92
Der rote Faden	32	Sticker, Aufkleber & Co.	93
		Ungewöhnliches Verpackungsmaterial	93
		Beilage bei anderer Post	94
Besondere Bewerbungswege	33		
Die Initiativbewerbung	33	Besondere Präsentationsformen	95
Die Kurzbewerbung	39	Anlagen, Beigaben, Arbeitsproben	95
Der Bewerbungsflyer	41	Verpackung	96
Die Profilcard	45	Die einfache Variante	96
Das Stellengesuch	47	Umschlag und äußere Gestaltung	97
Die Doppelbewerbung	49	Andere kreative Verpackungsmaterialien	97
		Versand und Übergabe	98
Besonders kreative Gestaltungsideen	50		
Ästhetische Tricks und Kniffe	50	Besondere Reaktionen	99
Außergewöhnliche inhaltliche Formen	60	Der Nachfassbrief	99
		Der Absage-Antwortbrief	101
Besondere Überraschungseffekte	62	Best Practice	103
Startvorschläge	62	Bleiben Sie dran!	110
Profil	68		

NEUE DIGITALE FORMEN UND WEGE 111

Im Netz 112

Alles googeln 112

E-Reputation 114

E-Stellenangebote: Stellenmärkte, Stellenbörsen,
Stellengesuche und Profile auf Firmenhomepages 115

Die E-Mail-Bewerbung 119

Was in eine Bewerbungs-Mail gehört ... und was nicht 120

Was Sie bei Ihrer E-Mail formal beachten müssen 123

Sonstige Mailings 129

Das Onlineformular 130

Kurzer Überblick zur Onlinebewerbung bei Firmen 130

Online – Pflicht oder Kür? 130

Die standardisierte, automatisierte Bewerbung 131

Tipps, Tricks und Fallen 131

Unsere Empfehlung 132

Online: Weitere Möglichkeiten 133

PowerPoint 133

QR-Code 134

Foren und Blogs 134

Business Communities 138

Die eigene Homepage 142

Videobewerbung, Videobotschaft 144

Vorstellungsgespräch per Webcam 146

NEUE PERSÖNLICHE FORMEN UND WEGE ... 147

Networking 148

Bestehende Kontakte 148

Neue Kontakte 149

Konkrete Unterstützung 149

Beziehungsnetz-Pflege 150

Fürsprecher und Referenzen 151

Vorträge halten 151

Vorträge besuchen 152

Essenseinladung 152

Interview für Buchprojekt oder sonstige Publikation 153

Job-Speeddating organisieren 153

Gute Verbindung – bewerben per Telefon 154

Informationen sammeln 154

Kontakt aufnehmen 155

Kontakt halten 156

Nachfassen 156

Dranbleiben trotz Absage 157

Nach dem Vorstellungsgespräch 157

Sonderfall Initiativbewerbung 158

Rückruf potenzieller Arbeitgeber 158

Weitere Möglichkeiten der Kontaktaufnahme 159

Visitenkartenpartys 160

Tipps für den ersten Kontakt 160

Und noch weitere Möglichkeiten der
Kontaktaufnahme 161

Bestechende Einstiegsangebote 162

Just Part Time 162

Neue Chancen durch Zeitarbeit 163

Viele Wege führen nach Rom 164

Was Sie noch wissen sollten ... 165

Anmerkungen 166

Weiterführende Literaturhinweise 166

Stichwortverzeichnis 167



Beispiele Zettel

Sie können den Text auch um Bildelemente ergänzen, die das, was Sie anbieten wollen, illustrieren, z. B. ein Pinsel für Maler, ein Laptop für Schreibarbeiten oder ein Schnuller fürs Babysitten.

Pinnen oder kleben Sie diese Zettel überall dort hin, wo sich Ihre Zielgruppe aufhält und Ihr Angebot gesehen wird. Um beim Babysitter-Beispiel zu bleiben: Hier eignen sich Infowände in Kindergärten oder Arztpraxen, und wer Unterstützung bei der Hausrenovierung sucht, könnte an der Pinnwand im Baumarkt auf Ihr Angebot stoßen.

