

WOCHENPOST

Der Turbo zum Traumjob

Die WochenPost verlost neuen Bewerbungsratgeber aus Erkrath

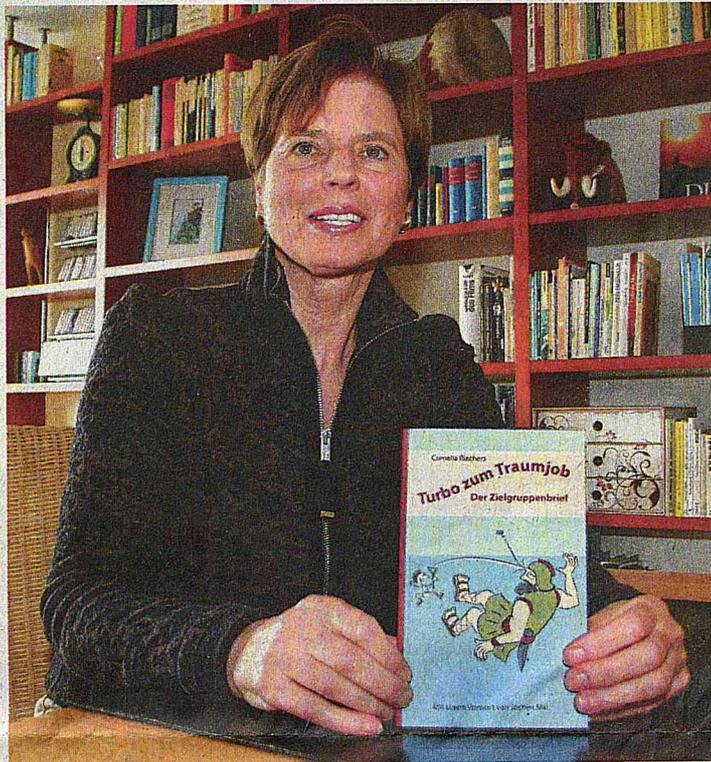
Erkrath (NM). Die Initiativbewerbung ist weit verbreitet – meist aber nicht sehr wirkungsvoll. Die Erkrather Karriere- und Outplacement-Beraterin Dr. Cornelia Riechers zeigt in ihrem neuen Ratgeber »Turbo zum Traumjob – Der Zielgruppenbrief«, wie man als Bewerber seine Zielgruppe effektiv anspricht.

Nicht ohne Grund hat Dr. Cornelia Riechers die entscheidende Szene, in der David Goliath mit seiner Steinschleuder besiegt, für das Cover ihres neuen Ratgebers ausgewählt: David besann sich nicht nur auf seine eigenen Stärken (den Umgang mit der Steinschleuder), sondern überlegte auch, wo Goliath seinen größten Schwachpunkt hat. Und so zielte er bewusst auf die Schläfe des Riesen.

Den Bedarf des Unternehmens erkennen

Bei der Bewerbung geht es ganz ähnlich nicht einfach nur darum, die eigenen Stärken hervorzuheben, sondern vor allem, den Engpass – oder positiv ausgedrückt: den Bedarf – des Unternehmens, bei dem man sich bewerben will, zu erkennen und zu bedienen.

»Initiativbewerbungen sind weit verbreitet«, weiß Dr. Riechers aus mehr als 30 Jahren Erfahrung als Karriere- und Outplacement-Beraterin, »und verschwinden meist irgendwo im Nirwana.« Grund dafür seien oftmals nichtssagende Texte, die nach



Dr. Cornelia Riechers, Karriereberaterin aus Erkrath, stellt ihren neuen Bewerbungsratgeber vor.

Foto: Nicole Marschall

dem Gießkannenprinzip sämtliche Betriebe versendet werden, sagt sie. Der größte Fehler, den Bewerber dabei machen, ist es, nicht auf den potenziellen Arbeitgeber und seinen Bedarf einzugehen. Riechers empfiehlt Jobsuchenden daher das Zielgruppen-Marketing in eigener Sache:

»Der Zielgruppenbrief ist ein wenig bekanntes, aber überaus wirksames Mittel der Jobsuche. Er beruht auf der Ende der 1970er Jahre entstandenen Engpasskonzentrierten Strategie (EKS).« Stellenanzeigen aus der Branche, in der man tätig werden möchte,

Zeitungsberichte und Recherchen im Internet bieten ideale Quellen, um herauszufinden, welche »Engpässe« in den jeweiligen Ziel-Unternehmen bestehen. Im Bewerbungsanschreiben gilt es, darauf einzugehen. Das kann beispielsweise unter anderem auch dadurch geschehen, dass man in der Beschreibung der eigenen Stärken und bisherigen Tätigkeiten abstrakter bleibt, als zu konkret und ausführlich zu werden. Das gibt dem Personaler Raum, sich die Fähigkeiten des Bewerbers und seinen Nutzen für das eigene Unternehmen besser vorstellen zu können.

»Bewerben mit dem Zielgruppenbrief«

In ihrem Buch erklärt die Autorin Schritt für Schritt, wie der Zielgruppenbrief funktioniert, wie man ihn aufbaut, wie man das gesamte Projekt »Bewerben mit dem Zielgruppenbrief« organisiert und wie man letztlich mit den Antworten umgeht. Die Anleitung liest sich leicht verständlich und lebendig. Dazu bei tragen nicht zuletzt zahlreiche reale Beispiele.

Geeignet ist der Zielgruppenbrief laut Riechers für alle Berufsgruppen. Auch älteren Bewerbern und Jobsuchenden mit ungewöhnlichen Tätigkeitsprofilen, die keiner gängigen Stellenbeschreibung zuzuordnen waren, hat sie mit dieser Strategie bereits erfolgreich zu neuen Arbeitsplätzen verholfen.

»Turbo zum Traumjob – Der Zielgruppenbrief« von Dr. Cornelia Riechers ist im Buchhandel als Taschenbuch (ISBN 978-3-00-051054-0) zum Preis von 14,90 Euro und als E-Book (ISBN 978-3-00-051055-7) zum Preis von 9,99 Euro erhältlich.

Gewinn

Wir verlosen ein Exemplar von »Turbo zum Traumjob – Der Zielgruppenbrief«. Teilnahme im Internet unter: www.wochenpost.de/Service/Gewinnspiele. Teilnahmeabschluss ist Dienstag, 19. April. Der Gewinner wird benachrichtigt, der Rechtsweg ist ausgeschlossen.