



Karriere mit der Maus – Ratgeber für die Stellensuche und Bewerbung im Internet

Andreas Skowronek
Herbert Petry

Copyright

© 2004 by HANS-BÖCKLER-STIFTUNG
Hans-Böckler-Straße 39
40476 Düsseldorf

1. Auflage 2004

**Umschlaggestaltung, Textbe-
arbeitung und Gestaltung**

Andreas Skowronek

E-Mail

herbert-petry@boeckler.de
andreas.skowronek@t-online.de

ISBN 3-935145-81-0

Alle Rechte vorbehalten. Kein Teil dieses e-Books darf in irgendeiner Form (Druck, Fotokopie oder einem anderen Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung der Hans-Böckler-Stiftung reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Wichtiger Hinweis

Die in diesem e-Book wiedergegebenen Verfahren und Programme werden ohne Rücksicht auf die Patentlage mitgeteilt. Sie sind für Amateur- und Lehrzwecke bestimmt.

Alle technischen Angaben und Programme in diesem Buch wurden von den Autoren mit größter Sorgfalt erarbeitet bzw. zusammengestellt und unter Einschaltung wirksamer Kontrollmaßnahmen reproduziert. Trotzdem sind Fehler nicht ganz auszuschließen. Die Hans-Böckler-Stiftung sieht sich deshalb gezwungen, darauf hinzuweisen, dass weder eine Garantie noch die juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für Folgen, die auf fehlerhafte Angaben zurückgehen, übernommen werden kann. Für die Mitteilung eventueller Fehler sind die Autoren jederzeit dankbar.

Wir weisen darauf hin, dass die im Buch verwendeten Soft- und Hardwarebezeichnungen sowie Markennamen der jeweiligen Firmen im Allgemeinen warenzeichen-, marken- oder patentrechtlichem Schutz unterliegen.

Vorwort

Zu wissen, wie das Internet funktioniert, ist längst nicht mehr Spezialwissen von Informatikern und Kommunikationstechnikern. Denn der Begriff „Multimedia-Gesellschaft“ ist 1995 nicht nur zum Wort des Jahres avanciert, sondern hat zugleich das gesellschaftliche Zusammenleben nachhaltig verändert.

Google, e-Bay oder MP-3-Musikdateien aus webbasierten Tauschbörsen stehen stellvertretend für die rasante Entwicklung des Internets, dessen technischen Möglichkeiten inzwischen zu einem festen Bestandteil in weiten Bereichen des privaten Alltags geworden sind.

Auch der berufliche Alltag wird immer stärker vom Internet bestimmt. Bereits bei der Suche nach einem Arbeitsplatz drängt sich das World Wide Web zusehends in den Vordergrund. Fernsehspots werben für Jobbörsen im Internet. Die meisten der früher nur in Zeitungen zu lesenden Stellenanzeigen sind ebenfalls online abrufbar. Die Bundesagentur für Arbeit speist ihr Stellen-Informationssystem ins weltweite Netzwerk und jeder kann sich am heimischen PC-Arbeitsplatz über offene Stellen informieren. Die Anbieter offener Stellen – sprich: die Arbeitgeber – haben das Internet als Plattform längst entdeckt.

Bleibt zu fragen, wie Stellenbewerber mit der veränderten Situation umgehen sollen. Ist es seit jeher schwierig, eine überzeugende Bewerbungsmappe zu erstellen, müssen immer mehr Bewerber eine zusehends wichtiger werdende Frage beantworten: Wie bekomme ich meine Bewerbungsmappe über das Internet zum Adressaten? Was also ist zu tun, wenn eine Stellenanzeige darauf hinweist, dass nur Online-Bewerbungen akzeptiert werden?

Diesen Fragen ging ein erstmals im Jahr 2001 durchgeführtes Seminar der Hans-Böckler-Stiftung nach. Unter dem Titel „Karriere mit der Maus“ widmeten sich Stipendiatinnen und Stipendiaten dem Thema, das sie angesichts näherrückender Diplom- oder Examensprüfungen schon bald intensiv beschäftigen würde. An zwei Wochenenden standen sowohl strategische und methodische als auch technische Aspekte einer Bewerbung in Zeiten der Multimedia-Gesellschaft im Mittelpunkt.

Während der erfolgreichen Neuauflagen dieses als Workshop konzipierten Seminars entstand auch die Idee zu dem hier vorliegenden e-Book. Denn was passt besser zu dem Thema „Online-Bewerbung“ als ein elektronisch verbreitetes Buch? Gleichviel ob „Online-Bewerbung“ oder „e-Book“ – beidesmal handelt es sich um ein digitalisiertes Dokument mit dem unschlagbaren Vorteil, dass die Herstellung und Verbreitung elektronischer Texte erheblich günstiger ist.

Abgesehen von dem Kostenvorteil einer „Online-Bewerbung“ gegenüber einer konventionellen, per Post versandten Bewerbungsmappe bietet die Stellensuche im Internet und die Bewerbung mit Hilfe des Internets weitere Vorteile. Welche Vorteile das World Wide Web für Stellenbewerber sonst noch bereithält, zeigt das vorliegende e-Book in den nachfolgenden Kapiteln.

Dieses e-Book dient dabei auch zur Ergänzung dessen, was im Workshop „Karriere mit der Maus“ am praktischen Fall und stets ausgerichtet an den individuellen Wünschen und Bedürfnissen der Stipendiatinnen und Stipendiaten diskutiert und in der praktischen Anwendung erprobt wird.

So werden die formellen und inhaltlichen Aspekte einer angemessenen Bewerbungsstrategie ebenso gründlich gewürdigt wie die unterschiedlichen Erscheinungsformen einer „Online-Bewerbung“.

Wie indes ein Bewerbungsanschreiben formuliert sein sollte, um den größtmöglichen Erfolg zu erzielen, lässt sich abstrakt nicht klären. Zu vieles hängt hierbei von der individuellen Situation des jeweiligen Stellenbewerbers und der konkret vorliegenden Stellenanzeige ab.

Ähnlich verhält es sich mit den technischen Gesichtspunkten einer „Online-Bewerbung“. Detailkenntnisse zu verschiedenen eMail-Programmen, HTML-Editoren zum Erstellen einer Bewerb-

ungs-Homepage oder Spezialwissen über Hilfsprogramme zur Herstellung von PDF-Dateien kann und soll dieses Buch nicht vermitteln.

Diese Fragen werden weiterhin Gegenstand des HBS-Seminars sein. Somit gibt das vorliegende Buch auch eine Vorschau darauf, womit sich das Seminar „Karriere mit der Maus“ befasst. Teilnehmer der vergangenen Workshops können dieses e-Book als aktualisiertes Handout nutzen.

Viel Spaß und Erfolg wünscht

Herbert Petry

Inhalt

Vorwort —	IV
Einleitung —	1
Erstes Kapitel: Die richtige Strategie —	2
Selbstmarketing des Bewerbers —	2
Was bedeutet das für Stellenbewerber? —	3
Wie aber wirbt man für sich? —	3
Auf die Vorbereitung kommt es an —	4
Stellenanzeigen finden —	4
Tageszeitungen-Online —	4
Über Jobbörsen und Job-Robots im Internet —	6
Stellenanzeigen auf Unternehmens-Homepages —	7
Informelle Stellenanzeigen —	7
Persönliche Kontakte durch Netzwerke —	8
Praktikum als Startpunkt —	9
Auslandspraktikum —	10
Marktbeobachtung als Pflichtübung —	11
Fachzeitschriften, Absolventen-Börsen und Informationsdienste —	12
Ein Ideenlieferant namens IDW-online —	13
Stärken-Schwächen-Profil —	13
Stärken-Schwächen-Analyse —	15
Externe Hilfestellungen —	15
Analyse von Stellenanzeigen —	16
Warnung vor Serienbriefen —	16
Wie aber analysiert man ein Stelleninserat? —	16
Praxisbeispiel —	17
Den Nutzwert hervorheben —	17
Auf den Arbeitgeber eingehen —	18
Praxistipp —	19
Zweites Kapitel: Die Bewerbungsmappe —	24
Der äußere Eindruck der Bewerbungsmappe —	24
Das richtige Papier —	24
Die Wahl des geeigneten Fotos —	24
Die geeignete Bewerbungsmappe —	25
Die Komponenten der Bewerbungsmappe —	25
Das Anschreiben —	25
Das Deckblatt —	26
Der Lebenslauf —	26
Deutscher, amerikanischer oder europäischer Lebenslauf? —	27
Umfang des Lebenslaufs —	28
Biographische Brüche —	28
Die „Dritte Seite“ —	28
Der Umgang mit Überlängen —	29
Anlagen zur Bewerbung —	29
Zeugnisse —	29
Arbeitsproben —	29
Drittes Kapitel: Die „Online-Bewerbung“ —	31
Die „Online-Formularbewerbung“ —	31
Formular ausfüllen —	31
Dateiformate und deren Eignung für die Internet-Bewerbung —	33
„Textsicherung“ bei der Formularbewerbung —	33
Wie aber sichert man seine Texte? —	33
Technische Anleitung —	34

– VIII –

Problem der skriptbasierten Online-Formulare —	35
Mehrseitige Online-Bewerbungsformulare —	35
Tarnung ist alles —	36
Sonst noch was? —	37
Die eMail-Bewerbung —	38
Über Mail-Provider und Werbung —	38
Keine Phantasie- oder Kosenamen —	38
Der Adressat der eMail-Bewerbung —	39
Den Dienstweg beachten —	39
Unbrauchbare eMail-Adressen —	39
Das Betreff-Feld —	40
Der Mail-Body (Textkörper/Textfeld) —	40
Über Umlaute und Codierungen —	40
Formatierungen in Mails und Dateianhängen —	40
Signaturen —	40
Dateianhänge —	41
Doc-Dateien —	41
Exe-Dateien —	42
PDF-Dateien —	42
Feedback einholen —	43
Eigene Bewerbungshomepage —	44
Informationsangebote von Bewerbern —	44
Wann lohnt sich eine Bewerbungshomepage? —	45
Welche Informationen für die Bewerbungshomepage? —	45
Wie mache ich meine Homepage bekannt? —	46
Fazit —	47

Einleitung

„Sich erfolgreich zu bewerben, ist eine hohe Kunst.“ Oft ist dieser Satz zu hören oder zu lesen, sobald es um das Erstellen einer Bewerbungsmappe geht. Doch welcher Stellenbewerber wird sich guten Gewissens tatsächlich als Künstler bezeichnen wollen? Müssten dann nicht auch alle Personalleiter und Human-Ressource-Manager zugleich ausgebildete Kunst-Sachverständige sein? Schließlich sind sie diejenigen, die über den Erfolg einer Bewerbung entscheiden.

Doch eines ist klar: Wer eine Bewerbung schreibt, leistet Schwerarbeit. Aber nicht etwa künstlerische Begabung, sondern handwerkliches Geschick entscheidet über den Erfolg einer Bewerbung. Das „Sich-Bewerben“ ist ein Handwerk, das bestimmten Regeln folgt. Um eben diese Regeln geht es auf den folgenden Seiten.

Nach dem Motto: „Gut ist, was sich bewährt hat“, gelten formale und inhaltliche Regeln für jede Art von Bewerbung. Ob eine Bewerbung via Postversand oder mittels Internet den Weg in die angeschriebene Personalabteilung findet, macht nämlich nur in technischer Hinsicht einen Unterschied. Die handwerklichen Erfolgsfaktoren einer Bewerbungsmappe indes gelten für eine postalische und über das Internet versandte Bewerbung gleichermaßen.

Wer meint, eine „Online-Bewerbung“ stelle geringere Anforderungen an ihre Urheber, der irrt. „Online-Bewerbungen“ bedürfen einer ebenso gewissenhaften Vorbereitung wie eine Bewerbungsmappe, die in ein Kuvert getütet und mit dem Postauto zum Adressaten gebracht wird. Wer seine „Hausaufgaben“ nicht ordentlich macht, darf wenig Hoffnung hegen, mit seiner Bewerbung Erfolg zu haben. Die folgenden Seiten legen dar, welche Fehler sich in eine Bewerbungsmappe einschleichen können und – was noch wichtiger ist – wie sich solche Fehler vermeiden lassen.

Weil das Spektrum formaler und inhaltlicher Gesichtspunkte nicht nur breit, sondern seine Beachtung auch enorm wichtig ist, widmen sich die ersten Kapitel der für jede Stellenbewerbung gleichermaßen geltenden Frage: Welche Aspekte sind auf dem Weg zu einer handwerklich ebenso ansprechenden wie überzeugenden Bewerbungsmappe zu bedenken und zu beachten?

Desweiteren geht der vorliegende Ratgeber auf die technischen Anforderungen einer „Online-Bewerbung“ ein und zeigt anschließend, wie sich „Offline- und Online-Aktivitäten“ miteinander verzahnen lassen. Wer nämlich mit seiner Online-Bewerbung erfolgreich ist, kommt vor einem „Offline-Termin“ sicherlich nicht herum – gemeint ist das Vorstellungsgespräch. Doch damit haben „Offline-Aktivitäten“ längst nicht ihr Bewenden; man denke nur an die Initiativbewerbung, die ohne eine vorhergehende intensive Kontaktaufnahme zum potenziellen Arbeitgeber und dessen Vertreter nur selten erfolgreich sein dürfte.

Entsprechend der wachsenden Bedeutung bei der Stellensuche findet sich im Anhang eine Reihe von Hyperlinks zu Jobbörsen und anderen hilfreichen Adressen im Internet.

Andreas Skowronek und Herbert Petry
Duisburg und Düsseldorf im März 2004

Erstes Kapitel: Die richtige Strategie

Das Abfassen einer Bewerbung ist Arbeit. Und die geht allenfalls nur jenen leicht von der Hand, die in Übung sind. Hochschulabsolventen sind indes nur selten mit dem Erstellen von Bewerbungsmappen vertraut. Stipendiatinnen und Stipendiaten der Hans-Böckler-Stiftung machen hier keine Ausnahme. Denn bislang spielt das Bewerbungstraining an Universitäten und Fachhochschulen eine eher untergeordnete Rolle. Gleichwohl reicht eine gute Note im Examen oder Diplom allein nicht aus, um einen Arbeitsplatz zu finden. Zu groß ist die Konkurrenz um die in Zeiten einer Rezession nur knapp vorhandenen offenen Stellen. Um sich aus dem Gros der Mitbewerber positiv hervorheben zu können, kommt es mehr denn je auf eine erfolgreiche Bewerbungsstrategie an. Die Bewerbungsmappe ist nämlich nur ein – wenngleich wesentliches – Element einer solchen Strategie. Sie ist zum einen das Ergebnis vorbereitender Handlungen und zum anderen der Schlüssel zum Vorstellungsgespräch. Erfolgversprechend ist nur eine in sich schlüssige Strategie. Wer hier Fehler vermeidet, erspart sich gleich zweierlei: Hohe Kosten und Frust über reihenweise eingehende Absagen.

Selbstmarketing des Bewerbers

Was also ist zu tun? Die Antwort lautet: Werbung in eigener Sache zu machen. Ob sich jemand auf eine Stelle nur bewirbt oder – besser noch – für sich wirbt, indem er sich als der geeignete Kandidat für die offene Stelle präsentiert, ist nicht ganz ohne Belang.

Ein Blick auf den Automarkt macht dies deutlich. Sowohl ein VW-Lupo als auch ein 911er-Porsche sind Automobile. Nun erlangen die meisten jungen Erwachsenen ihren Führerschein im Alter von 18 Jahren; möchten also ein Auto besitzen. Insoweit müssten sie als potenzielle Autokäufer sowohl für VW als auch für Porsche gleichermaßen interessant sein. Sind sie aber nicht. Denn bei den Anschaffungspreisen, den Kosten für Instandhaltung, Steuern und Versicherung ergeben sich derart gravierende Unterschiede, dass Porsche auf Werbung in der Gruppe der Fahranfänger von vornherein verzichtet.

Würde Porsche nämlich statt für seinen Sportwagen „911“ zu werben, eine Bewerbungsmappe erstellen, käme es allein darauf an, dass jeder erfolgreich geprüfte Fahrschüler sehr wahrscheinlich ein eigenes Auto haben möchte. Jedem Fahranfänger würde also ein Hochglanzprospekt aus der Zuffenhausener Autoschmiede zugehen. Der Erfolg einer solchen Bewerbungsstrategie indes wäre äußerst gering. Schließlich gibt es nur wenige jugendliche Führerscheinneulinge, die sich ein Auto für knapp 100.000 Euro kaufen.

Umgekehrt wäre die Volkswagen AG schlecht beraten, wenn sie allen mindestens 25 Jahre alten Inhabern einer Platin-Kreditkarte eine „Bewerbungsmappe“ für den Lupo zukommen ließe. Erfahrungsgemäß ist diese Käufergruppe nur sehr wenig an einem Drei-Liter-Kleinwagen interessiert.

Was bedeutet das für Stellenbewerber?

Bei einer Bewerbung hingegen kommt der Blickwinkel der Werbung, wonach es auf den Nutzwert für den potenziellen Käufer ankommt, sehr oft nur unzureichend zum Tragen.

Ein Stellenbewerber, der sich auf eine offene Stelle bewirbt, ohne dem Adressaten – sprich: dem angeschriebenen Arbeitgeber – deutlich zu machen, warum er der für die vakante Stelle am besten geeignete Kandidat ist, verfehlt den Zweck seiner Bewerbung. Es passiert nämlich Folgendes: Statt für sich zu werben, bezieht sich der Stellenbewerber auf eine veröffentlichte Stellenanzeige, um dem angeschriebenen Stellenanbieter mitzuteilen, dass er sich für die ausgeschriebene Stelle interessiert. Damit gibt er nur das kund, was die meisten seiner Mitbewerber höchstwahrscheinlich ebenfalls schreiben werden.