Das Platzieren an Bäumen ist übrigens verboten. Vorsicht!

**Ich liebe Hunde ...
Sie auch?**

Gerne versorge ich Ihre Hunde
und unterstütze Sie bei allem,
was es zu tun gibt!



Christoph Wilde
Tel. 0170 34 56 78



Christoph Wilde
Tel. 0170 34 56 78



Christoph Wilde
Tel. 0170 34 56 78



Christoph Wilde
Tel. 0170 34 56 78



QR-Code

Das ist Ihre persönliche Zugangsempfehlung für Ihren Empfänger. Über den QR-Code haben wir Sie ja bereits auf S. 82 informiert. Er verbindet Sie sekundenschnell mit einer Internetadresse, auf der für Sie der Ersteller dieses Codes spezielle Botschaften hinterlegt hat. Das können Sie auch für den Empfänger Ihrer Unterlagen einrichten und damit schnell auf Ihre Internetseite führen. Dieses außergewöhnliche neue Angebot in Ihren Bewerbungsunterlagen mag noch nicht wirklich häufig von Ihren Empfängern genutzt werden – der Effekt, den Sie damit kreieren, ist nicht zu unterschätzen!

Zielgruppe: Ab 20.000 bis 150.000 € p. a., weitgehend branchen- sowie unternehmensunabhängig.

Achtung: Geben Sie sich Mühe mit den aufbereiteten Informationen!



Hier gibt es die Chance, einerseits interessante, beruflich relevante Bewerbungsinformationen zu erhalten, z. B. wie man sich am besten in Branche XY oder bei Firma XZ bewirbt. Andererseits kann man vielleicht durch engagiertes Networking – im entsprechend den beruflichen Zielen passenden Forum – einen beruflich wichtigen Kontakt knüpfen, der im Idealfall als Sprungbrett zum neuen Job wird.

Foren und Blogs

Internetforen sind Plattformen, auf denen Mitglieder – je nach Forum registriert oder nicht registriert – Fragen zu bestimmten Themen an andere Mitglieder stellen, untereinander Informationen und Erfahrungsberichte austauschen oder ihre Meinung zur Diskussion stellen können. Auch dies ist ein Werkzeug, mit dem man sich wichtige berufliche Infos

holen, hilfreiche Kontakte knüpfen, aber auch eine Art Spezialisten-Reputation aufbauen kann. Alles unter dem Aspekt: Wer mich sucht, findet auch hier Informationen über mich und mein berufliches Kompetenz- und Leistungsspektrum.

Die Mitglieder geben sich in vielen Foren sogenannte „nicknames“ (= Spitznamen), um ihre Identität zu schützen. Statt ihrer Porträts sind meist sogenannte Avatare zu sehen, Comicfiguren, Bilder der Filmprominenz etc. als Ersatz für ihre wahre Identität. Dies wird jedoch nur noch auf Freizeit-, Kennenlern- oder einigen Ratgeberportalen gehandhabt. Auf Business-Plattformen wie Xing sind volle Benutzernamen erwünscht.

Zielgruppe: Weitestgehend branchen- sowie unternehmensunabhängig, schon ab etwa 20.000 € p. a.

Achtung: Verlangt kontinuierliches Engagement und Pflege, insbesondere aber ein planvolles Vorgehen.



