

# Das Anschreiben: Knapp, informativ & sehr sympathisch

Jetzt wissen Sie schon das Wichtigste über Werbung und Direct Marketing. Bevor wir ans Umsetzen gehen, kommt hier der heilige Satz aller Kommunikation, der für Sie beim BeWerben ungeheuer wichtig wird:

## Man kann nicht nicht kommunizieren!

Der heilige Gral der Kommunikation stammt aus dem Klassikerbuch *Menschliche Kommunikation* von Watzlawick / Beavin / Jackson (vgl. Bibliografie). Er besagt nichts anderes, als dass wir mit allem, was wir sind, darstellen, tun, sagen oder nicht sagen, immer kommunizieren: Mit jeder Faser und Zuckung des Körpers, mit Händen und Füßen, dem Gesicht, dem Hemd, dem Zigarettenetui, der Handschrift, der Wohnung, dem Hund, dem Auto etc. Natürlich auch mit allem, was wir sagen und worüber wir schweigen.

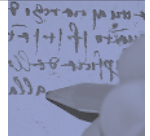
SIE SIND IMMER AUF  
SENDUNG, OB SIE  
WOLLEN ODER NICHT!

Es ist unmöglich, nicht zu kommunizieren. Das muss Ihnen klar sein: Mit jedem kleinsten Detail in Sachen BeWerbung senden Sie mehr oder weniger klare und eindeutige Botschaften aus, mit allem, selbst mit der Schrift in Ihren Unterlagen oder dem Ring an Ihrem Ohr oder dem Klopfen an der Tür. Mit ALLEM und IMMER!

Aber wie wir ja jetzt wissen, braucht uns das nicht zu beunruhigen, denn es gibt uns ja auch eine grosse Macht über das Denken und Fühlen all derer, mit denen wir kommunizieren.

## Anschreiben, die unter die Haut gehen

Wie Sie die ersten positiven Botschaften senden können, das möchte ich Ihnen im Folgenden zeigen: Ihr BeWerbungsschreiben ist das Erste, was ein Personalmensch von Ihnen zu hören und zu sehen kriegt. Wir kennen sehr viele Personalmenschen, die das Anschreiben sehr bewusst lesen und zwischen den Zeilen herauslauschen wollen, was da wohl für ein Mensch zu ihnen spricht. Und zwischen den Zeilen steht ganz enorm viel drin. Hier prägen Sie bereits den Grundeindruck, hier erzeugen Sie den intuitiven, ersten



Eindruck, die Grundstimmung, den *primacy effect*. Sie erschaffen diese Stimmung mit dem, was und wie Sie schreiben. Denken Sie an den stillen Dialog. Schreiben Sie deshalb was Angenehmes, was Nettes, Sympathisches, Originelles, damit man merkt, dass Sie sich Mühe genommen haben und dass Sie kein 08-15-Typ sind. Schreiben Sie das, was den Personalmenschen interessiert, nix Belangloses und Nebensächliches. Denken Sie an die Erfolgsformel: Werbeerfolg = Verstärker – Langeweile – Filter!

Schauen wir uns drei Beispiele aus unserer Personalberater-Praxis an. Verwechslungen mit lebenden Personen sind beabsichtigt und unvermeidlich. Beobachten Sie beim Lesen unbedingt aufmerksam, was in Ihnen vorgeht, Ihre Reaktionen, Gefühle, Eindrücke! Denn was in Ihnen vorgeht, das geht auch in jedem Personalmenschen vor, der diese Zeilen liest. Denken Sie daran: Personalmenschen sind irgendwie auch bloss Menschen.

Gehen wir davon aus, wir suchen eine/n VerkäuferIn für unser Geschäft. Lesen wir einmal ein paar Anschreiben durch:

PERSONALMENSCHEN  
SIND AUCH IRGENDWIE  
BLOSS MENSCHEN

### Beispiel 1: Norbi Normal

Sehr geehrter Herr Recrutti:

Mit grossem Interesse habe ich Ihr Inserat im Lützelflüh-Boten vom Samstag gelesen, in dem Sie einen Verkäufer suchen. Diese Aufgabe interessiert mich sehr und ich bewerbe mich hiermit um diese Stelle. Sie finden in der Beilage meinen Lebenslauf.

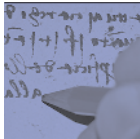
Gerne würde ich mich bei Ihnen vorstellen und erwarte Ihren Anruf.