Keine gute Strategie, um sich positiv hervorzuheben.

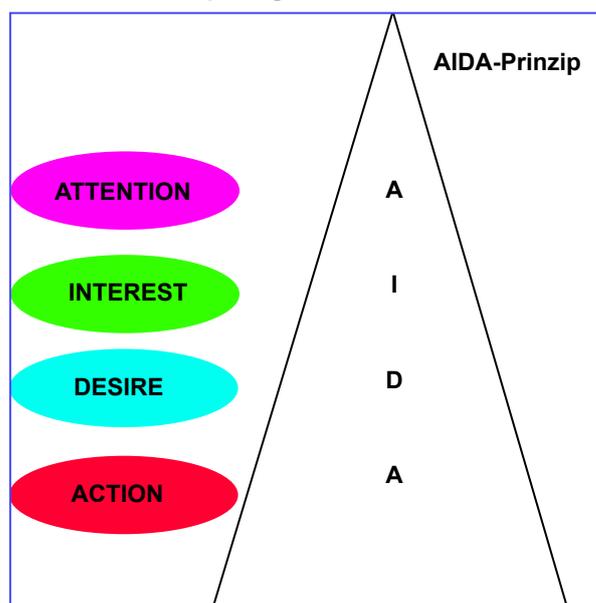
Da hilft auch der beigefügte Lebenslauf nur bedingt weiter. Er gibt lediglich Aufschluss über die Qualifikationen des Bewerbers und ist im Grunde vergleichbar mit dem technischen Datenblatt zu einem Drei-Liter-Auto oder einem hochgezüchteten Sportwagen.

Solange ein Bewerber indes keine Werbung für sich macht, solange steht zu befürchten, dass ein Arbeitgeber oder dessen Personalchef sich vorkommt wie der 18-jährige Führerscheinneuling, dem Prospekte zu allen möglichen Autotypen ins Haus flattern.

Wie aber wirbt man für sich?

Wer mit einer Bewerbung das Interesse des Empfängers wecken will, kann von der Werbewirtschaft einiges lernen. Dabei geht es nicht etwa um einen Etikettenschwindel nach dem Muster eines „14-Tage-Bauchweg-Trainers“, sondern um die Mechanismen des Produktmarketings. In der Verkaufspsychologie unterwirft man eine Werbekampagne dem so genannten AIDA-Prinzip.

Hiernach muss Werbung folgendes leisten: Aufmerksamkeit (Attention) beim Adressaten erzeugen, dessen Interesse (Interest) wecken und anschließend den Wunsch (Desire) entstehen lassen, das beworbene



Mit Hilfe des AIDA-Prinzips auf sich aufmerksam machen.

Gut zu besitzen. Die Handlung (Action) im Konsumgüterbereich ist schließlich der Kauf des Produkts.

Überträgt man dieses Prinzip auf eine Stellenbewerbung, liegt der Unterschied naturgemäß darin, dass der Bewerber weder ein Gut noch ein Produkt ist, und schon gar nicht gekauft werden kann. Gleichwohl kann das AIDA-Prinzip bei Bewerbungsverfahren eine große Hilfe sein. Denn die beabsichtigte Handlung eines von der Bewerbungsmappe in den Bann gezogenen Personalchefs ist die Einladung des Bewerbers zum Vorstellungsgespräch. Mehr kann eine Bewerbung in der Regel nicht bewirken.

Auf die Vorbereitung kommt es an

Damit eine Bewerbung dem AIDA-Prinzip entspricht, müssen einige Vorbereitungen getroffen werden. Diese beginnen mit dem Auffinden von Stellenangeboten und enden mit der Erstellung eines „Stärken-Schwächen-Profiles“. Doch der Reihe nach.

Stellenanzeigen finden

Der erste Schritt ist das Sammeln geeigneter Stellenanzeigen, die außer in Tageszeitungen auch in Fachzeitschriften und im Internet zu finden sind. Eine nicht abschließende Liste von Internet-Jobbörsen findet sich im Anhang dieses Buches. Nicht unerwähnt bleiben sollen die für eine Stellensuche ebenfalls ergiebigen Newsgroups, so dass auch sie im Anhang aufgelistet sind.



Die „Süddeutsche Zeitung“ und „Die Welt“ mit Stellenangeboten im Internet.

Tageszeitungen-Online

Stellensuchende sind gut beraten, in verschiedenen Medien nach offenen und zu ihrer Qualifikation passenden Stellen zu suchen. Ist der Arbeitsmarkt eng, erhöht die Bereitschaft zu einem Ortswechsel, etwa von Dortmund nach München oder Leipzig zu ziehen, die Aussichten auf einen neuen Job nicht unerheblich. Zumindest wächst die Zahl der Stellen, auf die man sich bewerben kann. Die heutzutage von Arbeitnehmern verlangte Mobilität beginnt indes bereits bei der Lektüre entsprechender überregionaler Tageszeitungen. Wegen ihres samstägigen Wissenschaftsteils und ihres Rufs als Wirtschaftsblatt greifen viele Personalverantwortliche selbst in Zeiten boomender Internet-Jobbörsen auf die „Frankfurter Allgemeine Zeitung“ zurück. Die Stellenanzeigen von

„Süddeutscher Zeitung“ und „Frankfurter Rundschau“ sind wegen der Krise im Anzeigengeschäft mittlerweile zusammengelagt worden. „Die Welt“ ist der Vollständigkeit halber als letzte überregionale Tageszeitung zu nennen.

„Die Zeit“ (Bild oben) und die „Netzeitung“ (Bild unten) bieten im Internet jeweils eine Metasuchmaschine für offene Stellen.



Und allen gemein ist, dass die Stellenanzeigen der genannten Zeitungen inzwischen auch im Internet abrufbar sind.



Die Wochenzeitung „Die Zeit“ bietet seit geraumer Zeit eine Meta-Jobbörse an. Erst im Sommer des letzten Jahres hat die ausschließlich im Internet erscheinende „Netzeitung“ mit einer eigenen Meta-Jobbörse nachgezogen.



Wenngleich die Stellenanzeigen nicht immer zeitgleich mit denen der Printausgabe am Samstag, sondern zuweilen erst am Montag im Web erscheinen, profitieren Stellensuchende von diesem Service insoweit, als dass sie die Printausgaben der Zeitungen nicht kaufen müssen. Die zwischen dem am

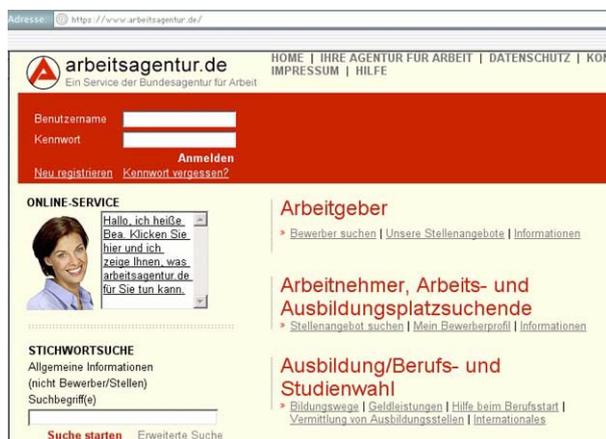
Samstag erscheinenden Stellenmarkt in der Zeitung und der Veröffentlichung im Internet liegende Zeitspanne ist unbeachtlich. Kein Arbeitgeber erwartet, dass unmittelbar nach der Veröffentlichung eines Stelleninserats am Samstag die Bewerbungsmappe am folgenden Montag eintrifft.

Ein weiterer Vorteil der von den Tageszeitungen unterhaltenen Online-Stellenmärkte ist die Aktualität der Anzeigen. So hat die F.A.Z. lediglich die Stellenanzeigen der letzten drei Wochen im Internet stehen. Damit unterscheiden sich diese Stellenmärkte zuweilen von mancher Jobbörse im Internet, von denen sogleich die Rede sein wird.

Über Jobbörsen und Job-Robots im Internet

Seit längerem schon liefern webbasierte Jobbörsen Stellenangebote frei Haus auf den heimischen Computer. Zuerst in den USA aufgetaucht, sorgen diese Jobbörsen für mächtig Wind, indem sie zunächst der dortigen und inzwischen auch der hiesigen Zeitungsbranche das Leben schwer machen. Günstigere Anzeigenpreise und eine räumlich uneingeschränkte Verbreitung der Inserate überzeugen viele Unternehmen, so dass eine Reihe von offenen Stellen nur noch exklusiv über das Internet bekanntgemacht wird.

Wer über eine Jobbörse nach einer vakanten Stelle sucht, kann seine Präferenzen völlig individuell einstellen. Einem in Hamburg wohnenden Stellensuchenden ist es freigestellt, ob er ausschließlich nach offenen Stellen im Großraum Hamburg, den angrenzenden Bundesländern Bremen, Niedersachsen und Schleswig-Holstein oder besser gleich im gesamten Bundesgebiet sucht. Selbst das Auffinden offener Stellen im Ausland ist damit ohne weiteres möglich.



Neben kommerziellen Anbietern von Jobbörsen tritt auch die bis vor kurzem noch als Arbeitsamt firmierende Arbeitsagentur mit eigener Jobbörse auf. Jedoch geriet das Stelleninformationssystem (S.I.S.) der vormaligen Bundesanstalt für Arbeit zunehmend in die Kritik. Arbeitgeber rügten das S.I.S. als eine nicht immer auf dem aktuellen Stand befindliche Jobbörse. Sie monierten, dass bereits besetzte Stellen

von der Arbeitsverwaltung nicht herausgenommen worden seien, so dass auch dann noch Bewerbungen in den Unternehmen eintrafen, als bereits niemand mehr gesucht worden sei. Inzwischen hat die Bundesagentur für Arbeit ihren Stellenmarkt nachgebessert.

Aber auch solche Jobbörsen, die Stellenangebote ausschließlich gegen eine Gebühr ins Web stellen, stehen zuweilen in der Kritik, längst veraltete Stellenanzeigen zu veröffentlichen. Stellensuchende sollten also darauf achten, ob ein Angebot mit einem Erscheinungsdatum versehen ist. Nur so lässt sich nachvollziehen, ob die ausgeschriebene Stelle noch offen ist und eine Bewerbung sich lohnt. Trotz dieser kleinen Schönheitsfehler gehören Jobbörsen zum Standard-Repertoire jeder Bewerbungsstrategie. Eine Sammlung der im Internet zu findenden Jobbörsen ist auf

Stellenmarkt
08.07.2003

Gefunden: 1 Anzeigen Bisher angezeigt: 1

ID: 8211
Funktion: Sonstige
Branche: Funk / Fernsehen

PLZ-Gebiet Neue Suche

Mediengestalter, Redakteure, Moderatoren, Media-Berater

Regionale TV-Sender in Brandenburg suchen: - Mediengestalter (Kamera, Schnitt, Ton) - Redakteure, Moderatoren - Media-Berater Aussagefähige Bewerbungen bitte an: Ruppiner Medien GmbH (Herr Resch), K.-Marx-Str. 32, 16816 Neuruppin, Tel.: 0 33 91 45 80 80

Tagesspiegel vom: 25.05.2003

Am 3. Juli 2003 weist eine Jobbörse eine Stellenanzeige vom 25. Mai 2003 aus.

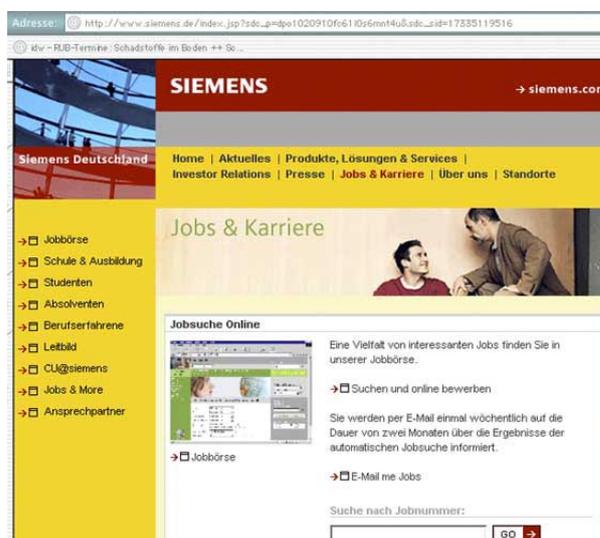
der Homepage der Bundesagentur für Arbeit zu finden. Unter der Adresse http://www.arbeitsamt.de/hst/markt/arbeitsmarktportal/amp_groftb/index.html finden sich neben den fächerübergreifenden Jobbörsen auch spezielle webbasierte Stellenmärkte.

Wertvolle Assistenten bei der Jobsuche sind auch spezielle Job-Suchmaschinen. Zu den bekanntesten unter ihnen dürfte der Job-Robot der Wochenzeitung „Die Zeit“ gehören. Eine Liste der Job-Suchmaschinen hat die Bundesagentur für Arbeit ebenfalls auf ihrer Homepage zusammengestellt. Die Übersicht ist im World Wide Web zu finden unter: http://www.arbeitsamt.de/hst/markt/arbeitsmarktportal/amp_suma/index.html.

Alles in allem ist die Bundesagentur-Homepage wegen ihrer Portal-Funktion eine gute Einstiegsseite, um nach Stellenanzeigen zu suchen. Sie liefert einen profunden Überblick über das Angebot an Jobbörsen, Jobsuchmaschinen und hält überdies Informationen katalogisiert für die einzelnen Berufsgruppen bereit.

Stellenanzeigen auf Unternehmens-Homepages

Wegen seiner offenen Struktur bietet das Internet aber auch Unternehmen neue Chancen bei der Suche nach neuem Personal. Frei nach dem Motto: „Im Internet ist jeder sein eigener Redakteur“, schalten immer mehr Personalabteilungen ihre Stellenanzeigen auf der Homepage des Unternehmens. Solche Stellenanzeigen helfen aber nur dem, der genau weiß, bei welchen Unternehmen seine Qualifikation von Interesse sein könnte. So wäre es wenig erfolgversprechend, wenn sich ein Metallurgie-Ingenieur auf den Websites von Kunststoff herstellenden Unternehmen nach einer offenen Stelle umsähe. Zu diesem Aspekt im Abschnitt „Marktbeobachtung“ mehr.



Die Siemens-Homepage mit eigenen Stellenangeboten.

Informelle Stellenanzeigen

Außerdem gibt es offene Stellen, die gleichwohl niemals in eine Stellenanzeige münden. Der Grund dafür ist die von Arbeitgebern gewählte Strategie bei der Besetzung freier Stellen. Arbeitgeber denken ökonomisch und sparen, wo es nur möglich ist. Schließlich kosten Stellenausschreibungen Geld und die Sichtung der eingehenden Bewerbungen mit anschließender Auswahl des geeigneten Bewerbers kostet ebenfalls Zeit und Geld. Folgerichtig werden Stellenanzeigen nur dann geschaltet, wenn eine Stelle nicht auf andere Art be-

menzubringen. Diese neudeutsch genannten „Come-together-Events“ müssen konzipiert und durchgeführt werden. Ohne das Engagement gerade auch der studentischen Netzwerk-Mitglieder ist diese Leistung nur schwer zu leisten. Eine Mitarbeit bietet also die Chance, sich den anderen Netzwerkmitgliedern, insbesondere denen aus der Berufspraxis bekannt zu machen. Die Ausgangslage für eine erfolgreiche Stellensuche verbessert sich damit erheblich. Insbesondere die Chance, auf informelle Stellenangebote zu stoßen, dürfte durch eine aktive Netzwerk-Mitgliedschaft merklich steigen.

Praktikum als Startpunkt

Eine weitere Möglichkeit, in ein Netzwerk zu gelangen, ist ein Praktikum. Praktika bieten sowohl während des Studiums als auch nach bestandener Diplom- und Examensprüfung die Chance, weitere vorteilhafte Berufserfahrungen zu sammeln. Läuft es richtig gut, bringt sich der Praktikant zudem ins Gespräch und erhält unter Umständen sogar den Zugang zu einem Netzwerk, das ihm eine spätere Stellensuche erheblich erleichtern kann.

Doch lohnt sich ein Praktikum nach bereits erfolgreich absolviertem Studium? Die Antwort darauf gibt bereits das Praktikanten-Programm der Hans-Böckler-Stiftung. Denn auch die Hans-Böckler-Stiftung schreibt regelmäßig Praktikantenstellen für Absolventen aus.

Unternehmen bieten Praktika für Hochschulabsolventen an, weil sie wissen, dass sie einen Berufsanfänger auf diese Art besser kennen lernen können. Schnell finden beide Seiten heraus, ob die sprichwörtliche Chemie stimmt.



Ob Unternehmensberatungen oder Verlagsunternehmen – Praktikastellen sind zahlreich vorhanden. Dies bestätigen auch die Praktikanten-Börsen (Bild unten).



Ein weiterer Anreiz für Arbeitgeber als Anbieter von Praktika aufzutreten ist das geringere Gehalt, das Praktikanten gegenüber beispielsweise einem Junior-Consultant bei einer Unternehmensberatung erhalten. Wer indes einen Fuß in den Arbeitsmarkt setzen will, sollte vorübergehend auch mit einem gering bezahlten Praktikum leben können.

