

So macht man eine kreative Bewerbung



Bewerber brauchen bis fünf Stunden, um eine Bewerbung zu schreiben. Umso frustrierender ist es dann, wenn diese nicht den erwünschten Erfolg bringt. Neben der Erfüllung der Voraussetzungen für eine Stelle, verbessert man mit einer kreativen Bewerbung die Chancen auf den Job. Kreative Bewerbungen sind weder aufwendig noch schwierig. Mit den folgenden Tipps gelingt eine kreative erfolgsversprechende Bewerbung.

Ideen für kreative Bewerbungen

Fakt: Personalverantwortliche großer Unternehmen, erhalten täglich unzählige **Bewerbungen**. Es bleiben pro Bewerbung im Durchschnitt **zwei bis drei Minuten** zum Anschauen der Unterlagen. Bei über hundert Bewerbungen für eine Stelle wird schnell und kompromisslos aussortiert. Die **Bewerbung** kreativer zu gestalten hilft dabei, herauszustechen und aus der Masse der Bewerbungen und auf den ersten Blick aufzufallen. So setzt sich eine Bewerbung im Kopf des Personalverantwortlichen fest und wird ein zweites Mal genauer betrachtet.

Doch wie gestaltet man eine Bewerbung kreativ? Bevor man einen Grafikdesigner engagiert oder denkt, dass man das sowieso nicht kann, nur Mut. Eine kreative Bewerbung ist Auslegungssache und kann schon durch **kleine, aber effektive Veränderungen** Wirkung zeigen. Deswegen geben wir Tipps, wie Bewerbungen auch ohne Designstudium kreativer werden im Aussehen und Inhalt. Am Ende Beispiele von Bewerbern mit wirklich extrem kreativen Bewerbungen weit weg von Standard Lebenslauf und Anschreiben.

Vor einem übermotivierten Start, ein paar wichtige Hinweise vorweg:

- **Auffallen ist notwendig, aber noch nicht genug:** Jede Bewerbung, egal ob es sich um eine klassische oder kreative Bewerbung handelt, sollte konzeptionell auf den Wunschjob bzw. auf die Wunschfirma zugeschnitten sein. Dazu sollte man sich intensiv über das Unternehmen und die zu besetzende Position informieren. In traditionellen, eher konservativen Branchen und Unternehmen sollte man auf weniger als zu viel kreative Gestaltung der Bewerbungsunterlagen setzen.
- **Design und Inhalt:** Gerade für einen kreativen Beruf ist die Gestaltung einer Bewerbung entscheidend, dennoch kommt es immer auf den Inhalt an. Denn nur wegen einer hippen, auffallenden Bewerbung wird man noch lange nicht zum Vorstellungsgespräch eingeladen. Bevor Stunden damit verbracht werden, zwischen Icons zu entscheiden, die kreative

Bewerbung lieber noch einmal Korrektur lesen und die eigenen Stärken für die freie Stelle gezielt formulieren.

- **Klare Struktur geht vor Gestaltung:** Eine kreative Bewerbung zeichnet sich auch dadurch aus, dass Personalverantwortliche die wichtigsten Fakten in einer Bewerbung schnell finden und diese nicht in einem Meer aus Farben und Formen untergehen.
- **Weniger ist mehr und besser als zu viel:** Bei der grossen Auswahl von Farben und Schriftarten ist man schnell über das Ziel hinaus. Eine kreative Bewerbung ist nicht automatisch originell, weil sie bunt ist. In der Regel sollte man sich auf 3 Farbstufen und zwei Schriftarten beschränken.
- **Basis immer professionell:** Einfache Gestaltungselemente genügen, um Bewerbungen das gewisse Extra zu verleihen. Wir sind in einem Prozess von Arbeitsleistung und entsprechender Bezahlung und da ist Professionalität gefragt. Bling, Delphine, Einhörner oder andere unpassende Symbole und pseudodeutsche Wörter wirken nicht seriös.

Tipps für ein kreatives Anschreiben

Für weit mehr als die Hälfte der Personalverantwortlichen ist das **Anschreiben** immer noch ein sehr entscheidender Faktor in den Bewerbungsunterlagen. Sie lesen daraus, wie sorgfältig der Bewerber sich über den Job und die Unternehmung informiert hat. Es ist ein Ziel schon im Motivationsschreiben mit **kreativen Ideen** aufzufallen.