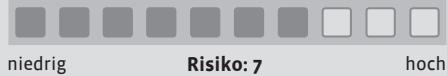
Wikipedia – Glanz durch Autorenschaft

Ein nicht mehr wegzudenkendes Beispiel für ein Internetforum ist Wikipedia, das Onlinelexikon, das von den Usern selbst mit fundiertem Wissen von A bis Z gefüttert und gegenseitig auf fachliche Richtigkeit kontrolliert wird. Wikipedia zeigt deutlich die Vor- und Nachteile der Wissensbeschaffung aus dem Internet

bzw. aus den Foren. Durch den Button „Bearbeiten“ besteht jederzeit die Möglichkeit, neuesten Entwicklungen z. B. in der Forschung, in einer Vita etc. Rechnung zu tragen. Der Nachteil: Experten zu den jeweiligen Themen mahnen eine allzu große „Wikipedia“-Gläubigkeit der Internetnutzer an. Selbst wenn es Korrektur- und Bearbeitungsfunktionen gibt, stellt sich die Frage, wie genau und wie schnell ein Artikel auf seine Richtigkeit hin überprüft werden kann. Generell gilt: Für eine zielgerichtete Informations- und Stellensuche gibt es mittlerweile immer mehr berufsbezogene Internetforen. Dennoch können Sie sich als beruflicher Experte ebenso wie als Hobbywissenschaftler mit Spezialkenntnissen über ein besonderes Thema hier eine nachweisliche Plattform schaffen, die Ihnen zur Ehre gereicht!

Zielgruppe: Weitestgehend branchen- sowie unternehmensunabhängig, ab etwa 40.000 € p. a.

Achtung: Verlangt besonderes Wissen und deutliches Engagement.



Weblogs oder Blogs

Weblogs – eine neue Form der Selbstdarstellung im Internet, auch in Bezug auf berufliche Kompetenzen. Der Begriff stammt aus dem Englischen und setzt sich zusammen aus Teilen der Wörter, die sein Wesen charakterisieren – „Web“ als Teil des World Wide Web, und „Log“ von „Logbuch“. Ein Weblog ist also

ein Logbuch, ein öffentliches Tagebuch im Internet. Gängiger als der seit 1997 gebräuchliche Begriff Weblog ist mittlerweile seine Abkürzung „Blog“. Die Verfasser dieser Blogs, die Blogger, äußern ihre Gedanken zu einem bestimmten und idealerweise einzigen Thema – sei es aus ihrem Alltag, zu einem politischen oder zu einem gesellschaftlichen Thema. Im Unterschied zu einem Internetforum beschränkt sich die Aktivität des Lesers eines Blogs lediglich auf eine Kommentarfunktion. Der Blogger steht im Vordergrund und prägt mit seiner Schreibe „seinen“ Blog.

Dies ist vielleicht einer der Hauptgründe, weswegen es verschiedene Blogger bereits zu einiger Berühmtheit nicht nur im Internet gebracht haben. Je interessanter, wortgewandter und fundierter ein Blog geschrieben ist, desto mehr Aufmerksamkeit erregt er im Netz – erkennbar an der steigenden Anzahl der „Klicks“ interessierter Leser. Dies wiederum bleibt den Medien außerhalb der virtuellen Welt nicht verborgen.

Ein anerkannter Blog gilt mittlerweile als perfekte Möglichkeit, potenziellen Arbeitgebern seine fachliche Kompetenz auf relativ unaufdringliche Weise zu präsentieren. Bloggen ist also eine neue Variante der beruflichen Selbstdarstellung und der Eigenwerbung. Je anerkannter ein Blog in der Fachwelt ist, desto größer die Wahrscheinlichkeit, dass sich auch ein potenzieller Arbeits- oder Auftraggeber auf den Seiten tummelt – und sich einen solchen Mitarbeiter bzw. Geschäftspartner nicht entgehen lassen will. Am Ende oder an der Seite des Blogs befindet sich eine sogenannte Blogroll – eine (subjektiv getroffene) Zusam-



© **STARK Verlag**

www.stark-verlag.de
info@stark-verlag.de

Der Datenbestand der STARK Verlag GmbH
ist urheberrechtlich international geschützt.
Kein Teil dieser Daten darf ohne Zustimmung
des Rechteinhabers in irgendeiner Form
verwertet werden.

STARK