Nach einer Studie von Soziologen der Technischen Universität Dresden macht sich dieser Verzicht später bezahlt. Hiernach beschleunigen Praktika und Auslandserfahrungen den Einstieg ins Arbeitsleben um das Doppelte. Vielen Arbeitgebern sind nämlich Praktika und Berufserfahrungen im Ausland wichtiger als gute Noten und kurze Studienzeiten. Suchten Absolventen der Jahrgänge 2000 bis 2002 ohne jegliche Erfahrung etwa dreieinhalb Monate nach der ersten Stelle, brauchten Nachwuchskräfte mit Berufserfahrung und Auslandserfahrung lediglich die Hälfte der Zeit.

Auch beim Einstiegsgehalt stellt die Dresdner-Studie erhebliche Unterschiede zwischen Absolventen ohne und solchen mit Praxiserfahrung fest. Auf der Basis von 1.600 Befragten weist die Dresdner Studie ein Anfangsgehalt von durchschnittlich 1.800 Euro aus. Absolventen mit Praxiserfahrung indes verdienen laut der Studie durchschnittlich 500 Euro mehr als ihre Kollegen mit nur theoretischen Kenntnissen.

Erfahrung erleichtert den Berufseinstieg

Studenten mit Praxiserfahrung und Auslandsaufenthalt haben bessere Chancen. Dagegen sind gute Noten und eine kurze Studiendauer weniger wichtig für den Einstieg ins Arbeitsleben. Dies ergab eine Studie von Soziologen der Technischen Universität Dresden. Das Einstiegsgehalt der insgesamt 1600 Befragten lag im Schnitt bei 1800 Euro im Monat. Absolventen mit Praxiserfahrung verdienten durchschnittlich 500 Euro mehr als Berufsanfänger mit vorwiegend theoretischen Kenntnissen. Für die Suche nach der ersten Stelle benötigten die Absolventen der Jahre 2000 bis 2002 rund dreieinhalb Monate. Schneller ans Ziel kamen Studenten mit mindestens einem halben Jahr Auslandserfahrung. Sie brauchten nur die Hälfte der Zeit. epd

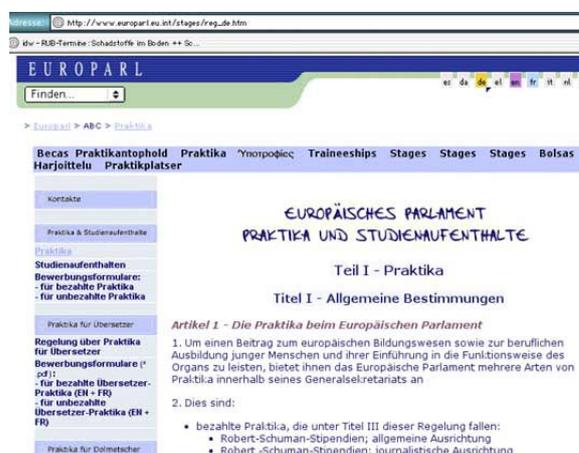
„Süddeutsche Zeitung“ vom 27. Juni 2003.

Auslandspraktikum

Ein weiteres Indiz dafür, dass Praktika auch für Absolventen eines Studiums keine bloße Alibi-Beschäftigung sind, liefert das Praktikanten-Programm der Europäischen Union. Das Europa-Parlament wie auch die anderen europäischen Institutionen bieten Praktikantenstellen sowohl für Studierende als auch für Hochschulabsolventen an. Wer sich für ein solches Praktikum entscheidet, gewinnt gleich zweierlei: Berufs- und Auslandserfahrung.

Überdies eröffnet ein solches Praktikum regelmäßig den Weg in eines der in Brüssel zahlreich vorhandenen Netzwerke. Ein Blick auf die Website der EU (<http://www.europarl.eu.int/stages/default.htm>) zeigt, dass die in Brüssel bei der EU tätigen Praktikanten den Netzwerk-Gedanken geradezu verinnerlicht haben. So organisieren sie sich in Gruppen und führen ebenfalls gemeinsame Veranstaltungen mit Repräsentanten und Mitarbeitern der europäischen Einrichtungen in Leitungsfunktionen durch. Wer Brüssel live erlebt, weiß, dass die sogenannte Mund-zu-Mund-Propaganda vieles leichter macht. Auch die Suche nach einer Festanstellung.

Beste Aussichten auf ein Praktikum haben jene, die



Erste Adresse für alle, die ein Praktikum bei der EU anstreben.

bei einem Abgeordneten des Europäischen Parlaments arbeiten möchten. Ein Praktikum im Abgeordnetenbüro bietet gegenüber den stärker formalisierten Bewerbungsverfahren, etwa dem bei der EU-Kommission, eine Chance für fast alle Fachrichtungen. Werden Sozialwissenschaftler, Politologen, Ökonomen und Juristen von allen Institutionen der EU gerne als Praktikanten genommen, bieten sich für Studierende anderer Fachrichtungen gerade auch bei den Abgeordneten Beschäftigungschancen.

Welcher mit Lebensmittelsicherheit oder Gefahrstoff-Fragen befasste EU-Parlamentarier verzichtet schon gerne auf Studierende und Absolventen der Fächer Biologie oder Chemie?

Wird ein solches Praktikum angestrebt, muss naturgemäß geklärt werden, welcher Abgeordnete sich womit befasst. Nur wenn das geklärt ist, kann entschieden werden, ob eine Bewerbung bei diesem oder jenem Sinn macht. Wie sich das in der Praxis darstellt, belegt das im Anschluss an dieses Kapitel veröffentlichte Interview zum Thema „Brüssel als Arbeitsfeld“.

Marktbeobachtung als Pflichtübung

Genau hier setzt der strategische Schritt der Marktbeobachtung an. Ähnlich wie ein Automobilhersteller seine Zielgruppe definieren muss, hat ein Stellensuchender den Kreis seiner potenziellen Arbeitgeber einzugrenzen. Dies gilt für Praktikantenstellen und Festanstellungen gleichermaßen.

Mit Blick auf das Praktikum bei EU-Parlamentariern sei eines vorweggenommen: Eine Bewerbung in Brüssel setzt voraus, dass man sehr genau weiß, welche Themen von welchem Parlamentarier behandelt werden. Da ausnahmslos alle Themen auf europäischer Ebene diskutiert und geregelt werden, ist lediglich eine gründliche Recherche notwendig. Die Marktbeobachtung im hier verwandten Sinne kann sich allenfalls darauf erstrecken, herauszufinden, wer von den deutschen Abgeordneten sich womit beschäftigt. Ist das geklärt, steht einer Kontaktaufnahme in Form einer Bewerbung nichts im Wege.

Eine Parteimitgliedschaft ist sicherlich keine Voraussetzung für ein Praktikum in einem Brüsseler Abgeordnetenbüro. Andererseits ist es nicht schädlich, Kontakte zu einer politischen Partei zu haben. Hier gilt sinngemäß das zu den Netzwerken Gesagte. Eine Reihe wertvoller Tipps liefert ein im Internet veröffentlichtes Essay zu diesem Thema. Zu finden ist es auf der Homepage http://freenet.meome.de/app/fn/artcont_portal_news_article.jsp/66031.html.

Fachzeitschriften, Absolventen-Börsen und Informationsdienste

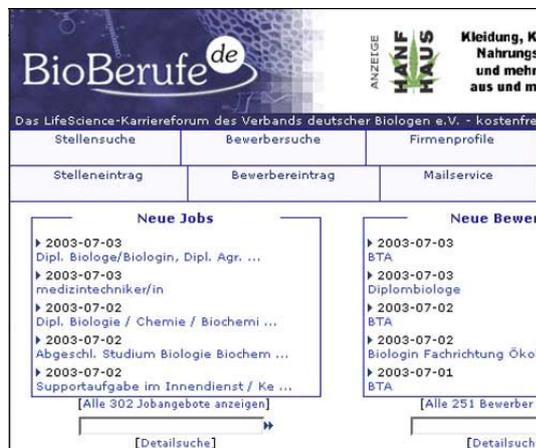
Auch die bereits während des Studiums genutzten Fachzeitschriften helfen beim Definieren der Zielgruppe ebenso weiter wie die bereits zum festen Bestandteil des Campus-Lebens avancierten Absolventen-Börsen. Die im Studium bereits als Akteure des Wirtschaftslebens wahrgenommenen Unternehmen müssen nun danach sortiert werden, ob sie als künftiger Arbeitgeber in Frage kommen oder nicht.



Die beiden Medien-Messen im Web.

So sollte ein angehender Ingenieur nicht nur den Stellenmarkt der VDI-Nachrichten, sondern auch deren redaktionelle Beiträge lesen, um sich einen Überblick zu verschaffen. Ökonomen und Juristen werden einen Überblick durch die regelmäßige Lektüre einschlägiger Wirtschaftsblätter und Finanzzeitungen erhalten.

Andere Fachrichtungen und Berufsgruppen haben es nicht ganz so leicht. Insbesondere den Absolventen geisteswissenschaftlicher Studiengänge bietet sich geradezu ein Sammelsurium an beruflichen Tätigkeitsfeldern. Wer im privaten Bildungsbereich oder in der Medienbranche einen Job sucht, muss sich zunächst ein Bild von der Branche machen. Das fängt regelmäßig damit an, dass die für die Branche maßgeblichen Medien gefunden werden müssen. Naturgemäß gibt es für jeden Wirtschaftszweig und jede Berufsgruppe



Biologen können sich auf der Homepage namens „www.bioberufe.de“ informieren. Juristen sollten bei „www.iqb.de“, nach einer Absolventenmesse namens „juracon“ Ausschau halten.

mindestens eine Fachzeitschrift und eigenständige oder ergänzende Informationsdienste im Internet.

Welche das sind, offenbaren neben den Internetsuchmaschinen wie etwa Google, insbesondere Messen und Fachkongresse am besten. Wer sich für einen Job in der Medien- und Verlagsbranche interessiert, sollte neben den beiden deutschen Buchmessen auch die Münchener Medientage und das Medienforum in Köln besuchen. Für kontaktfreudige und kommunikative Zeitgenossen bieten sich hier mitunter auch erste Kontakte zu Unternehmensrepräsentanten an.

Die Termine der genannten Veranstaltungen sind auf den jeweiligen Homepages zu den genannten Events zu finden. Eine Suchanfrage bei Google oder einer anderen Suchmaschine im Internet hilft regelmäßig weiter.

Ein Ideenlieferant namens IDW-online

Neben dem Weg über die Suchmaschinen empfiehlt sich noch eine weitere Adresse im Internet: www.idw-online.de, die Homepage des Informationsdienst Wissenschaft (IDW), dessen Informationsseite nebenstehend abgebildet ist. Über den IDW informieren Hochschulen und Unternehmen zu aktuellen Forschungsprojekten und Tagungen in allen wissenschaftlichen Fachrichtungen. Journalisten nutzen diesen Informationsdienst als Lieferanten für Themen. Absolventen auf Stellensuche sollten den IDW als Ideengeber für Bewerbungen verstehen und auch nutzen. Denn ob eine Jobmesse beispielsweise für Biologen, Chemiker oder Architekten stattfindet, erfährt man regelmäßig aus diesem Informationsdienst. Ein nicht nur nützliches, sondern auch kostenlos erhältliches Angebot, das eine regelmäßige Lektüre wert ist.

Stärken-Schwächen-Profil

„Jede Werbung lebt und stirbt mit dem Maß ihrer Glaubwürdigkeit.“ Mit diesen Worten warnt *Kay Tangermann* in seinem Buch „**Die Stellenanzeige**“ alle Arbeitgeber davor, Stellenanzeigen zu verfassen, die mit der Wirklichkeit nicht mehr in Einklang stehen. Denn stelle sich ein Unternehmen als jung und dynamisch dar und nimmt der Bewerber beim ersten Besuch in eben dieser Firma ein anderes Bild wahr, sei es um die Glaubwürdigkeit des Unternehmens geschehen. Einen Arbeitsvertrag wird dieser enttäuschte Bewerber möglicherweise dann doch nicht unterschreiben.

Andersherum verhält es sich genauso. Ein Bewerber, der für sich wirbt, aber den Boden der Realität verlässt, wird keinen Erfolg haben. Es ist also dringend zu ra-

ten, in einem Bewerbungsverfahren mit offenen Karten zu spielen. Andererseits muss aber auch davor gewarnt werden, sein Licht unter den Scheffel zu stellen.

Bei einer Bewerbung geht es für den Bewerber um mehr, als nur darum, seine Qualifikation zu belegen. Denn die Fachkompetenz ist lediglich ein Auswahlkriterium neben anderen. Arbeitgeber interessieren sich nämlich auch für die vom Bewerber mitgebrachte Methoden-, Sozial- und Persönlichkeitskompetenz.

Wie es um die letztgenannten Kompetenzen beim Bewerber bestellt ist, lassen viele Zeugnisse allzu oft im Verborgenen. In Schul- und Diplomzeugnissen geht es meist nur um die fachliche Kompetenz.

Jeder kennt das Klischee vom Professor, der seine Vorlesung hält, indem er aus seinem neuen Lehrbuch vorliest. Seine Fachkompetenz hat er durch Promotion und Habilitation hinreichend unter Beweis gestellt. Aber wird er sich je fragen, ob er auch die für den Job eines Hochschullehrers erforderlichen didaktischen und methodischen Fähigkeiten mitbringt?

Ein Stellenbewerber sollte sich indes immer fragen, ob er für die angestrebte Position in einem Unternehmen wirklich der geeignete Kandidat ist. Dies sollte er bereits tun, bevor er auf eine Stellenanzeige mit seiner Bewerbung reagiert. In diesem Zusammenhang sollte ein Bewerber auch die Frage beantworten, für welche Stellen er sich überhaupt interessiert. Wer etwa planlos auf sämtliche Stellenanzeigen für Diplom-Kaufleute reagiert, nur weil er selbst diesen akademischen Grad hat, tut sich keinen Gefallen. Dafür ist das Spektrum der beruflichen Tätigkeitsfelder eines Diplomkaufmanns zu breit gefächert. Wer Probleme mit seinem sprachlichen Ausdrucksvermögen hat, dürfte trotz einer vorzüglichen Abschlussnote in einem von Kommunikation lebenden Beratungsunternehmen nur schwer zurecht kommen.

Schwächen bei den nicht die fachliche Qualifikation betreffenden, aber doch erwünschten Kompetenzen werden häufig erst im Vorstellungsgespräch zu Tage treten. Schließlich kann man sich ein Bewerbungsschreiben auch von jemandem mit einem guten Sprachstil verfassen lassen und so seine eigenen Unzulänglichkeiten zunächst verbergen. Kommt es jedoch zu einem Auswahlgespräch, ist der Bewerber auf sich und sein Ausdrucksvermögen allein gestellt.

Ungemach droht auch jenen, die ihre Fremdsprachenkenntnisse überschätzen. Man stelle sich nur vor, dass ein Vorstellungsgespräch plötzlich in Englisch oder Französisch geführt wird.

Der Bewerber kann seine Glaubwürdigkeit aber auch schon verspielen, bevor es überhaupt zu einem Vorstellungsgespräch kommt. Angenommen, die Stellenanzeige erwartet von den Bewerbern Motivation und Zielstrebigkeit und es bewirbt sich jemand mit einem überdurchschnittlich langen Studium. Wer hier keine plausiblen Gründe für die längere Dauer seines Studiums nennt,

wirkt unglaubwürdig und wird mit großer Wahrscheinlichkeit erst gar nicht zum Vorstellungsgespräch eingeladen werden.

Stärken-Schwächen-Analyse

Um sich derartige Frustrationserlebnisse zu ersparen, sollte jeder Bewerber seine Stärken und Schwächen genau analysieren, bevor er zur Tat, sprich zum Verfassen eines Bewerbungsschreibens, schreitet.

Der potenzielle Arbeitgeber wird nur dann zu überzeugen sein, wenn der Bewerber folgende vier Fragen für sich beantwortet hat:

1. Was habe ich bisher geleistet?
2. Welche Probleme habe ich erfolgreich gelöst?
3. Was trauen mir andere an Kompetenz zu?
4. Was sind meine beruflichen Wünsche, Vorstellungen und Ziele?

Die auf diese Fragen gefundenen Antworten machen es leichter, für sich zu werben, und dabei glaubwürdig zu sein. Wer weiß, was er kann und wo er hin will, wird dies auch überzeugend nach außen darstellen können. Die vorherige Konfrontation mit eigenen Schwächen hilft zudem, auch mit überraschenden und zuweilen unangenehmen Fragen im Vorstellungsgespräch umzugehen. Bereits das Bewerbungsschreiben gewinnt, wenn ein Bewerber zu verstehen gibt, dass er sich sowohl mit seinen Stärken als auch mit seinen Schwächen befasst hat.

Auch wenn gerne das Bild von der „eierlegenden Wollmilchsau“ zur Beschreibung des idealtypischen Bewerbers bemüht wird, ist auch Personalchefs bekannt, dass sie diesen Wunschkandidaten eher selten finden werden. Ein sich glaubwürdig präsentierender Bewerber dürfte allemal besser ankommen als jemand, dessen im Bewerbungsschreiben beschriebenen Kompetenzen mit den biographischen Daten nicht in Einklang zu bringen sind.

Ein gutes Beispiel hierfür liefert der amtierende deutsche Außenminister Joschka Fischer. Ob sich der Politprofi je einer solchen Analyse unterzogen hat, ist nicht bekannt. Bekannt ist jedoch, dass Fischer keinen Hochschulabschluss besitzt, mehrere Jahre als Taxifahrer gejobbt hat und regelmäßig für das erst noch zu schaffende Amt eines europäischen Außenministers im Gespräch ist. Fischer steht stellvertretend für das, was sich hinter dem Begriff „Stärken-Schwächen-Profil“ verbirgt. Wer sich darüber im Klaren ist, was er kann und was er will, kann auch überzeugen und Erfolg haben.