Clickbait für sich selbst nutzen

Wir alle kennen die „Klick-Köder“ Überschriften, die in den sozialen Netzwerken sehr gut für Klicks und dadurch Interesse sorgen. Natürlich sollte ein kreatives Anschreiben nicht anfangen mit „Das bringt auch Sie zum weinen“, aber ein bisschen Clickbait, wie der Ausdruck genannt wird, kann nicht schaden, um auf sich aufmerksam zu machen. Also fängt der erste Satz oder Titel nicht mit einer **Standardfloskel** an, sondern zum Beispiel mit einer knackigen Headline:

- „Der neue Mitarbeiter stellt sich vor“
- „15 Jahre unfallfrei auf dem Gabelstapler“
- „Jetzt geht’s los mit den Kunden Terminen“

Einer oder mehreren **Fragen**:

- Neue Kunden ansprechen und die Zielgruppe erweitern?
- Wie wird eine Social Media Strategie aufgebaut und erfolgreich umgesetzt?

Oder **Zahlen** sprechen lassen:

- Bei 85 Prozent der Logistik-Abläufe lassen sich Einsparungen erzielen.
- Drei von vier Kunden schätzen eine professionelle Beratung am Telefon.

Im Anschluss darauf eingehen was man mitbringt um diese Fragen, Zahlen und Aussagen zu bestätigen, lösen oder zu verbessern.

Zum Beispiel:

Unfälle mit Gabelstaplern kosten die Unternehmungen viel Geld. Ich bin sehr stark am Telefon und bekomme leicht Termine bei Kunden.

Neue Kunden ansprechen und die Zielgruppe erweitern? An meiner letzten Stelle im Verkauf bei ... war es meine Aufgabe, die Erschließung neuer Märkte für die Regionen AG/SO und SG und auch eine neue Zielgruppe für das Produkt zu gewinnen.

Schwächen zugeben

Eine weitere originelle Möglichkeit in der Bewerbung ist es, leicht von den **Standards** abzuweichen. So kann man neben Stärken auch **Schwächen** nennen. Oder man geht auf die **Stellenanzeige** ein und greift einen Punkt der Voraussetzungen auf, welcher nicht zu 100 Prozent erfüllt wird, aber durch andere Fähigkeiten kompensiert werden kann.

Fundierte Kenntnisse und Erfahrung in den Programmen Word und PowerPoint der MS Office Software 2013 sind in meinen Zertifikaten bestätigt. Für MS Excel habe ich bis jetzt gute Grundkenntnisse. Durch meine gute und schnelle Auffassungsgabe werde ich mich sicher in die komplexen Excel Anwendungen einarbeiten.

Es ist richtig und erfolgversprechend auch wenn es etwas sehr gewagt ist. Verpackt man seine Schwächen aber geschickt und nicht zu übertrieben, bestätigen Erhebungen, dass diese Ehrlichkeit sehr gut bei Personalverantwortlichen ankommt. Immer darauf vorbereitet sein, dass man auf diese Aussagen auch im Vorstellungsgespräch angesprochen wird.

Die Bedürfnisse der Unternehmen ansprechen

Ein weiterer Tipp für ein kreatives Anschreiben in der Bewerbung ist es, die **Bedürfnisse des Unternehmens** herauszufinden. Auch auf Schwachstellen hinweisen oder positive Erfahrungen dokumentieren, können die Chancen verbessern.

Wussten Sie, dass es drei Stunden dauert, bis man eine Antwort von Ihrem Kundenservice erhält? Bei Ihrem Konkurrenzunternehmen dauert es hingegen nur zwei Stunden. Kunden schätzen eine schnelle Reaktion bei Beschwerden oder Problemen. Mit meinen Erfahrungen aus meiner bisherigen Stelle kann ich Ihnen dabei helfen, die Reaktionszeit zu verringern.

Frau Müller im Shop an der Bahnhofstrasse ist für mich ein absolutes Vorbild. Sie wird auch von all meinen Bekannten als super Kompetent und äusserst freundlich sehr gelobt.

Es wird dadurch aufgezeigt, dass man sich intensiv mit dem Unternehmen, seinen Produkten oder seiner Dienstleistung auseinandergesetzt hat. Hier sollte nicht nur Kritik, sondern gute durchdachte Lösungsvorschläge gemacht werden.

Tipps für ein kreatives Design der Bewerbung

Neben dem Anschreiben in der Bewerbung, kann auch eine gesamte **Bewerbungsmappe** kreativer gestaltet und damit zum Blickfang werden. Hier kann zum Beispiel dem **Aufbau des Lebenslaufs** Aufmerksamkeit geschenkt werden, um der Bewerbung eine kreative Note zu geben.

Lebenslauf als Graphik gestalten

Soll die Kreativität in der Bewerbung zum Ausdruck kommen, gliedert man den Lebenslauf nicht starr untereinander, sondern erstellt z.B. eine **Timeline**. Das kann zum Beispiel eine Linie, ein Pfeil oder ein Diagramm sein, wo die einzelnen Lebenslaufstationen ersichtlich sind.