Mit vorzüglicher Hochachtung

Norbert Normal

Na, wie fühlen Sie sich, wenn Sie das lesen? Ehrlich! Ich kann es Ihnen sagen: Sie fühlen gar nichts, ausser Valium im Frühstadium! Nichts passiert. Jedenfalls nichts Grossartiges. Es wird Ihnen eher sterbenslangweilig. Sie entwickeln schon beim ersten Satz dieses Anschreibens innere Barrieren, und die Motivation weiterzulesen, sinkt auf Null. Aus dem einfachen Grund, weil so 97 von 100 BeWerbungsschreiben formuliert sind. Und wenn Sie davon ein paar Tausend gelesen haben (was bei mir armem Wicht der Fall ist), dann wirds Ihnen elend ums Herz und Sie denken: "Oh, Gott, schon wieder so ein graumäusiger Mensch, der aus einem schlechten BeWerbungsbuch so 'nen Larifari-Brief abgeschrieben hat" oder so was Nettes.

Und wenn mir einer in drei Zeilen etwas sagt, was ich ohnehin



GRAUMÄUSIGKEIT  
IST KEIN KNÜLLER!

schon weiss, dann ist das reine Zeitverschwendung – und meine Zeit ist sehr kostbar. Ich als Personalmann weiss nämlich sehr gut, dass ich inseriert habe. Und dass ich einen Verkäufer suche, das weiss ich auch. Dass Norbi Normal sich bewerben und sich vorstellen will, das weiss ich ebenfalls, wozu im Gottes willen hätte er mir sonst seine Unterlagen geschickt. Warum erzählt er mir das alles? Hält der mich für blöd? Wie fuurchtbaaar langweilig.

Wenn Sie den Grundeindruck eines langweiligen, mutlosen, unoriginellen und desinteressierten Menschen machen wollen, dann schreiben Sie ruhig so wie Norbi Normal. In einem Stapel von 100 Bewerbungsdossiers werden Sie damit jedoch keinen Blumentopf gewinnen können und in der Masse der grauen Mäuse untergehen. Schade um die verpasste Chance, den Personalmann für sich einzunehmen, eine gute Stimmung, Spannung und Neugierde zu wecken und ihm schon ein paar saftige Häppchen substanzialer Infos zu liefern. Und dann dieses *Hochachtungs-Zeugs...*

### Fazit

Ich als Personalchef bin schon jetzt leise auf einen eher langweiligen Menschen eingestimmt, der wenig Fantasie und Pepp hat, und wohl kaum der zukünftige Verkäufer meiner Produkte werden dürfte. Auch wenn ich das nicht bewusst denke, die Stimmung ist bereits da – erzeugt von Norbert Normal und schon im ersten, ach so normalen Satz. Alles, was folgt, werde ich jetzt überprüfen im Hinblick auf diesen ersten Eindruck. Und ich werde mit Sicherheit Anhaltspunkte finden, die diesen Eindruck bestätigen und verstärken. Die Chance ist vertan.

Und dann noch dieses *Hochachtungs-Zeugs...* (Hab ichs schon gesagt?)

### Beispiel 2: Francesco Pessimisto

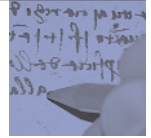
Sehr geehrter Herr Recrutti

Ich bin leider kein sehr erfahrener Verkäufer, brauche aber dringend Arbeit, denn ich bin seit 6 Monaten arbeitslos. Ich war im Kaufhaus Niederer als Rayonleiter, aber die Rezession hat uns arg zugesetzt und ich musste gehen.

Seither suche ich vergeblich Arbeit und hoffe, bei Ihnen eine solche zu finden.

Demütigst

Francesco Pessimisto



Na, was meinen Sie dazu? Spüren Sie, wie es Ihnen das Herz zusammenkrampft und Sie intuitiv bereits den Papierkorb unter dem Tisch hervorziehen? Ich will doch einen Verkäufer, der meine Produkte verkauft und da kommt Herr Pessimisto daher und will meine Hilfe. Ich brauche selber Unterstützung, ich brauche einen Super-Verkäufer, der mir und meinem Laden über die Rezession hinweghilft und keinen rezessionsgeschädigten armen Teufel, der mir noch mehr Probleme macht, als ich ohnehin schon habe! Den kann ich beim besten Willen nicht auf meine Kunden loslassen. usw. usw. Das denkt und fühlt der Personalmensch und schon ist das Rennen gelaufen. Schade ums Geld und die Arbeit! Für beide! Und vor allem: Schade für die unnötige Enttäuschung über die Absage, die Herr Pessimisto erhält – und die erhält er so sicher, wie das Amen in der Kirche.