Externe Hilfestellungen

Ein „Stärken-Schwächen-Profil“ kann eine Menge zur Klärung des eigenen Standorts beitragen. Wie eine solche Analyse im Detail aussieht, beschreiben die auf dieses Thema spezialisierten Berater *Jürgen Hesse* und *Hans Christian*

Schrader in dem Buch „**Neue Bewerbungsstrategien für Hochschulabsolventen**“, das im Eichborn Verlag erscheint.

Inzwischen bieten auch die Arbeitsagenturen die Erstellung eines Stärken-Schwächen-Profiles, indem sie mit Personalberatern zusammenarbeiten. Wer also nicht in unmittelbarem Anschluss an seinen Hochschulabschluss eine Anstellung findet, sollte sich auf jeden Fall arbeitslos melden, um in den Genuss dieser Leistung der Arbeitsagenturen zu kommen.

Analyse von Stellenanzeigen

Nach der Selbstanalyse als Voraussetzung des „Stärken-Schwächen-Profiles“ steht eine weitere Analysephase auf dem Programm. Jetzt ist herauszufinden, welche Wünsche und Erwartungen der Arbeitgeber in der Stellenanzeige formuliert hat. Ähnlich wie im Deutschunterricht während der Schulzeit geht es um die Frage: Was will der Verfasser damit sagen?

Dies zu klären, ist eine grundlegende Voraussetzung für die Erfolgsaussichten einer Bewerbung. Wer hier gründlich arbeitet, erreicht gleich zweierlei: Erstens vermeidet er, sich auf eine für ihn ungeeignete Stelle zu bewerben. Ob das Stellenprofil zu einem passt, lässt sich nämlich mit Hilfe des zuvor erstellten „Stärken-Schwächen-Profiles“ ermitteln. Zweitens wird der Empfänger der Bewerbung merken, dass der Absender sich penibel mit dem Stellenprofil auseinandergesetzt hat, weil er eben keine mit Textbausteinen garnierte Bewerbungsmappe eingereicht hat.

Warnung vor Serienbriefen

Im Computerzeitalter muss eindringlich vor der Verwendung von Textbausteinen oder Serienbriefen gewarnt werden. Die „Standardbewerbung“ aus dem PC gibt es nicht. Denn kein Stellenprofil und kein Unternehmen sind sich dermaßen ähnlich, als dass man mit einem Serienbrief überzeugen könnte. Wer dies trotzdem versucht, darf sich über Absagen nicht wundern. Denn zum Bewerbungsschreiben gehört auch, sich in den anderen hineinzudenken. Mit einer Standardbewerbung ist das jedoch schlichtweg nicht machbar.

Nur wer das Stellenprofil genauestens analysiert und mit seinem eigenen (Bewerber-) Profil abgeglichen hat, kann ein individuelles Bewerbungsschreiben verfassen.

Wie aber analysiert man ein Stelleninserat?

Stellenanzeigen sind in der Regel dergestalt aufgebaut, dass zunächst die zu besetzende Stelle umschrieben und danach die von den Bewerbern erwarteten Voraussetzungen genannt werden.

Das Stellenprofil gibt zumindest Aufschluss darüber, ob die ausgeschriebene Stelle den eigenen beruflichen Wünschen entspricht. Möchte jemand unbedingt als Fernsehjournalist arbeiten, wird er sich für offene Stellen als Zeitungs- oder

Hörfunk-Redakteur nicht sonderlich interessieren. Regelmäßig kommt dem beschriebenen Stellenprofil also die Funktion eines Filters zu.

Praxisbeispiel

Das Stellenprofil ist beim Verfassen von großer Bedeutung, wie das folgende Beispiel verdeutlicht.

In einer Stellenanzeige sucht ein Unternehmen nach einem Pharmareferenten, der den Produktvertrieb leiten soll. Damit spricht die Anzeige zunächst all jene an, die als Pharmareferenten bereits gearbeitet haben. Da Pharmareferenten über ein breites Aufgabenspektrum verfügen, schränkt der Arbeitgeber seinen Adressatenkreis ganz bewusst ein, indem er der Stelle ein Profil gibt: Gesucht wird nämlich ein Vertriebsleiter.

Diese Angabe erlaubt bereits den Rückschluss, dass das Unternehmen sich vorrangig für Bewerber interessiert, die bereits über Erfahrungen in einer leitenden oder zumindest eigenverantwortlichen Funktion als Pharmareferent verfügen.

Was aber muss in der Bewerbung stehen, um sich von den Mitbewerbern positiv abzuheben?

Die auf diese Stellenanzeige eingehenden Bewerbungen werden zunächst keinen Überraschungseffekt auslösen können, weil klar ist: Gesucht wird ein Pharmareferent. Nahezu ausnahmslos werden sich alle Bewerber zunächst auf den Beruf „Pharmareferent“ beziehen.

In der Praxis bekäme der Personalchef namens Mustermann also folgendes zu lesen:

- (1) *Sehr geehrter Herr Mustermann,
in der von Ihnen angebotenen Position als Pharmareferent bei der ABC GmbH sehe ich eine neue berufliche Herausforderung für mich.*
- (2) *Sehr geehrter Herr Mustermann,
in unserem letzten Gespräch haben Sie mir mitgeteilt, dass die ABC GmbH einen Mitarbeiter für die Position des Pharmareferenten sucht.*
- (3) *Sehr geehrter Herr Mustermann,
mit Bezug auf unser Gespräch möchte ich mich für die Stelle des Pharmareferenten bewerben.*

Die Formeln sind austauschbar. Über das Wohl und Wehe der Bewerbung wird an dieser Stelle noch nicht entschieden.

Den Nutzwert hervorheben

Weitaus wichtiger ist es, den Nutzwert hervorzuheben, um sich von der Menge der Mitbewerber abzuheben. Dies gelingt nur, indem sich der Bewerber in die

Position des Stellenanbieters hineinzudenken versucht. Doch wie bekommt man dies mit einem Bewerbungsschreiben hin?

Michael Lorenz, ehemals Geschäftsführer der Unternehmensberatung Kienbaum, und die Personalberaterin *Uta Rohrschneider* geben in ihrem Buch „**Personalauswahl – schnell und sicher Top-Mitarbeiter finden**“ folgenden Rat: Der Stellenbewerber muss die Übereinstimmungen des Stellenprofils mit dem eigenen Bewerberprofil deutlich machen. Dies gehe nur, wenn die Stellenanzeige zuvor genauestens gelesen worden ist.

Die beiden heute als Personal-Trainer tätigen Autoren warnen: „Ein Bewerber, der sich über berechtigte Informationswünsche des Unternehmens ganz oder teilweise hinweg setzt, dokumentiert damit zumindest Oberflächlichkeit bei der Lektüre der Stellenanzeige, wenn nicht sogar geringes Interesse oder persönliche Schwachstellen“ (Lorenz / Rohrschneider, a.a.O., Seite 76).

Spätestens jetzt dürfte klar werden, wie wenig hilfreich und aussichtslos ein standardisiertes Bewerbungsanschreiben ist. Wer die Wünsche des die Stelle anbietenden Unternehmens außen vor lässt, wird keinen Erfolg haben.

Auf den Arbeitgeber eingehen

Ein kluger Bewerber verfasst sein Bewerbungsanschreiben dergestalt, dass er statt zur oben beschriebenen Eingangsfloskel zu greifen, auf die Wünsche des Stellenanbieters eingeht. Das Ganze liest sich dann so:

Sehr geehrter Herr Mustermann,

in der von Ihnen angebotenen Position als Pharmareferent bei der ABC GmbH sehe ich eine neue berufliche Herausforderung für mich.

Vielleicht stellen Sie sich die Frage, welchen Nutzen Sie haben, wenn ich den Vertrieb Ihrer Produktion übernehmen würde. Einige Angaben zu meiner Person könnten Ihnen helfen, eine Antwort darauf zu finden.

Eine solche Formulierung erzielt Wirkung. Statt nur über sich und seine Qualifikationen zu schreiben, stellt der Bewerber seine Fähigkeiten den Erwartungen des Arbeitgebers gegenüber. Die persönliche Ansprache und das Betonen des Nutzwerts für das Unternehmen führen aller Wahrscheinlichkeit nach dazu, dass nun sämtliche weitere Angaben, also Lebenslauf und Zeugnisse, aufmerksam gelesen werden. Schließlich will jeder Personalchef gerne erfahren, ob tatsächlich der optimale Kandidat gefunden werden konnte.

Konnte das Bewerbungsschreiben überzeugen, ist die Einladung zum Vorstellungsgespräch gewiss. In diesem Gespräch hinterfragen Personalverantwortliche die im Bewerbungsschreiben angeführten Qualifikationen und weiteren Kompetenzen noch einmal äußerst gewissenhaft.

Wer also ein „Stärke-Schwächen-Profil“ erstellt, eine genaue Analyse der Stellenanzeige folgen lässt und darüber hinaus ein individuelles Bewerbungsschreiben verfasst, wird auch im Vorstellungsgespräch nicht ins Straucheln kommen.

Praxistipp

Wer sich auf die Feinheiten und möglichen Hürden in Vorstellungsgesprächen und Auswahlverfahren in Assessment-Centern vorbereiten will, sollte sich im Internet nach geeigneter Literatur umsehen.

Keinesfalls schädlich ist es, sich neben den von *Hesse* und *Schrader* verfassten Büchern auch mal die an Personalchefs gerichtete Literatur anzusehen.

Stellvertretend für sämtliche dieser Publikationen seien zwei Titel angeführt:

Brake, Jörg / Zimmer, Dieter: Praxis der Personalauswahl, Dritte Auflage, 2002, Lexika Verlag, 29,- Euro.

Lorenz, Michael / Rohrschneider, Uta: Personalauswahl – schnell und sicher Top-Mitarbeiter finden, Zweite Auflage, 2002, Haufe Verlag, 24,95 Euro.

Praktikum in Brüssel:

„Im Vordergrund steht die Herstellung eines aussichtsreichen Kontaktes.“



Cornelia Gerster über den Nutzwert von Praktika bei der Europäischen Union. Die Politologin ist nach mehreren Praktika bei einer Beratungsfirma in Brüssel angestellt.

Du hast Politikwissenschaften studiert. Das ist wahrlich kein IT-Fach. Hat das Internet bei der Suche nach offenen Stellen für Dich trotzdem eine Bedeutung?

Cornelia Gerster: Da ich mich vor allem für Stellen im Umfeld der Europäischen Union interessiere, hat das Internet große Bedeutung für meine Stellensuche. Ausschreibungen im Internet sind in diesem Bereich recht häufig. So konzentriert sich meine Recherche nach Anzeigen im wesentlichen auf drei relevante Sites. Zeitungen nehme ich ergänzend hinzu.

Kannst Du ein paar Internetadressen nennen, die Dir bei der Jobsuche als Politologin am meisten geholfen haben?

Cornelia Gerster: Ja, es sind folgende Adressen:
www.eurobrussels.com, www.europeanvoice.com und www.bulletin.be.

Darunter befindet sich nicht eine der im Internet zu findenden Jobbörsen. Sind Jobbörsen für eine Stellensuche in Brüssel eher weniger hilfreich?

Cornelia Gerster: So ist es. Das mag daran liegen, daß ich vor allem in Börsen gesucht habe, die an Printmedien angegliedert sind. Um aber einen Job

im Verbändebereich zu finden, sind insbesondere persönliche Kontakte ausschlaggebend.

Zuweilen ist zu hören, eine elektronische Bewerbung sei für Geisteswissenschaftler uninteressant. Teilst Du diese Auffassung?

Cornelia Gerster: Nein. Erstens hängt das von der Branche ab - konservative Branchen mögen herkömmliche Bewerbungen bevorzugen. Viele Unternehmen und Organisationen lernen jedoch den geringeren Aufwand, der mit elektronischen Bewerbungen einhergeht, zu schätzen. Jedenfalls gilt das für Brüssel. Bewerbungen in Brüssel laufen fast ausschließlich elektronisch ab. Schließlich gilt: Auch der Stellenmarkt für Geisteswissenschaftler unterliegt dem Zeitgeist.

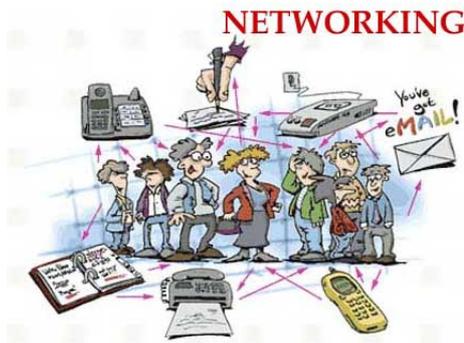
Hast Du Dich dann postalisch oder via Internet beworben?

Cornelia Gerster: Wenn eine Briefanschrift angegeben war, habe ich diese Möglichkeit gerne genutzt, es sei denn, die Bewerbungsfrist ist zu knapp angesetzt.

Ich habe den Eindruck, daß man sich mit einer postalischen Bewerbungen ein wenig aus der Masse der eMail-Bewerber herausheben kann. Außerdem habe ich das Gefühl, daß ich mit einem Brief meiner Bewerbung mehr Nachdruck verleihen konnte - schließlich hält man ihn in der Hand, läßt sich vielleicht von schönem Papier beeindrucken und kann ihn nicht sofort und ganz einfach wieder löschen wie eine eMail.

Wie ist das denn mit der Online-Bewerbung, wenn man sich auf ein Praktikum bei der Europäischen Union oder bei einem EU-Abgeordneten bewirbt? Welches Gewicht nimmt die Online-Bewerbung bei den EU-Einrichtungen ein?

Cornelia Gerster: Soweit ich weiß, findet die Bewerbung bei der Kommission ausschließlich online statt. Bei den Europaabgeordneten ist das sicherlich vom Herkunftsland abhängig; allerdings „färben“ die internationalen Gepflogenheiten auch hier ab. Ich weiß, dass auch viele deutsche Europaabgeordnete einfache eMail-Bewerbungen, also solche ohne Zeugniskopien, akzeptieren und berücksichtigen.



Alle reden von „Networking“. Würdest Du für Dich reklamieren, dass Du bereits während Deines Studiums für den Aufbau eines Netzes an persönlichen Beziehungen zu den Einrichtungen und Akteuren gesorgt hast?

Cornelia Gerster: Ich habe Kontakte gepflegt, die ich während Praktika geknüpft habe. Das kann ich nur empfehlen. Die Entscheidung, nach Brüssel zu gehen, fiel erst kurz vor Abschluss meines Studiums, so dass gezielte Kontaktpflege erst danach möglich und notwendig wurde. Somit habe ich erst nach dem Studium mit dem „Networking“ angefangen. Ich habe versucht, über so genannte

„Informational Interviews“ persönliche Kontakte herzustellen, um einen direkten Draht in die Szene herzustellen. Insider haben die Ohren am dichtesten an den Graswurzeln. Dazu habe ich zunächst eine eMail versendet mit einer kurzen Beschreibung meiner Person und der Bitte um ein Informationsgespräch über die Arbeit des Adressaten.

Meinen Lebenslauf habe ich zu Informationszwecken in der Hoffnung angehängt, er möge zu meinen Gunsten künftig noch eine Weile im jeweiligen Büro verweilen. Es folgte ein „follow up“. Also ein Telefonanruf, um einen Termin zu vereinbaren.

Solche Informationsgespräche sind keine Vorstellungsgespräche im klassischen Sinne und führen selten zu einer Einstellung. Obwohl auch das natürlich mit viel Glück passieren kann. Der Regelfall ist das aber nicht. Aber darauf kommt es beim Networking auch gar nicht an. Im Vordergrund steht die Herstellung eines aussichtsreichen Kontaktes.

Du hast sowohl während Deines Studiums als auch danach Praktika in Brüssel gemacht. Haben Dir diese Praktika geholfen, sich mit Brüssel und den Einrichtungen der EU sowie der mit ihnen verbundenen Verbändestruktur besser vertraut zu machen?

Cornelia Gerster: Während meines Studiums habe ich ein Praktikum beim Deutschen Industrie- und Handelskammertag in Brüssel gemacht. Nach dem Studium habe ich dann bei dem Abgeordneten Klaus Hänsch als Praktikantin gearbeitet, anschließend bei zwei weiteren deutschen Verbänden in Brüssel.

Auf diese Weise habe ich sowohl Verbändebüros als auch eine europäische

Institution von innen kennen gelernt. Das sind Erfahrungen, die für meine Bewerbungen unverzichtbar waren.

Hat sich das hinterher gezeigt?

Cornelia Gerster: Mir ist während der Stellensuche aufgefallen, daß vor allem praktische Erfahrungen in den EU-Institutionen für die in Brüssel ansässigen Verbände und Beratungsbüros große Bedeutung haben. Ähnliches habe ich auch aus dem Feedback auf meine Bewerbungen und während einer Reihe von Gesprächen erfahren.

In Gesprächen mit Personalverantwortlichen heißt es gelegentlich, ein Praktikum nach Abschluss des Studiums sei wenig empfehlenswert. Praktika sollten tunlichst während des Studiums absolviert werden. Deckt sich diese Haltung mit Deinen Erfahrungen in Brüssel?

