

Warum Bewerbungen scheitern

Der Arbeitsmarkt ist in Bewegung. Täglich findet man Abbaumeldungen in der Presse: Telekom, Siemens, Opel, Lufthansa, Versicherungskonzerne, ja selbst NonProfit-Organisationen wie kirchliche Einrichtungen reduzieren ihr Personal aus Kostengründen.

Andererseits suchen Unternehmen händeringend nach Fachkräften, branchenabhängig sehr unterschiedlich. So mancher Bewerber (hier sei aus Gründen des generischen Maskulinums immer nur eine Spezies genannt) wundert sich allerdings, warum seine hervorragenden Erfahrungen und Qualifikationen nicht vom Arbeitsmarkt gewürdigt werden, warum er nicht mit Handkuss aufgrund seiner Biografie begrüßt wird. Der Grund? Bewerber sehen den Arbeitsmarkt nicht als einen Markt, bei dem nur Angebot und Nachfrage zählt – und sonst nichts.

Wer sich nicht ausreichend mit dem Markt und seinen „Produktanforderungen“ beschäftigt, der bleibt in endlosen Bewerbungsschleifen irgendwann frustriert hängen.

Die entscheidende Frage, die sich jeder Bewerber stellen muss: Was bin ich dem potenziellen Arbeitgeber wert?

Wie sieht es mit meiner Employability aus?

Fragen, die sich die meisten Bewerber wahrscheinlich nie stellten, als sie noch aus einem „sicheren“ Arbeitsverhältnis ihr Einkommen bezogen. Aus der Sicht eines Mitarbeiter Suchenden stellt sich aber, wie auf dem Markt, die Frage: „Was bringt mir der Einkauf des Produkts?“. Nun geht es bei unserem Thema zwar nicht um ein materielles Produkt, sondern um Menschen. Trotzdem gelten die klassischen Marktregeln, die Frage nach dem Nutzen des Einkaufs. Denn niemand stellt jemanden ein, damit er „von der Straße weg ist“. Man stellt jemanden ein, um mit ihm Geld zu verdienen.

Wie geht ein Bewerber nun am besten vor?

Der Bewerber muss möglichst alles über seine Stärken, Schwächen, Wünsche und Zukunftsvorstellungen wissen. Hier ist ein Gespräch mit Bekannten oder externen Beurteilern recht hilfreich (auch wenn es manchmal schmerzhaft sein kann). Sie möchten ja eine Stelle, die möglichst genau zu ihnen passt. Fragen Sie auch mal einen Kunden des Unternehmens nach den mit Ihrem potenziellen Arbeitgeber gemachten Erfahrungen. Gehen Sie bei Ihrem Vorstellungstermin auch einmal an Ihren zukünftigen Arbeitsplatz, sprechen Sie mit Ihren zukünftigen Kollegen. Zeigen Sie vor allem ein natürliches Selbstbewusstsein, denn Sie bieten ein einmaliges Produkt an, oder?

Wer signalisiert, dass er unbedingt (aus nachvollziehbaren Gründen) einen, und zwar diesen, Job benötigt, der hat bereits verloren. Und wer sich mit den Standard-Schlagworten wie jahrelange Erfahrung, Belastbarkeit, Flexibilität etc. sich anbietet, der zeigt wenig Kreativität.

Wer sich in die Situation seines Gegenübers (der ja auch „nur“ auf einer Gehaltsliste steht) hineinversetzen, ihm den Vorteil der Zusammenarbeit „verkaufen“ kann, der ist ein ganzes Stück weiter als derjenige, der nur von sich und seinen Erfahrungen berichtet. Denn häufig sind Erfahrungen, auf die man (zu Recht) stolz ist, eher eine Belastung – wenn sie heute nicht mehr benötigt werden.

Deshalb die Frage, die sich jeder Bewerber ernsthaft stellen muss: Warum sollte mich mein Gesprächspartner einstellen? Wie kann er mit mir in der Zukunft mehr Erfolg haben? Nur darum geht es bei einer Bewerbung.