Corporate Design übernehmen

Auch kann die Bewerbung individueller und kreativer gestaltet werden, indem man das **Corporate Design** des Unternehmens, bei welchem man sich bewirbt, in der Bewerbung übernimmt. Hier kann man für die Bewerbung die gleichen Farben und Schriftart wählen oder man baut die Bewerbung nach dem Online-Auftritt des Unternehmens auf.

Kreative Ideen für Print-Bewerbungen

Für eine kreative Bewerbung im **Print-Journalismus** bietet sich die grafische Aufbereitung von Lebenslauf, Motivationsschreiben und Qualifikationen im **Zeitungsstil**. Auch Leseproben und das Bewerbungsfoto können auf diese Weise originell und ansprechend verpackt werden. Bei den „Schlagzeilen“ und Bildunterschriften kann man dann der Kreativität freien Lauf lassen.

Bei der Suche nach einer **Anstellung in einer Werbeagentur** stehen einem einige Möglichkeiten für eine kreative Bewerbung zur Verfügung. Es kann beispielsweise zielführend sein, an Unternehmen aus dieser Branche eine Art **Autogrammkarte** stilecht mit Bild, Unterschrift und den wichtigsten Eckdaten zu dem Werdegang und den Qualifikationen zu senden.

Doch auch abseits der medialen Berufszweige kann man durch kreative Bewerbungen Eindruck schinden. Ein Arbeitssuchender bewarb sich in der **Gastronomie** und hatte dabei mit einem in einer Pfanne verpackten Lebenslauf Erfolg. Eine andere kreative Möglichkeit stellt eine als Speisekarte aufbereitete Bewerbung dar.

Achtung! diese Fehler bei den kreativen Bewerbungen vermeiden.

Bei dem ganzen Aufwand, der in kreative Bewerbung gesteckt wird, darf nicht über das Ziel hinausgeschossen werden.

- Das **Bewerbungsbild** sollte professionell und Standard bleiben! Ist das Bewerbungsfoto bei einem professionellen Fotografen gemacht worden, sollte es nicht bearbeitet werden. Auch Kollegen können gute Bilder machen. **Wichtig** ist, das Bild muss mir selber gefallen und man muss überzeugt sein, dass es Werbewirksam für den gesuchten Job ist. Durch andere Personen das Foto bestätigen lassen.
- An **Grundstrukturen und den Aufbau** sollte nicht wesentlich verändert werden. Der Lebenslauf ist so aufgepeppt, dass man diesen an den Anfang stellen möchte? Beim klassischen Aufbau bleiben: Deckblatt, Anschreiben, Lebenslauf, Zeugnisse
- Die **Grösse** der Bewerbung sollte trotz eingefügten Grafiken **5 MB** nicht überschreiten.

Speziell kreative Bewerbungen

Immer mehr Personalverantwortliche nutzen **Social Medien**, um die gewünschte **Zielgruppe** für zu besetzende Stellen zu erreichen. Auch für Facebook-affine Bewerber bietet sich die neue Facebook-Timeline als Lebenslauf an. Dazu kann ein **zweites Profil** angelegt werden, mit dem man Kontakte mit den Wunschunternehmen knüpft.

Auf eine kreative Weise hat ein Bewerber die Möglichkeiten von Facebook ausgeschöpft. Er ergänzte sein Profil um eine Bilderserie, in der er sich, seine Motivation und seine Qualifikationen darstellt.

Ein Beispiel für eine kreative Bewerbung stellt die **Guerilla-Bewerbung** eines Franzosen dar. Er versendete ein Foto von sich mit integriertem QR-Code. Beim Einscannen des Codes per Smart-Phone wird ein Bewerbungs-Video abgespielt.

Nicht minder kreativ zeigte sich ein Amerikaner mit seiner Idee, das **Ego-Googlen** von namhaften Agentur-Chefs für Bewerbungszwecke auszunutzen. Über Google Adwords (für 6 Dollar) platzierte er den Werberuf: „**Googling yourself is a lot of fun. Hiring me is fun, too.**“ Dieser erschien dann, wenn die besagten Agentur-Chefs ihren eigenen Namen durch den **Google** Such-Algorithmus schickten.

Sehr gewagt war die **Bewerbungs-Aktion** eines jungen kreativen australischen Duo's, dass sich unter einem **Pseudonym** in die .com-Domänen von mehreren Kreativ-Direktoren einhackte. Auf der Website standen diese sich dann einer „Lösegeldforderung“ in Form eines Vorstellungsgesprächs gegenüber.