Cornelia Gerster: Überhaupt nicht. Praktika sind eine ausgezeichnete Möglichkeit, um Kontakte zu knüpfen, die für die Stellensuche hier in Brüssel unerlässlich sind. Bei der jetzigen Arbeitsmarktlage halte ich es auch für besser, wenigstens im Rahmen von Praktika den Horizont zu erweitern und Berufserfahrung zu sammeln, da mit langen Stellensuchen zu rechnen ist. Und ganz maßgeblich habe ich durch ein Praktikum meine Stelle in Brüssel gefunden.

Im übrigen sollte man auch nach dem Zweck eines Praktikums unterscheiden. „Schnupperpraktika“ zur Berufsorientierung sollten natürlich schon während des Studiums stattfinden.

Aus eigener Erfahrung kann ich sagen: Je früher desto besser.

Gerade Geisteswissenschaftler sollten wegen des oft geringen konkreten Wertes ihres Studiums für das spätere

Berufsleben praktische Erfahrungen im Studium sammeln. Praktika zählen hier sogar oft mehr als Studentenjobs. Gleichwohl halte ich Praktika auch nach dem Studium für ein legitimes und – heutzutage – auch notwendiges Instrument bei der Stellensuche.

Interview: Andreas Skowronek

Zweites Kapitel: Die Bewerbungsmappe

Schon seit jeher erwarten Personalchefs eine formal ordentlich gestaltete und frei von Fehlern verfasste Bewerbungsmappe. Hierbei unterscheiden sie nicht zwischen einer per Post zugesandten konventionellen Bewerbung und einer elektronischen Bewerbung. Stets müssen Bewerber den hinsichtlich dieser Formalia gestellten Anforderungen gerecht werden. Doch worauf ist zu achten, wenn eine Bewerbungsmappe zu erstellen ist? Was muss unbedingt in die Mappe? Antworten hierauf gibt dieses Kapitel.

Der äußere Eindruck der Bewerbungsmappe

Eine Bewerbungsmappe ist zugleich die erste Arbeitsprobe, die dem künftigen Arbeitgeber vorgelegt wird. Es kann also gar nicht genug Sorgfalt angewandt werden, wenn das Vorhaben „Bewerbung“ erfolgreich sein soll. Wie so oft, ist auch hier der äußere Eindruck eine vorentscheidende Größe. Unabhängig von dem Inhalt der Bewerbungsmappe und der Qualifikation des Bewerbers, entscheidet bereits eine Reihe von Äußerlichkeiten über den Erfolg einer Bewerbungsmappe.

Anzufangen ist bei der Auswahl des richtigen Materials. Damit gelangen wir zu den Vorfragen, die vor jedem Bewerbungsvorhaben zu klären sind: Welches Papier ist zu verwenden? Ist jedes Bewerbungsfoto geeignet oder kommen nur von einem Fotografen gemachte Aufnahmen in Frage? Sollte das Foto farbig sein oder kann es auch eine „Schwarz-Weiss-Aufnahme“ sein? Welche Art von Mappe sollte gewählt werden?

Das richtige Papier

Beim Papier ist auf eine möglichst hohe Qualität zu achten. Entweder nimmt man weisses Briefpapier mit Wasserzeichen oder zumindest Papier mit einem Gewicht von 90 Gramm pro Quadratmeter. Beide Papiersorten können von herkömmlichen Druckern verarbeitet werden. Für die der Bewerbungsmappe beigelegten Zeugniskopien sollte ebenfalls auf rein-weisses Papier zurückgegriffen werden.

Recycling-Papier – und sei es noch so weiss – hat in einer Bewerbungsmappe nichts verloren.

Die Wahl des geeigneten Fotos

Auch wenn es etwas mehr kostet, sollte bei den Bewerbungsfotos nicht gespart werden. Sicherlich gibt es viele Möglichkeiten, solche Fotos durchaus preisgünstig zu bekommen. Doch weder der Fotoautomat noch das vom Mitarbeiter eines Fotozubehör-Ladens geschossene Foto kann mit dem Ergebnis konkurrieren, das ein Fotostudio in der Regel liefert. Schließlich soll ein Foto den Bewerber im „guten Licht“ erscheinen lassen. Damit das auch gelingt, bedienen sich Fotostudios neben dem handwerklichen Geschick von

ausgebildeten Fotografen auch der erforderlichen Ausleuchtungstechnik samt Hintergrundtapeten.

Insbesondere „Schwarz-Weiß-Fotografien“ sind auf eine optimale Ausleuchtung angewiesen. Wer zum Fotostudio geht, wird in jedem Fall gut aussehen, gleichviel, ob die Entscheidung für oder gegen Farbe ausgefallen ist.

Gleichwohl ist die Verwendung von Farbfotos inzwischen der Regelfall.

Die geeignete Bewerbungsmappe

Bewerbungsmappen gibt es in vielfältigen Spielarten. Von schlicht bis edel reicht das Spektrum der erhältlichen Heftersysteme. Die Entscheidung für das eine oder andere System sollte indes unter Praktikabilitätsgesichtspunkten getroffen werden. Empfehlenswert ist es, die ganze Sache „vom Ende her“ zu denken. Da sämtliche Bewerbungsmappen auf einem Stapel landen, dürfte ein Hefter mit Klarsichtdeckel das Optimum sein. Desweiteren ist darauf zu achten, daß alle Dokumente ohne weiteres gelesen werden können; der Leser der Mappe also nicht gezwungen ist, einzelne Seiten aus der Mappe herausnehmen zu müssen. Bei den beliebten Clip-Ordnern ist zudem darauf zu achten, dass der Heftmechanismus stramm genug ist, um ein Herausfallen von Blättern zu verhindern. Über die Bestandteile einer Bewerbungsmappe und die Reihenfolge ihres Erscheinens im Folgenden mehr.

Die Komponenten der Bewerbungsmappe

Ist das Anschreiben verfasst, gilt es, die Bewerbungsmappe mit Inhalten zu füllen. Denn unabhängig davon, ob eine Bewerbung postalisch oder elektronisch versandt wird, erwarten Personalentscheider stets eine vollständige Bewerbungsmappe. Nachfolgend werden die einzelnen Bestandteile einer Bewerbungsmappe vorgestellt. Namentlich gehören das Anschreiben und der Lebenslauf sowie die Zeugniskopien und weitere Bescheinigungen dazu. Wie bereits im Vorwort erläutert, werden die einzelnen Komponenten einer Bewerbungsmappe hier nur kurz dargestellt. Auf Einzelheiten einzugehen würde den Rahmen dieser Darstellung sprengen und ist daher der Literatur zum Bewerbungstraining und den von der Hans-Böckler-Stiftung angebotenen Seminaren zu diesem Thema vorbehalten.

Gleichwohl muss auch der Verfasser einer elektronischen Bewerbungsmappe wissen, welche Dokumente eine vollständige Bewerbungsmappe ausmachen.

Das Anschreiben

Erfahrungsgemäß bereitet das Abfassen eines Anschreibens mitunter die größten Schwierigkeiten. Denn nun gilt es, mit möglichst wenig Zeilen sowohl auf das ausgeschriebene Stellenprofil zu reagieren als auch die eigenen Stärken und deren Nutzwert für den angeschriebenen Arbeitgeber deutlich zu machen. Entscheidend ist hierbei eine klare und strukturierte Gedankenführung. Komplizierte und nur schwer zu verstehende Schachtelsätze sind zu vermeiden. Wie das im einzelnen erreicht werden kann, zeigen die Bewerbungstrainings der

Hans-Böckler-Stiftung. Auch das Seminar „Karriere mit der Maus – Bewerben im Internet“ trainiert die für Bewerbungen geeignete Diktion.

Abgesehen von stilistischen und dramaturgischen Aspekten spielen beim Anschreiben auch formale Gesichtspunkte eine Rolle. So ist das Anschreiben – wie jeder Brief auch – vom Verfasser zu unterzeichnen. Nennt die Stellenanzeige einen Ansprechpartner namentlich, ist die Bewerbungsmappe auch an die benannte Person zu adressieren.

Dieses Anschreiben wird indes nicht in die Bewerbungsmappe eingeklebt. Vielmehr ist das Anschreiben als ein Brief zu betrachten, dem als Anlage die Bewerbungsmappe beigelegt wird.

Das Deckblatt

Es dürfte nicht überraschen, dass Bewerbungsmappen ebenso wie etwa Diplomarbeiten mit einem Deckblatt beginnen. Diese Titelseite bietet die Chance zu einer ansprechenden Gestaltung. So kann man die Position, auf die man sich bewirbt, durch auffällige Formatierungen im Textverarbeitungsprogramm hervorheben. Im unteren Teil des Deckblatts lassen sich dann Name und Adresse samt den Rufnummern sowie der eMail-Adresse unterbringen. Um die Sache rund zu machen, klebt man das Bewerbungsfoto ebenfalls auf das Deckblatt. Entgegen dem anderswo gegebenen Rat, das Foto auf dem Lebenslauf zu platzieren, hat ein Foto auf der Titelseite der Bewerbungsmappe einen großen Vorteil: Es springt dem Betrachter gleich ins Auge. Ein nicht ganz unwichtiger Faktor, wenn man bedenkt, dass sich die meisten Personalchefs für das erste Durchsehen selten mehr als eine Minute pro Bewerbung gönnen.

Der Lebenslauf

Der tabellarische Lebenslauf liegt direkt hinter dem Deckblatt. Anders als beim Deckblatt findet sich am oberen Rand die Bezeichnung „Lebenslauf“. Als Titel sollte das Wort Lebenslauf entweder durch Unterstreichung oder Fettdruck besonders hervorgehoben werden. Eine Kombination aus „Fettdruck“ und „Unterstreichung“ ist unter typographischen Aspekten zu viel des Guten und sollte deshalb vermieden werden.

Ob der Bewerber zudem eine Kopfzeile mit Namen und Kontaktadresse verwenden möchte, liegt in seinem Ermessen. Entscheidet er sich für eine Kopfzeile, ist darauf zu achten, dass diese auch auf der zweiten Seite des Lebenslaufs erscheint. Wird auf eine Kopfzeile verzichtet, kann die Anschrift samt Telefonnummern und eMail-Adresse auch im Lebenslauf im Feld „persönliche Daten“ aufgeführt werden. Sofern diese Daten bereits auf dem Deckblatt erscheinen, erübrigt sich eine Wiederholung derselben im Lebenslauf.

Beim Lebenslauf ist auf eine lückenlose Darstellung der bisherigen Tätigkeiten zu achten. Dazu gehören neben der Schul- und Hochschulausbildung auch eine vorangegangene Berufsausbildung, Praktika oder Tätigkeiten als studentische Hilfskraft. Besondere Fertigkeiten, die über das mit dem Studienfach üblicherweise zu Erwartende hinausgehen, sollten ebenfalls erwähnt werden. Zu denken ist hierbei an besondere Fremdsprachen- oder Computerkenntnisse.

Ob ein Hobby oder ein soziales Engagement zu nennen ist, kann nur von Fall zu Fall eindeutig beantwortet werden. Zumindest sollten Bewerber darüber nachdenken, ob ein Hobby oder ein ehrenamtliches Engagement etwas Positives über die eigene soziale Kompetenz aussagen kann. Wer als Finisher einen Marathon überstanden hat, wird regelmäßig als diszipliniert und zielstrebig wahrgenommen. Erinnerung sei hier an das Thema Networking: Die aktive Mitgliedschaft in einem studienfach-adäquaten Netzwerk gehört auf alle Fälle in einen Lebenslauf.

Deutscher, amerikanischer oder europäischer Lebenslauf?

Internet-Adressen zum Thema „Lebenslauf“

Einzelheiten zum Lebenslauf liefert die Homepage:

http://www.unister.de/Unister/career/startseite/bewerbung/ausgabe_stichwort232.html

Verschiedene Musterlebensläufe in diversen Dateiformaten können von der gleichen Homepage ebenfalls abgerufen werden.

http://www.unister.de/Unister/career/startseite/bewerbung/ausgabe_stichwort234.html

Wer sich mit den länderspezifischen Besonderheiten beim Abfassen eines Lebenslaufs befassen möchte, kann dies unter der nachstehenden Adresse tun:

<http://www.cedefop.eu.int/transparency/cv.asp>

Eine zunehmend globaler werdende Wirtschafts- und Arbeitswelt stellt jeden Bewerber vor die Frage, welche Struktur er seiner Bewerbung geben will. Folgt der Lebenslauf in Deutschland dem Muster von der Vergangenheit in die Gegenwart, ist es beim englischen Lebenslauf genau umgekehrt. Das anglophone „curriculum vitae“ startet mit der aktuellen Tätigkeit und endet mit der Einschulung.

Wie ein aus deutscher Perspektive auf den Kopf gestellter Lebenslauf aussieht, zeigt die Homepage des



Die Homepage des *European Centre for the Development of Vocational Training* informiert über den Europäischen Lebenslauf.

„European Centre for the Development of Vocational Training“ anhand von Musterlebensläufen nach europäischem Standard. Auf der Homepage finden sich zudem weitere Tipps sowie Mustertextvorlagen als „Word-“ und „Rich-Text-Format-Dateien“. Stets hat der Lebenslauf mit der ausgeschriebenen Stelle zu korrespondieren. Zum Schluss wird der Lebenslauf mit Ortsangabe, dem aktuellen Datum und der eigenhändigen Unterschrift versehen.

Umfang des Lebenslaufs

Gleichviel welcher landestypische Lebenslauf zu wählen ist, stets gilt auch hier: In der Kürze liegt die Würze. Zwei Seiten für einen Lebenslauf müssen genügen.

Gleichwohl besteht generell die Gefahr, mit zwei Seiten nur schwer auszukommen. Dies gilt insbesondere dann, wenn biographische Besonderheiten oder mehrere Ausbildungsgänge und verschiedene berufliche Tätigkeiten in einem Lebenslauf zu dokumentieren sind. Wie Überlängen in einem Lebenslauf vermieden werden können, wird deshalb weiter unten in einem gesonderten Absatz beschrieben. Doch zunächst zum Umgang mit den so genannten Brüchen in der Biografie.

Biographische Brüche

Große Schwierigkeiten bereitet der Lebenslauf immer dann, wenn die akademische und berufliche Ausbildung nicht geradlinig verlaufen sind. Als Beispiele sind hier etwa ein Studienfachwechsel, Urlaubssemester, eine längere Krankheit oder Ähnliches zu nennen. Hierzu dürfen Bewerber nicht schweigen. Diese Option ist ihnen ohnehin verwehrt, da der Lebenslauf ja lückenlos sein muß.

Schon deshalb tut jeder Bewerber gut daran, wenn er mit derartigen Abweichungen offensiv umgeht und argumentativ verfährt. Das Problem ist nur, an welcher Stelle der Bewerbungsmappe auf solche Lücken näher einzugehen ist. Das Anschreiben sollte nicht länger als eine Seite sein und der Lebenslauf nicht mehr als zwei Seiten umfassen. Das Anschreiben wäre ohnehin der falsche Ort für nähere Ausführungen über biographische Brüche, da nicht garantiert ist, dass das Anschreiben bei der Bewerbungsmappe verbleibt. Beim Lebenslauf entsteht das Problem, dass die tabellarische Struktur keinen Raum für Erläuterungen gibt. Den Lebenslauf füllen lediglich Fakten, nicht aber Argumente oder Erläuterungen.

Die „Dritte Seite“

Wo also können Erklärungen zu biographischen Brüchen geliefert werden, ohne das formale Gesamtbild der Bewerbungsmappe nachteilig zu beeinflussen? Helfen kann hier, wenn der Bewerbungsmappe ein weiteres Element hinzugefügt wird.

Die Rede ist von der „Dritten Seite“. Dieses Element ist inzwischen etablierter Bestandteil von Bewerbungsmappen und bietet Raum, um Besonderheiten im Lebenslauf zu erläutern, die sonst nirgends ausführlicher dargelegt werden können.

Die „Dritte Seite“ ist die Fortentwicklung der von Bewerbern genutzten und akzeptierten Sonderseite für eine Liste ihrer Fachveröffentlichungen. Anders als bei einer schlichten Publikationsliste bietet die „Dritte Seite“ einem Bewerber indes Raum, die persönlichen Stärken und Kompetenzen besonders hervorzuheben. Bewerber mit einer ellenlangen Liste an Praktika, Auslandsaufenthalten

und externen Weiterbildungen verfügen in jedem Fall über eine Stärke, die sie nicht mit einem überlangen Lebenslauf zerstören sollten. Stattdessen bietet sich ein Rückgriff auf die „Dritte Seite“ an.

Aber auch biographische Brüche können einen Bewerber als starke Persönlichkeit erscheinen lassen. Entweder beweist der Bewerber eine besonders hohe Belastbarkeit und Durchhaltekraft (Stichwort: Motivation), gerade weil er gelernt hat, mit einem unplanmäßigen Ereignis in seiner Vita umzugehen. Oder die Diskontinuität im Lebenslauf hat ihm Erfahrungen gebracht, die er nie gewonnen hätte, wenn alles nach Plan gelaufen wäre.

Allein der Umstand, dass ein Bewerber bereit ist, seine biographischen Brüche nach außen zu vertreten und eben nicht zu verschweigen, ist ein guter Ansatz, bei der „Dritten Seite“ nichts verkehrt zu machen. Weiterführende Details zur „Dritten Seite“ liefern *Jürgen Hesse* und *Hans Christian Schrader* in ihrem Buch „**Neue Bewerbungsstrategien für Hochschulabsolventen**“; erschienen beim Eichborn Verlag.

Der Umgang mit Überlängen

Von der „Dritten Seite“ können auch jene profitieren, deren Lebenslauf wegen einer Vielzahl an Praktika, Auslandsaufenthalten und außeruniversitären Fort- und Weiterbildungen auf ein Volumen anschwillt, das auf zwei Seiten Lebenslauf nicht mehr unterzubringen ist. Um solche Überlängen des Lebenslaufs zu vermeiden, ist die „Dritte Seite“ das geeignete Mittel.

Anlagen zur Bewerbung

Je nach Studienfach kann der Umfang der mit der Bewerbungsmappe einzureichenden Dokumente unterschiedlich groß ausfallen.

Zeugnisse

Eine Selbstverständlichkeit ist das Einsenden von Zeugnissen. Neben dem Hochschulabschlusszeugnis sollten das Abiturzeugnis sowie Praktika- und Arbeitszeugnisse als Anlage in die Bewerbungsmappe eingefügt werden. Bescheinigungen über Weiterbildungsmaßnahmen, die außerhalb der Universität durchgeführt worden sind, sollten immer dann dokumentiert werden, wenn sie in einem Zusammenhang mit dem angestrebten Beruf stehen und überdies dem ausgeschriebenen Stellenprofil entsprechen.

Arbeitsproben

Eine andere und gleichwohl elementar wichtige Werbe-Funktion haben Arbeitsproben. Damit ist nicht etwa eine Veröffentlichung in einer Fachzeitschrift oder ein Buchbeitrag gemeint. Konkret geht es hier um Arbeitsergebnisse, die nicht ohne weiteres in Bibliotheken zu finden und nachzulesen sind. Namentlich sind dies etwa Computerprogramme, Entwürfe und Konzepte von Designern

und Architekten. Bei Absolventen von Medien- oder Multi-Media-Studiengängen zählen zu den Arbeitsproben auch Audio- und Video-Produktionen.

In all diesen Fällen ist zu entscheiden, ob und wieviel Arbeitsproben man einschicken möchte.

Einfach ist es, wenn die Ausschreibung das Einsenden von Arbeitsproben ausdrücklich erwähnt. Ist dies hingegen nicht der Fall, spricht gleichwohl nichts dagegen, Arbeitsergebnisse in die Bewerbungsmappe zu heften – sofern das ohne weiteres möglich ist. Denn längst nicht alles lässt sich in Kopie als Arbeitsprobe beifügen. Computerprogramme und PC-Präsentationen etwa sind für eine Darstellung auf dem Computer vorgesehen. Dies gilt es zu beachten. In diesem Falle ist es geboten, der Bewerbungsmappe einen Datenträger (CD-ROM) zu Dokumentationszwecken beizufügen. Film- und Audio-Stücke können zwar auch auf einer CD-ROM gespeichert werden. Doch die bessere Lösung ist der Griff zu einem üblichen Medienformat, also Musik-Kassette oder Musik-CD für Audiostücke und ein VHS-Videoband für einen Film.

Eine Kombination aus üblichem Medienformat und CD-ROM bietet sich hingegen immer dann an, wenn ein kompletter Satz von Arbeitsproben zu sehr an den Geldbeutel geht. So etwas kann Fotodesignern passieren. Fotoabzüge kosten eine Menge Geld, so dass die Entscheidung für eine ganze Fotoserie als Hardcopy – sprich: Fotoabzüge – zuweilen schwer fällt.

Eine Kompromisslösung ist die Kombination von Hardcopy und gescannten Fotos auf Datenträgern. Wenngleich Personalentscheider nur ungern zusätzliche Datenträger öffnen, um mehr über die Bewerber zu erfahren, gilt im Kreativbereich etwas Anderes.

Gleichwohl sollten Bewerber im Anschreiben darauf hinweisen, dass sie zu einem Vorstellungsgespräch eine Arbeitsmappe mit sämtlichen Fotoabzügen mitbringen werden.

Schwillt der Katalog der beigefügten Arbeitsproben dermaßen an, dass eine Orientierungshilfe nötig ist, sollten Bewerber anwenderfreundlich handeln und der Bewerbungsmappe ein Arbeitsprobenverzeichnis beifügen. Das bereitet nicht viel Mühe und vermittelt den Eindruck sorgfältigen Arbeitens.

Drittes Kapitel: Die „Online-Bewerbung“

Der Begriff „Online-Bewerbung“ ist insofern irreführend, als dass es verschiedene Typen von „Online-Bewerbungen“ gibt. Die wohl bekannteste Form einer „Online-Bewerbung“ findet sich auf Unternehmens-Homepages, die Bewerbern ein Formular zum Ausfüllen anbieten. Diese Art einer „Online-Bewerbung“ wird hier als „Online-Formularbewerbung“ bezeichnet. Ein zweiter Typus der „Online-Bewerbung“ ist die eMail-Bewerbung. Und drittens greifen manche Stellensuchende zur Selbsthilfe, indem sie eine Homepage bauen, die einzig und allein dem Zweck dient, eine neue Anstellung zu finden. Im folgenden werden diese Webseiten „Bewerber-Homepages“ genannt. Ein Sonderfall ist der Eintrag in „Jobsucher-Datenbanken“. Solche Datenbanken stellen verschiedene Job-Börsen allen Stellensuchenden zu Verfügung. Arbeitgeber können mit Hilfe dieser Datenbanken nach geeigneten Bewerbern suchen.

Die „Online-Formularbewerbung“

Die wohl einfachste Form einer „Online-Bewerbung“ ist die „Online-Formularbewerbung“. Immer mehr Unternehmen akquirieren ihre Mitarbeiter mit Hilfe eines Bewerbungsformulars, das sich auf der Homepage des Unternehmens befindet. Bei aller Einfachheit hat der Bewerber aber auch hier einige Vorkehrungen zu treffen, will er sich vor Fehlern oder unliebsamen Überraschungen schützen.



Wer bei *Henkel* seine Karriere starten will, ist mit einer Online-Bewerbung an der richtige Adresse.



Formular ausfüllen

Regelmäßig sind die Internet-Formulare für Bewerber in verschiedene Abschnitte unterteilt, die wiederum unterschiedliche Eingabefelder zu bestimmten Themen enthalten. So kann der Bewerber seine vollständige Anschrift, sei-

nen schulischen und akademischen Werdegang sowie sogenannten freien Text eingeben, um ein möglichst rundes Bild von sich vermitteln zu können.

Gerade die Freitextfelder bieten Raum, um das oben Gesagte zum „Anschreiben“ unterzubringen. Die vorgegebenen Felder zur Ausbildung und anderen beruflichen Erfahrungen und Kenntnissen machen das Abfassen eines Lebenslaufs nahezu überflüssig. Die Möglichkeit zum Versenden von Dateianhängen gibt Gelegenheit, eine Arbeitsprobe oder auch eine „Dritte Seite“ mitzuschicken. Wer Dateien anhängt, sollte möglichst ein universell lesbares Dateiformat wählen. Für Textdateien bietet sich das Rich-Text-Format (RTF), für Dokumentenkopien das Portable-Document-Format (PDF) an.

Wer erwägt, ein Bewerbungsfoto mitzusenden, kann auch dies tun. Als Dateiformat für das Foto empfiehlt sich das Dateiformat „JPG“. Einen Überblick zu den verschiedenen Dateiformaten und ihrer Eignung zur Verwendung bei Internet-Bewerbungen gibt die Tabelle auf der nächsten Seite.

Von: Katja M. <kn...@inf.fu-berlin.de>
Datum: Mon, 09. Dez. 2002 15:42:43 Europe/Berlin
An: andreas.skowronek@t-online.de
Betreff: Handout zum Seminar

Hallo Andreas,

leider habe ich weder Windows noch Word zur Verfügung, um mir das Dokument ansehen / ausdrucken zu können. Könntest Du das entweder als pdf noch ins Netzwerk packen oder mir einfach zusenden?

Danke und Gruesse aus Berlin!
Katja

Auch wenn das Format „doc“ für Microsoft-Word-Dateien zuweilen als unbedenkliches, weil von allen zu öffnendes Format bezeichnet wird. Ganz so schlicht stellt sich die Situation nicht dar, wie die Mail einer unserer Seminarteilnehmerinnen zeigt.

Dateiformate und deren Eignung für die Internet-Bewerbung

Dateiendung	Programm	Gefahren bei der Verwendung	Verwendbar?
Doc	Microsoft Word	Kann Makroviren enthalten und kann längst nicht von jedem geöffnet werden.	Bedingt, Virenschanner ist Pflicht.
Exe	Ausführende Datei	Kann Viren enthalten.	Nein.
Gif	Grafikformat	Format für Zeugnis, aber nicht direkt ausdrückbar.	Nur beim Einsatz auf Homepage.
Jpg	Grafikformat	Format für Zeugnis, aber nicht direkt ausdrückbar.	Ja, aber Datei sollte möglichst klein sein, ggf. komprimieren.
Pdf	Adobe Acrobat	Keine	Ja, für Zeugnisse und Dokumente.
Ppt	Microsoft Powerpoint	Keine	Ja, für komplette Bewerbungen auf Datenträger.
Rtf	Textverarbeitungsprogramm	Keine	Ja, ohne Einschränkungen.

Weitere Ausführungen zu den einzelnen Dateiformaten erfolgen im Abschnitt „eMail-Bewerbung“ weiter unten.

„Textsicherung“ bei der Formularbewerbung

Abgesehen von der anzuwendenden Sorgfalt beim Ausfüllen der webbasierten Formularbewerbung hinsichtlich korrekter Rechtschreibung und Zeichensetzung sollten die in das Formular eingegebenen Texte auch gesichert werden. Dies empfiehlt sich schon deshalb, weil der Bewerber im Vorstellungsgespräch auf Textpassagen angesprochen werden kann. Hier gilt: Es gibt nichts Unangenehmeres als mit eigenen Zitaten konfrontiert zu werden und sich daran nicht erinnern zu können.

Darum sollte alles, was in die Formularbewerbung an Informationen einfließt, auch gesichert werden.

Wie aber sichert man seine Texte?

Im Normalfall bewährt sich folgende Verfahrensweise: Stößt man auf ein „Online-Bewerbungsformular“, druckt man dieses aus oder speichert es als „HTML-Datei“ auf dem PC ab. So hat der Bewerber genügend Zeit, sich mit dem nunmehr zum „Offline-Formular“ gewandelten Bewerbungsbogen zu befassen.

Sämtliche Angaben und Freitexte lassen sich mit dem Textverarbeitungsprogramm erstellen und anschließend wie üblich auf der Festplatte abspeichern. Die gegebenenfalls mitzusendenden Dateien lassen sich in einem eigens angelegten Datei-Ordner, in den auch sämtliche Texte gehören, abspeichern. Sind diese Schritte erledigt, wird nun wieder eine Verbindung zu der Website mit dem Bewerbungsformular hergestellt. Anschließend werden die jeweiligen Rubriken des Formulars und die Freitextfelder unter Zuhilfenahme der Zwischenablage in das Formular kopiert.

Technische Anleitung

Wie dies technisch mit dem PC zu leisten ist, wird im Folgenden beschrieben:

Öffnen der Textdatei im Textverarbeitungsprogramm. Anschließend wird eine Textpassage markiert und mit der Funktion „Kopieren“ aus dem Dateimenü oder mit dem Tastenschlüssel „Strg + C“ in die Zwischenablage kopiert.

Ist dies erledigt, wird der Webbrowser gestartet und die Homepage mit dem dazugehörigen Bewerbungsformular aufgerufen – das Ganze im Online-Modus, also bei bestehender Internet-Verbindung.

Jetzt wird die erste Rubrik oder ein Textfeld mit der Maus angesteuert und mit Hilfe der Zwischenablage mit Text gefüllt. Dies gelingt entweder mit der Bearbeitungsfunktion „Einfügen“ aus dem „Browser-Menü“ oder mittels dem Tastenkürzel: „STRG + V“.

Anschließend springt man zum nächsten Formularfeld und wiederholt die zuvor beschriebenen Schritte solange, bis das gesamte Formular ausgefüllt ist. Zum Schluss wird das „Online-Bewerbungsformular“ ausgedruckt und in einem Aktenordner abgeheftet. Auch gegen ein zusätzliches Abspeichern auf dem PC spricht nichts.



**Textsicherung
ist das „A“ und „O“
bei der Formularbewerbung.**

Mitarbeiter & Karriere

The image shows a screenshot of the Henkel online application form. It is divided into two main sections: 'Online-Bewerbung' and 'Bewerbungsformular'. The 'Online-Bewerbung' section contains two dropdown menus: '1. Ratgeber/Lin' (set to 'Berufsbild') and '2. Standort' (set to 'Schwanhof Hamburg'), followed by a '[Go]' button. The 'Bewerbungsformular' section is titled '1. Persönliche Angaben' and includes a dropdown for 'Anrede' (set to 'Herr') and several text input fields for 'Vorname', 'Nachname', 'Straße', 'Hausnummer', 'PLZ', 'Ort', 'Telefon', 'Telefax', and 'E-Mail'.

Problem der skriptbasierten Online-Formulare

Zuweilen kommt es vor, dass das oben beschriebene Verfahren nicht funktioniert. Verantwortlich dafür sind sogenannte Skripten wie sie bei dynamischen Webseiten häufig anzutreffen sind. Eine mit Skripten versehene Homepage lässt sich unter Umständen weder speichern noch ausdrucken.

Doch auch hierfür gibt es eine Lösung, um das Formular nebst den ebenso wichtigen Texteingaben zu dokumentieren. Das Zauberwort heißt Screenshot und meint nichts Anderes als ein von dem Formular zu erstellendes Bildschirmfoto. Mittels dieses Fotos kann jeder Bewerber schließlich genau sehen, welche Rubriken und Textfelder das Formular umfasst und dieses mit seinen Textsicherungen abgleichen.

Screenshots können entweder mit bordeigenen Mitteln unter Windows, MacOs und Linux erstellt werden, oder man nimmt ein Fotobearbeitungsprogramm zu Hilfe. Für die große Gemeinde der Windows-Anwender unter den Stipendiatinnen und Stipendiaten der Hinweis, dass die Taste „Druck“ auf der Tastatur ein Bild des gesamten Bildschirms erstellt. Dieses Bild lässt sich anschließend abspeichern.

Wer von den Windows-Nutzern das Bild jedoch auch ausdrucken möchte, wird nur erfolgreich sein, wenn er das zuvor erzeugte Bild zunächst in eine Power-Point-Datei einfügt. Denn ein von Windows erstelltes Bildschirmfoto lässt sich eben nicht direkt ausdrucken. Apple-Anwendern ist dieses Problem unbekannt.

Mehrseitige Online-Bewerbungsformulare

Das oben beschriebene Verfahren hat sich auch bei mehrseitigen, skriptbasierten webbasierten Bewerbungsformularen bewährt. Gleichwohl taucht hierbei ein anderes Problem auf: Nennen wir es der Einfachheit halber „linear-aufgebautes Bewerbungsformular“.

In der Praxis hat ein solches „lineares“ Formular die Eigenart, dass die zweite Seite erst angezeigt wird, wenn die erste Seite zuvor ausgefüllt worden ist. Wer nun meint, daß eine solche Seite deshalb nicht offline ausgefüllt werden könnte, irrt.

Die Lösung ist ebenso schlicht wie amüsan: Das Formular wird einfach mit Phantasiedaten gefüttert. Statt des realen Namens wird also „Daisy Duck“ oder „Donald Duck“ eingeben und beim Rest werden ebenfalls erfundene Daten eingesetzt. Für den Fall, dass die Seite für bestimmte Studienfachabschlüsse spezifische Abfragen vorsieht (Stichwort: Dynamische Webseiten), sollten die Angaben zur Studienfachrichtung der Realität weitgehend entsprechen. Variationen sind allenfalls bei Studienorten und Ausbildungsabschnitten geboten, sofern sie eine individuelle Zuordnung erlauben. So gibt es nicht unbedingt allzu viele Absolventen, die ausgerchnet in einer bestimmten Abteilung der Europäischen Kommission praktiziert haben oder bei jeweils derselben Abgeordneten des Europäischen Parlaments oder des Deutschen

Bundestags tätig waren. Hier muss also intelligent getrickelt werden, um vor einer „Enttarnung“ sicher zu sein.

Anschließend hat man alle Seiten gesehen und – wie empfohlen – „abfotografiert“. Sodann kann man sich an die „Offline-Bearbeitung“ des Formulars machen.

Tarnung ist alles

Im HBS-Seminar „Karriere mit der Maus“ wird bei diesem Verfahren stets eines deutlich: Die Angst vor einer Enttarnung.

Zugegebenermaßen eine berechtigte Sorge, denn jeder PC hat eine eindeutige Identifikationsnummer namens Internet-Protokoll-Nummer, die so genannte IP-Nummer. Wer dann noch mit einer DSL-Verbindung arbeitet, hat unter Umständen eine feste IP-Nummer, was eine Identifizierung erheblich erleichtert. Also ist die Gefahr, als Urheber der Bewerbung eines Bewerbers namens „Daisy“ oder „Donald“ entlarvt zu werden, nicht ganz von der Hand zu weisen.

Doch das Internet wäre nicht das Netz der unbegrenzten Möglichkeiten, wenn es dafür kein Gegenmittel liefern würde. So gibt es ein Programm mit dem Namen „Anonymizer“, das eben genau dafür sorgt, was der Name bereits ahnen lässt, nämlich für Anonymität beim Surfen im World Wide Web.

Wie im Kinofilm „Sneakers“ wird der Datenfluß solange über diverse Stationen im weltweiten Netz geleitet, bis der Urheber der Datenabfrage allenfalls von Geheimdiensten identifiziert werden kann.

Dass es sich hierbei keinesfalls um ein illegales Programm handelt, lässt sich schon daran erkennen, daß das Anonymisierungs-Programm von der Technischen Universität Dresden angeboten wird. Einzelheiten zu dem kosten-

JAP Anonymity & Privacy
ANONYMITY IS NOT A CRIME

[English | German]

JAP Anon Proxy
Home
Screenshot
Kooperationen
Kosten
Umfrage
Test

Hilfe & FAQ
Hilfe
Fragen
Diskussion/
Community

Download
Windows
PocketPC (Beta)
Macintosh
OS/2
Linux u.a.
Java Web Start
Update

Schutz der Privatsphäre im Internet

JAP
Mit JAP ist es möglich, anonym und unbeobachtbar im Internet zu surfen.

Aus aktuellem Anlass weisen wir noch einmal ausdrücklich daraufhin, dass sich die JAP Software in Entwicklung befindet und noch nicht maximale Sicherheit bietet. (siehe unten ...)

Ohne **Anonymisierung** kommuniziert jeder Computer im Internet unter einer eindeutigen **Adresse**. Das bedeutet,

- der besuchte Webserver,
- der Internet-Zugangspartner,
- jeder Lauscher auf den Verbindungen

kann ermitteln, welche Webseiten vom Nutzer dieser Adresse besucht und, wenn **unverschlüsselt** kommuniziert wird, welche Informationen abgerufen werden.

Aktuell / News

Aktuelle Version: 00.02.004

Störungen im Rechnerbetrieb: Am Dienstag den 24. Februar wird es wartungsbedingt in der Zeit von 08.00-13.00 zu einem Ausfall des Datennetzes kommen. Wir empfehlen für diese Zeit auf die Kaskade Regensburg-Berlin auszuweichen. (17. Februar 2004)

ANON erneut gegen Bundeskriminalamt erfolgreich Lesen Sie dazu unsere Pressemitteilung sowie allgemeine Informationen zu JAP und Strafverfolgung (04. November 2003).

Spam an der Wurzel packen. Neue Version von CookieCoker "mixt" Cookies, verwaltet Ihre Webaccounts, verfolgt Spammer durch markierte Webserver-Adressen und enthält einen Peer-to-Peer Werbeblocker. (28. ...)

Der Anonymität im Web verpflichtet: Das Programm namens „JAP“.

los erhältlichen und auf nahezu allen Betriebssystemen laufenden Programm finden sich auf der Homepage der TU Dresden.

Die Webadresse lautet: <http://anon.inf.tu-dresden.de/>

Sonst noch was?

Ist das ausgefüllte Bewerbungsformular abgesandt und zugestellt worden, zeigt der Browser dies an, indem er meldet: „Formular erfolgreich übermittelt“. Sollte diese Meldung nicht erscheinen, muss das Formular halt nochmals versandt werden.

Dann heißt es nur noch: Hoffen und warten. Sollte eine Aufforderung erfolgen, wonach die Bewerbungsunterlagen nunmehr postalisch nachgereicht werden sollen, ist dies nichts Ungewöhnliches. Zum einen sind längst nicht alle Arbeitgeber den reibungslosen Umgang mit „Online-Bewerbungsformularen“ gewohnt und setzen im anschließenden Auswahlverfahren auf schriftliche Unterlagen. Zum anderen kann eine postalische Bewerbungsmappe mitunter mehr Dokumente enthalten als über ein webbasiertes Formular versandt werden können. Denn häufig setzen „Online-Bewerbungsformulare“ eine Obergrenze für die Datenmenge der beifügbaren Dateianhänge. Da dieses Höchstmaß zwingend zu beachten ist, kann es vorkommen, dass eine Bewerbungsmappe per Post ausdrücklich gewünscht wird.

Zwar sorgt eine solche Aufforderung für weitere Arbeit. Gleichwohl ist es ein gutes Zeichen. Denn der angeschriebene Arbeitgeber ist neugierig geworden, die Chance auf eine Einladung zum Vorstellungsgespräch also deutlich gestiegen. Die zusätzliche Arbeit bezüglich einer zu erstellenden konventionellen Bewerbungsmappe lohnt sich also. Gut, wenn dann – wie oben beschrieben – sämtliche Texteinträge gesichert wurden.

Die eMail-Bewerbung

Wesentlich einfacher als eine Online-Formularbewerbung ist eine Bewerbung per eMail zu handhaben. Gleichwohl ist auch hier einiges zu beachten, worauf im Folgenden näher eingegangen wird.

Grundsätzlich umfaßt die eMail-Bewerbung alles das, was in die Bewerbungsmappe hineingehört. Konkret sind dies das Anschreiben, der Lebenslauf, gegebenenfalls die „Dritte Seite“, ein Bewerbungsfoto und die obligatorischen Zeugniskopien, andere wichtige Bescheinigungen als Kopie sowie – sofern erforderlich und gewünscht – Arbeitsproben.

Doch bevor die genannten Unterlagen in digitaler Form versandt werden können, sind zunächst einige formelle Aspekte zu erörtern. Schließlich folgen eMails in ihrem Aufbau bestimmten Standards. So setzen sie sich zusammen aus dem Absendereintrag, dem Adressatenfeld, Betreffzeile (Subject), dem Textfeld (Body) und bieten schließlich die Möglichkeit, eine Signatur einzubauen sowie der Mail Dateianhänge (Attachments) beizufügen. Um den eMail-Dienst des Internets aber überhaupt nutzen zu können, braucht man einen Mail-Provider, also einen Dienstleister für den Mail-Versand.

Über Mail-Provider und Werbung

Ebenso wie eine postalische Bewerbung sollte auch eine eMail-Bewerbung möglichst seriös erscheinen. Deshalb ist es notwendig, dem Empfänger ausschließlich relevante Informationen zukommen zu lassen. Werbebotschaften über das neueste Schnäppchen beim Discounter um die Ecke haben also in einer Mail nichts verloren. Gleichwohl kann genau dies passieren, sofern der Bewerber seine Mails über einen sogenannten FreeMailer wie „GMX“, „Web.de“ oder „Hotmail.com“ verschickt. Zwar bieten die genannten Mail-Provider ihre Dienste kostenlos an. Aber das tun sie nur deshalb, weil jeder Mail eine Werbeeinblendung angehängt wird. Das Fazit in bezug auf FreeMailer-Dienstleister lautet: Bewerbungen sollten nicht mit deren Hilfe an den Personalchef versandt werden.

Ohnehin ist niemand der Stipendiatinnen und Stipendiaten der HBS auf die Dienste eines FreeMailers angewiesen. Denn als eingeschriebene Studenten oder Promovenden haben sie einen Anspruch auf einen eMail-Account an ihrer Hochschule. Ansprechpartner hierfür sind in den Rechenzentren der Uni zu finden.

Keine Phantasie- oder Kosenamen

Anders als beim „Online-Bewerbungsformular“ verbieten sich bei der eMail-Bewerbung auch Namensgebungen, die mit dem realen Namen des Bewerbers nichts zu tun haben. Wer statt „Else Buschschulte“ als Absender „SchöneElise“, „Elsbusch“ oder „Else_1978“ eingibt, tut sich damit keinen Gefallen. Normalerweise macht es keine Probleme, seinen Realnamen für den Mail-Account zu verwenden. Und jene, die über einen häufigen Nachnamen wie Müller, Meier oder Schmidt verfügen, müssen gegebenenfalls auf klei-

ne Tricks zugreifen, indem ein Hermann Meier etwa „Hermann_Meier“ oder „Hermann-Meier“ einträgt. Weitere Tipps geben die Rechenzentren der Unis oder die Websites der Provider.

Im übrigen bieten die verschiedenen Mail-Programme eine Einstellungsoption, mit deren Hilfe der reale Namen vor oder hinter die verwendete Mail-Adresse des Absenders gesetzt wird.

Beispiel: *Andreas Skowronek <redakteur1@mac.com>*

Der Mail-Empfänger bekommt in diesem Fall den vollen Vor- und Nachnamen angezeigt und weiß sofort, wer ihm gemailt hat. Seit dem 1. März 2004 kann das Internet auch Umlaute verwalten. Wer also „Müller“, „Kröger“ oder „Bär“ heißt, profitiert von dieser technischen Neuerung des Internets.

Der Adressat der eMail-Bewerbung

Wie bereits oben zur konventionellen Bewerbung erwähnt, sollte jede Bewerbung möglichst an eine namentlich bekannte Person adressiert werden. Gibt die Stellenanzeige Aufschluss über den konkreten Ansprechpartner für die Bewerbung, dann ist dessen Mail-Adresse auch zu wählen.

Den Dienstweg beachten

Dies gilt selbst dann, wenn es sich bei der Ansprechpartnerin um die Sekretärin handelt, obwohl man weiß, dass über die Stellenbesetzung etwa eine Professorin oder ein Mitglied der Geschäftsführung entscheidet. Leicht erliegen Bewerber der Versuchung, direkt an die „höhere Ebene“ zu mailen, insbesondere wenn sie die Mail-Adresse der Professorin oder des Geschäftsführers über die Homepage herausgefunden haben. Davor ist nachdrücklich zu warnen. Wer so verfährt, missachtet nicht nur die Sekretärin oder den Personalassistenten, sondern erweist sich zugleich als wenig team-orientiert. Schnell drängt sich der Eindruck auf, dass der Bewerber auch noch nie was von Arbeitsteilung gehört hat. Gerade darum geht es aber. Eine Sekretärin oder ein Assistent ist die „rechte Hand“ der Chefin und nimmt deren allgemeine Büroarbeiten zur Entlastung der Vorgesetzten wahr.

Unbrauchbare eMail-Adressen

Abgesehen hiervon scheiden einige eMail-Adressen als Ziel der Mail-Bewerbung aus. Es sind solche, die keine Person erkennen lassen und bei denen man nicht wissen kann, welches Schicksal die Bewerbungsmail nehmen wird, wenn sie dorthin gelangt. Namentlich sind dies Mail-Adressen wie info@unternehmen.com, kontakt@unternehmen.com oder webmaster@unternehmen.com

Bevor an derartig unbestimmte Adressaten eine Mail-Bewerbung rausgeht, sollte zum Telefon gegriffen und geklärt werden, wohin die Mail mit dem Bewerbungsschreiben versandt werden soll. Andernfalls steht zu befürchten, dass die Mail niemals ihr Ziel – sprich den für Personalangelegenheiten zuständigen Sachbearbeiter – erreicht.

Das Betreff-Feld

Das Betreff-Feld der eMail dürfte keine größeren Probleme bereiten. Hier ist entsprechend zu verfahren wie beim Anschreiben der postalischen Bewerbung.

Der Mail-Body (Textkörper/Textfeld)

Mit Blick auf die postalische Bewerbung gibt es auch beim Textfeld einer Bewerbungs-Mail keine Probleme inhaltlicher Natur. Schließlich kommt in den Body genau das, was bei der konventionellen Bewerbung im Anschreiben geschrieben steht.

Über Umlaute und Codierungen

Lediglich technische Aspekte mit Blick auf eine einwandfreie Darstellung des Geschriebenen sind zu beachten. Grundsätzlich ist kein Mail-Program wie das andere; jedenfalls nicht mit Blick auf die ihm zugrundeliegenden Codierungs-Algorithmen. Das führt dazu, dass ein vom eigenen Mail-Program korrekt gesetzter Umlaut beim Empfänger längst nicht korrekt angezeigt werden muss. Dies gilt trotz der technischen Möglichkeit, wonach das Internet seit dem 1. März 2004 an den Umlauten nicht mehr scheitert. Denn noch sind nicht alle Programme auf den neuesten technischen Stand gebracht. Umlaute sollten daher tunlichst vermieden werden. Statt eines „ö“ wird also „oe“ und statt eines „ß“ ein „ss“ gesetzt. Damit ist der Bewerber stets auf der sicheren Seite.

Noch einmal: Das gilt nur für den reinen eMail-Text. Bei angehängten Textdateien sind Umlaute zulässig.

Formatierungen in Mails und Dateianhängen

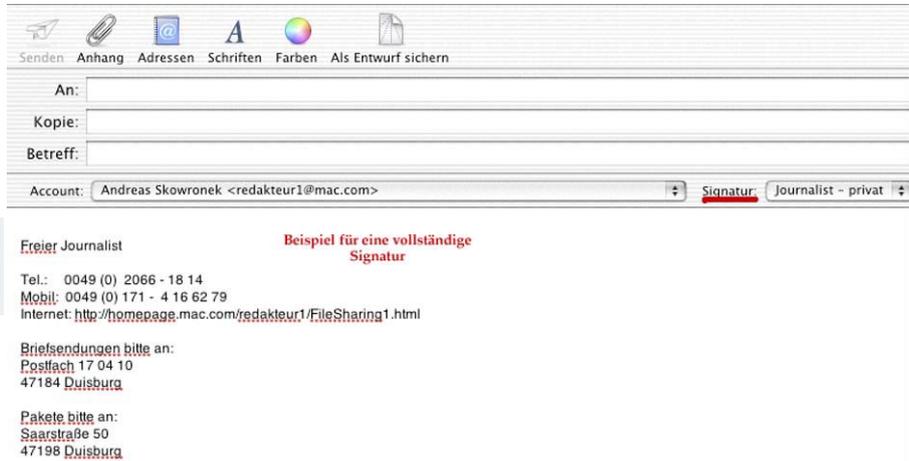
Nicht ganz so einfach verhält es sich mit den Formatierungen. Die bekanntesten sind die Schrift-Formatierungen wie etwa „fett, kursiv“ oder „unterstrichen“. Diese sollten im reinen Mail-Text nie vorkommen. Grundsätzlich sollte jedes Anschreiben – gleichviel ob postalisch oder als eMail-Text – ohne die genannten Formatierungen auskommen. Die Wichtigkeit der im Anschreiben mitgeteilten Informationen sollte für sich selbst sprechen, so dass auf Formatierungen wie „fett“, „kursiv“ und ähnliches verzichtet werden kann. Der Empfänger der Bewerbungs-Mail wird das für ihn Wesentliche selbst anstreichen.

Aber auch in Dateianhängen sind Formatierungen mit Bedacht zu gebrauchen. So führt die Verwendung des Rich-Text-Formats unter Umständen zum Verlust einiger Formatierungen. Wer dieses Risiko scheut und stattdessen auf das „doc-Format“ aus Microsoft Word zugreift, muss indes damit rechnen, dass die Datei unter Umständen gar nicht geöffnet werden kann. Woran das liegt, wird weiter unten unter dem Punkt „Dateianhänge“ erläutert.

Signaturen

Eben weil Dateianhänge das Risiko bergen, daß sie vom Empfänger der Mail weder geöffnet noch gelesen werden können, ist die Verwendung einer Signatur nahezu unumgänglich. Denn jedes Mail-Program bietet die Möglichkeit über

„Allgemeine Einstellungen“ eine oder sogar verschiedene Signaturen einzusetzen. Die Signatur erlaubt die Nennung der gesamten Absender-Adresse nebst Telefonnummern und kann vom Empfänger auch dann gelesen werden, wenn er die Dateianhänge nicht öffnen konnte.



Dateianhänge

Der letzte Satz lässt es bereits erahnen. Die größten Probleme bereiten regelmäßig die Dateianhänge sowohl hinsichtlich des geeigneten Dateiformats unter Kompatibilitäts Gesichtspunkten als auch mit Blick auf die unterschiedliche Dateigröße je nach gewähltem Dateiformat.

Die damit in Zusammenhang stehenden Fragen sind derart vielfältig, dass hier lediglich ein Hinweis zu einer Portalseite zum Thema Dateiformate gegeben werden soll: <http://www.galileocomputing.de/linklisten/gp/Liste-8>

Ungeachtet dessen sind jedoch bestimmte Dateiformate mit Zurückhaltung zu verwenden.

Doc-Dateien

Zu den eingeschränkt verwendbaren Dateiformaten zählen etwa die von Microsoft-Word erzeugten „doc-Dateien“. Zum einen, weil dieses Dateiformat



Linklisten

Links zum Thema Dateiformate

(12 Einträge)

- www.rzg.mpg.de
Kleine Aufstellung zu Dateinamenerweiterungen.
- Achims File-Format-Library:
Sammlung von Links von Achim Müller zu diversen Sites mit Informationen über Dateiformate.
- Datenformate für Musiknotation
Datenformate für Musiknotation (SMDL, NIFF und so weiter). Vielleicht als Ergänzung zu den Soundformaten im Buch zu gebrauchen.
- DaubNet
DaubNet Fileformats Collection BMP: Einfache Sammlung an Informationen zum BMP-Dateiformat.
- Graphic-Image-File-Formats:
Englische Site eines kanadischen Colleges mit einigen Infos zu Grafikformaten als Kuismaterial.
- Fileformats FAQ-Graphics:
Frequently Asked Question Liste zu Grafikformaten.

Hilfestellung zu den verschiedenen Dateiformaten liefert das Internet zuhauf. Die Homepage von *galileocomputing* hat eine Linkliste zusammengestellt, die über den oben angeführten Hyperlink aufgerufen werden kann.

nicht abwärtskompatibel ist und niemand sicher sein kann, ob der Empfänger einer mit der neuesten Programmversion erzeugten „doc-Datei“ ebenfalls über das neueste Word-Programm verfügt. Zum anderen bergen „doc-Dateien“ das Risiko, dass sie so genannte Macro-Viren enthalten können. Aus diesem Grunde lassen sich in einigen Unternehmen „doc-Dateien“ erst gar nicht öffnen. Noch ehe sie zum Adressaten gelangen können, werden sie von den Sicherheitsbarrieren des Firmen-Netzwerks abgefangen. Statt dieses Word-eigenen Dateiformats sollten Texte also als RTF- oder PDF-Dateien versandt werden.

Exe-Dateien

Gänzlich abzuraten ist vom Versand von „exe-Dateien“, da es sich bei ihnen um sich selbstausführende Programme handelt. Auch 0190er-Dialer sind exe-Dateien – die Versuchung, eine exe-Datei zu öffnen, dürfte also enorm gering sein. Vorausgesetzt die Firewall eines Unternehmens lässt solche Dateien überhaupt durch. Denn zumeist sorgen die vom Rechenzentrum getroffenen Sicherheitsvorkehrungen bereits dafür, daß „exe-Dateien“ erst gar nicht in ein persönliches Postfach gelangen, sondern gleich in den digitalen Mülleimer.

Zu den exe-Dateien zählen auch selbstextrahierende ZIP-Dateien. Hier handelt es sich um ein Komprimierungsformat, das sich großer Beliebtheit in der Windows-Gemeinde erfreut, aber in einer Bewerbungs-Mail nichts zu suchen hat.

Wer auf eine ZIP-Datei angewiesen ist, hat ohnehin zuviel in seine Mappe gesteckt. Denn mehr als ein Megabyte (1 MB) sollte eine Bewerbungsmail nicht umfassen. Der Spruch: „Weniger ist manchmal mehr“, gilt in diesem Fall ganz besonders.

PDF-Dateien

Absolut auf der sicheren Seite ist man mit den PDF- (Portable-Document-Format)-Dateien. Ob Text mit oder ohne Bild, alles lässt sich in PDF-Dateien umwandeln. Entwickelt hat dieses Format die Firma Adobe. Und wer PDF-Dateien erzeugen will, benutzt üblicherweise das rund 430 Euro teure Adobe-Programm „Acrobat“ – nicht zu verwechseln mit dem kostenlos erhältlichen Acrobat-Reader.

Aber es gibt auch Möglichkeiten PDF-Dateien zu erzeugen, ohne die 430 Euro auszugeben.

So bieten manche Copy-Shops im Umfeld von Universitäten einen Scan- und Konvertierungsservice an. Diese Dienstleistung macht es möglich, die eigenen Texte und die mit der Mailbewerbung zu versendenden Zeugnisdokumente erst einzuscannen und dann zu einer PDF-Datei umzuwandeln.

Die zweite Lösung ist die Verwendung des PDF-Creators auf dem eigenen Rechner. Zum Verwalten der eigenen Zeugnisse und anderen Zertifikate gibt es auch schon Programme, die nur ein Bruchteil vom großen Vorbild namens Acrobat kosten. Wer sich für die preisgünstigere Variante interessiert, sollte dem

untenstehenden Hyperlink folgen und nachsehen, ob das 29 Euro-Programm für seine Zwecke ausreicht.

<http://www.iteksoft.com/modules.php?op=modload&name=Sections&file=index&req=viewarticle&artid=18>

Feedback einholen

Dass die Mailbewerbung mitsamt aller beigefügten Dateien zu sichern ist, versteht sich von selbst.

Nicht so einfach fällt vielen Bewerbern die Antwort auf die Frage: Wie lange muss ich auf eine Antwort warten? Dabei ist die Antwort ebenso schnell gefunden wie es sich bei der eMail um das schnellste schriftliche Kommunikationsmedium handelt: Nach vier bis fünf Tagen ist eine Nachfrage gestattet.

Um zumindest den Eingang der eMail-Bewerbung bestätigt zu bekommen, sollten Bewerber eine diesbezügliche Bitte in ihre Mail – am besten in der Signatur – aufnehmen. Diese Formel kann so lauten: „Ich bitte Sie freundlichst um eine kurze Mail-Bestätigung meines Bewerbungseingangs bis zum XX.XX.XXXX (fünf Tage nach Bewerbungsversand).

Wird darauf nicht reagiert, auf jeden Fall anrufen und nachfragen.

Manche Mail-Programme verfügen über eine Einstellmöglichkeit, mit deren Hilfe der Absender prüfen kann, ob die Mail zugestellt und unter Umständen sogar gelesen worden ist.

Ein Verzicht hierauf ist angeraten. Wer nämlich eine postalische Bewerbung per Einschreiben mit Rückschein verschickt, artikuliert großes Misstrauen gegenüber dem Adressaten. Mit dem soeben erwähnten Mail-Programm-Feature verhält es sich nicht anders. Mit der oben genannten Formel hingegen vergibt man sich nichts und beweist seine Professionalität.

Eigene Bewerbungshomepage

Eine weitere Art der „Online-Bewerbung“ ist die eigene Bewerbungshomepage.

Ob eine Website ausschließlich für den Zweck eine Anstellung zu finden, geeignet ist, hängt vom konkreten Einzelfall ab. Denn anders als die Internetauftritte von Unternehmen dürften Websites von Privatpersonen nur eingeschränkt aufgesucht werden. Entscheidend hierfür dürfte die Perspektive der anvisierten Zielgruppe sein.

Hierbei ist zu bedenken, daß Internetseiten nur dann aufgerufen werden, wenn zu erwarten ist, dass sie eine konkrete Information liefern können. So besuchen Studierende, wenn sie nach Fachinformationen suchen, vorrangig die Websites der für das jeweilige Studienfach maßgeblichen Fachzeitschriften und Buchverlage. Vor diesem Hintergrund wird auch klar, warum in diesem Zusammenhang die Rede ist von Webangeboten. Der Betreiber einer Website liefert ein Web(informations)angebot.

Bevor die Entscheidung für eine „Bewerbungshomepage“ getroffen wird, sind zwei grundlegende Fragen zu stellen. Erstens: „Welches Informationsangebot liefert meine Bewerbungshomepage?“, Zweitens: „Wie erfahren die von mir favorisierten Arbeitgeber von meiner Homepage?“ Wer darauf hofft, über eine Suchmaschine gefunden zu werden, dürfte nur geringe Erfolgsaussichten haben. So liefert eine Suchanfrage mit dem Begriff „Bewerbungshomepage“ bei Google.de allein für Deutschland knapp 11.000 Einträge.

Informationsangebote von Bewerbern



Zwei völlig unterschiedliche Konzepte für eine Bewerbungshomepage. Links wirbt eine Freie Journalistin für sich. Rechts sucht ein Naturwissenschaftler eine Anstellung.



Grundsätzlich informiert eine Bewerbungshomepage lediglich über die Dinge, die auch in einer Bewerbungsmappe zu finden sind. Also sollte eine solche Homepage zumindest den Lebenslauf wiedergeben. Bereits hier stellt sich die Frage, ob man seinen Lebenslauf übers World Wide Web tatsächlich einer Weltöffentlichkeit zugänglich machen möchte. Wer dies verneint und sich für einen „Password geschützten Bereich“ entscheidet, um seinen Lebenslauf nur berechtigten Homepagebesuchern zugänglich zu machen, steht nun vor der Frage: „Welche Informationen liefert denn eine dergestalt „zensierte“ Homepage überhaupt noch?“

Nur wer auf diese Frage eine Antwort parat hat, kommt auch über eine weitere Hürde hinweg. Nämlich die, dass sich eine Bewerbungshomepage an eine un-

bestimmte Zahl von Lesern richtet. So scheidet eine gezielte Ansprache eines bestimmten Arbeitgebers von vornherein aus. Eine Bewerbungshomepage kann eben nicht das oben erwähnte „Anschreiben an einen konkreten Arbeitgeber“ enthalten. Dies würde nur dann gelingen, wenn man vorhersehen könnte, wie künftige Stellenprofile aussehen werden. Das dürfte allenfalls Hellsehern gelingen.

Das einzige, was sich mit der Bewerbungshomepage erreichen lässt, ist die Erstellung eines Bewerberprofils für bestimmte Berufssparten und – sofern möglich – für bestimmte Branchen. Aber auch das dürfte nur dann möglich sein, wenn der Urheber einer Bewerbungshomepage seinen Lebenslauf veröffentlicht. Wer indes nicht jedem seine Vita offenlegen will, befindet sich schnell in einem Dilemma, aus dem eine personenzentrierte Homepage nicht herausführt. Völlig ausweglos ist die Situation indes nicht. Schließlich kommt es auch hier auf die richtige Strategie an.

Wann lohnt sich eine Bewerbungshomepage?

Gleichwohl kann eine Bewerbungshomepage ein geeignetes Mittel sein, um Arbeitgeber für sich zu interessieren.

Das klappt zweifelsfrei dann, wenn ein Bewerber mit einer hervorragend programmierten Homepage glänzen kann. Mithin sollten jene, die im Bereich der Informations- und Kommunikationstechnik (IuK-Branche) arbeiten wollen, eine Bewerbungshomepage erwägen. Denn mit Hilfe einer Bewerbungshomepage können solche Bewerber ihre EDV- und Programmierkenntnisse bestens unter Beweis stellen. Wer etwa eine Homepage baut, die auf allen Betriebssystemen und mit unterschiedlichen Webbrowsern harmoniert und überdies nicht an Sicherheitsvorkehrungen wie einer Firewall scheitert, stellt seine Fachkompetenz gebührend unter Beweis. Außerdem dokumentiert der Urheber mit seiner Homepage, dass er Kundenorientierung nicht nur aus dem Lehrbuch kennt, sondern auch anzuwenden weiß. Andererseits dürfte es einen Interessenten (potenzieller Arbeitgeber) nur wenig begeistern, wenn er statt einer vollständigen Homepage nur Fragmente einer solchen oder die Aufforderung zur Installierung neuer Plug-Ins auf seinem Monitor zu sehen bekommt. Genau das geschieht aber, wenn bestimmte Java-Skripten, Active-X oder Flash-Elemente eingebaut werden

Informatiker und Programmierer, Designer, Ingenieure sowie sämtliche anderen Absolventen mit dem Wunsch nach einer Anstellung in der IuK-Branche sollten dies beachten, wenn sie sich für eine Bewerbungshomepage entscheiden.

Welche Informationen für die Bewerbungshomepage?

Abgesehen von den soeben eher technik-zentrierten Ausführungen bleibt noch zu beantworten, welche Inhalte eine Bewerbungshomepage haben sollte. Eine Frage, die auch jene zu beantworten haben, die nicht zu den – nennen wir sie mal – IuK-Berufsgruppen gehören.

Denn auch für Juristen, Ökonomen, Historiker und Politologen bietet eine Homepage viele Möglichkeiten zur Werbung in eigener Sache. Der Schwerpunkt liegt hier

Impressum

Ass. Johannes Stich
Gleisshammerstr. 134
90480 Nürnberg

Tel. 0911-54 06 777
E-Mail: stich@zurecht.de

Rechtsanwalt Stich hat bereits als Student eine umfangreiche Homepage gebaut.

naturgemäß bei einer fachspezifischen Homepage. Ein gelungenes Beispiel hierfür stellt die Homepage des Juristen *Michael Stich* dar. Dieser hat sich die Mühe gemacht, eine profunde Sammlung von Webadressen zum Thema Rechtswissenschaft und Rechtsprechung anzulegen und zu veröffentlichen.

Statt Lebenslauf und Qualifikationsprofil präsentiert der Jurist Stich auf seiner Homepage „www.zurecht.de“ eine der umfangreichsten Hyperlink-sammlungen zum Thema Recht.



Dieses Beispiel zeigt, dass es nicht immer eine ausschließlich zu Bewerbungszwecken konzipierte Homepage sein muss, um sich und seine Kenntnisse über das World Wide Web bekannt- und für sich Werbung zu machen.

Wer ähnlich wie der Jurist Stich eine thematisch ausgerichtete Homepage ins Netz stellen möchte, muss naturgemäß ein Thema entwickeln, das er im Web publizieren möchte. Was spricht dagegen, das Thema der Diplomarbeit eigens fürs Web aufzubereiten und ins Internet zu stellen? Biographische Daten lassen sich dann immer noch auf der Homepage unterbringen.

Dass ein derartiges Verfahren durchaus zu beruflichem Erfolg führen kann, zeigt ein weiteres Beispiel. So hat der auf Webseiten-Erstellung spezialisierte *Stefan Münz* vor einigen Jahren eine Homepage namens „**Self-html.de**“ ins Netz gestellt. Anschließend erlaubte er verschiedenen Computer-Fachzeitschriften die Verbreitung seiner Homepage-Dateien auf CD-ROM, was letztlich dazu führte, dass ein Buchverlag auf die Website von Münz aufmerksam wurde. Heute ist der Homepage-Entwickler *Münz* beim *Franzis-Verlag* als Autor für Bücher zur Webseiten-Programmierung unter Vertrag.

Wie mache ich meine Homepage bekannt?

Es versteht sich von selbst, dass eine Homepage gezielt beworben werden muss. Diese Arbeit nehmen einem die Suchmaschinen und Webkataloge nicht ab. Fachzeitschriften zum Internet-Publishing informieren regelmäßig darüber, wie man seine eigene Homepage im Ranking der Internet-Suchdienste bestmöglich platziert. Hier auf die technischen Details einzugehen, würde den Rahmen dieses Buches sprengen. Eine gelungene Kurzdarstellung zu diesem Thema gibt es indes unter: <http://www.website-tipps.de/registration-sample-d.htm>

Abgesehen von technischen Tricks und Kniffen gilt: Eine Themen-Homepage ist leichter zu bewerben als eine reine „Bewerbungs-Homepage“. Je nach

Thema kann es passieren, dass Homepages zu einem Thema sogar in der Presse erwähnt werden.

Urheber von Homepages, die schlichtweg nur zu Bewerbungszwecken existieren, brauchen die Hoffnung, in einer Zeitung erwähnt zu werden, nicht zu hegen.

Wem die webgerechte Aufbereitung eines Themas als zu ambitioniert erscheint, sollte andere Wege nutzen, um seine Homepage bekannt zu machen. So bieten sich Netzwerk-Mitgliedschaften ebenso an wie ein regelmäßiges Posting von Nachrichten in USENET-Gruppen. Eine Visitenkarte kann wertvolle Dienste leisten, wenn es gilt, neue Besucher auf die eigene Homepage zu locken. Visitenkarten streut man bei Netzwerk-Treffen und anderen Zusammenkünften unters Volk.

Wer generell auf eine themenzentrierte Homepage verzichten und stattdessen eine Bewerbungshomepage als Ergänzung zu vorangegangenen Mail-Bewerbungen nutzen möchte, kann dies tun. Allerdings sollte man in diesem Fall bedenken, dass Personalverantwortliche ungern mehr als eine Minute Zeit auf eine Bewerbung verwenden. Nur unverbesserliche Optimisten werden glauben, dass ein in der eMail enthaltener Hinweis auf eine Bewerbungshomepage vom Personalchef tatsächlich aufgerufen wird.

Etwas anderes ist allenfalls bei einer Initiativbewerbung vorstellbar. Insbesondere wenn der Bewerber über eine Reihe von Fachveröffentlichungen oder verschiedene Arbeitsproben verfügt, kommt eine Bewerbungshomepage als Ergänzung zur eMail-Bewerbung in Frage.

Fazit

Macht schon das Erstellen einer Bewerbungsmappe eine Menge Arbeit, wächst der Aufwand nochmals erheblich, wenn eine Homepage die Bewerbungsaktivitäten unterstützen soll. Aufwand und Ertrag muss jeder für sich saldieren. Eine überzeugende Web-Performance indes kann aber auch neue Chancen bringen.

Mit Blick auf die eMail-Bewerbung ist festzustellen, dass sie bereits eine von Bewerbern erwartete Kulturtechnik darstellt. Selbst wenn Personalchefs gerne eine Bewerbungsmappe in der Hand halten, wissen auch sie zusehends den Wert einer eMail-Bewerbung zu schätzen. Geht die Bewerbung dann noch in eine Datenbank – wie das bei den Formularbewerbungen regelmäßig der Fall ist – wird die Bewerberauswahl um ein Vielfaches ökonomischer.

Stipendiatinnen und Stipendiaten der Hans-Böckler-Stiftung soll dieses Buch und das Seminar „Karriere mit der Maus“ helfen, mit der neuen Situation besser umzugehen.

Anhang:

Jobbörsen im Internet

Das Internet erweist sich als reine Fundgrube in Sachen Jobbörsen. Dies ist schon seit längerem bekannt und so verwundert es nicht, wenn es Homepages gibt, die nahezu alle Jobbörsen auflisten.

Der Virtuelle Ortsverein der Sozialdemokratischen Partei stellt auf seiner Homepage eine solche Liste zur Verfügung. Zwar basiert sie auf älteren Angaben der Financial Times Deutschland, ist indes immer noch aktuell. Wer sich diese Liste ansieht, findet eine Vielzahl an Jobbörsen, die zudem nach Sachgebieten oder Branchen katalogisiert sind. Der Einfachheit halber sei auf diese Liste verwiesen. Der Hyperlink findet sich im nächsten Absatz. Dort finden sich auch Hyperlinks zu Webseiten mit Jobangeboten, die von der soeben genannten Liste noch nicht erfasst worden sind. Namentlich sind dies die Seiten „bioberufe.de“ und „newsroom.de“. Richtet sich erstere erkennbar an Biologen, finden bei der letzteren Adresse all jene Jobangebote, die sich für eine Tätigkeit bei den Medien interessieren.

Die Liste der Jobbörse beim Virtuellen Ortsverein findet sich unter:
<http://www.vov.de/links/infoboerse/jobboerse.html>

Biologen werden fündig unter:

<http://www.bioberufe.de>

und die an einem Job in den Medien interessierten sollten mal einen Blick auf folgende Seite werfen:

<http://www.newsroom.de>