**IHRE BEWERBUNG IST  
KEIN SPENDENAUFRAF!**

Woran liegt das? Es liegt an den Filtern, die Pessimisto so systematisch gebraucht, dass man Tränen in die Augen kriegt:

**leider – kein sehr erfahrener Verkäufer – dringend – Arbeit – arbeitslos – Niederer – Rezession – arg zugesetzt – musste gehen – vergeblich – hoffe.**

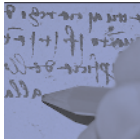
So geht das nicht, merken Sie's? Der Brief ist übrigens echt, bis auf das *demütigt*, ich konnt's mir nicht verkneifen – sorry.

Seien Sie mir nicht böse wegen der knallharten Sprache, mit der ich hier auftrete. Arbeitslosigkeit ist kein Witz, sondern sehr problematisch, das weiss ich bestens. Aber es nützt Ihnen nichts, verzärtelt zu werden: Sie *dürfen* nicht so schreiben, wie Pessimisto, auch wenns Ihnen noch so schlecht geht. Es nützt Ihnen nichts!

## **Fazit**

Beachten Sie die Stimmung, die Sie erzeugen. Und denken Sie immer daran: Einziges Ziel des Personalmenschen ist die optimale Besetzung seiner Stelle. Wenn er das nicht richtig macht, ist er bald selber arbeitslos. Sie müssen ihn davon überzeugen, dass Sie eine echte Option sind. Keine Stelle wird aus Mitleid, Nächstenliebe, Trauer, Hoffnung oder sonst was besetzt. Das ist zwar nicht gerade schön und paradiesisch, aber es ist so. Und wir habens ja auch in der Hand, etwas dafür zu tun!

Wenn Sie das nächste Beispiel lesen, wird Sie's vielleicht umhauen, Sie werdens allenfalls überrissen finden. Aber lesen Sie's mit den Augen eines Personalmenschen oder Geschäftsinhabers, der eine Verkäuferin sucht, dann wird Ihnen ein Licht aufgehen:



### Beispiel 3: Francisca Fortuna

Sehr geehrter Herr Recrutti

Sie haben ein wunderbares Geschäft, die Dekoration fällt jedem auf, der Sinn hat für das Schöne. Kompliment! Ich wäre deshalb sehr stolz darauf, in Ihr Team aufgenommen zu werden. Ich werde mein Bestes geben. In meiner bisher kurzen, aber höchst intensiven Berufslaufbahn habe ich vieles gelernt, was es für die erfolgreiche Kundenberatung braucht. Die vergangenen sechs Monate habe ich genutzt, um meinem neuen Arbeitgeber auch ein paar anerkannte Diplome vorweisen zu können. Diese wirklich überraschenden Verkaufstrainings waren eine echte Bereicherung. Aber darüber werde ich Ihnen gerne in einem persönlichen Gespräch im Detail berichten. Erste wichtige Informationen finden Sie im Lebenslauf.

Freundliche Grüße

Francisca Fortuna

#### DIE SONNE GEHT AUF!

Was kommt da für eine Verkäuferin daher? Aus finsterner Nacht wird endlich Tag! Halleluja: Die Sonne geht auf! Spüren Sie es? Da lobt mich jemand für mein Geschäft und die *Dekoration* und für meinen *guten Geschmack* und wäre sogar noch *stolz*, für mich zu arbeiten. Ich weiss im Kopf zwar genau, dass sie mich nur einlullen will, aber mein Herz freut sich trotzdem. Und da ist jemand *begeistert* und will *sein Bestes geben*, hat Initiative und *lernt Überraschendes*. Was sind das für *Diplome*? Diese Unterlagen muss ich genau studieren. Diese Frau muss ich sehen.

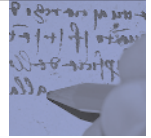
Und so geht er hin, der Personalmensch, und liest voller Neugierde und mit stolzgeschwellter Brust weiter, obwohl er gar nicht mehr müsste, denn sein Herz hat bereits JAJAJAJA gesagt und seine Hand liegt schon auf dem Telefonhörer.

Das liegt an der geballten Ladung Verstärker, die unsere gute Frau Fortuna braucht, das macht sie wirklich perfekt. Vielleicht ein bisschen übertrieben hat ds Fränzi schon, zugegeben, aber mit Power kommt sie daher, diese Frau, orginell ist sie, Mühe gegeben hat sie sich auch. Ob ich will oder nicht: Als Personalmensch muss ich sie auf jeden Fall einbeziehen in die engste Wahl. Und damit hat sie ihr Ziel erreicht, die gute Francisca. Vielleicht ein bisschen laut, diese Werbebotschaft, aber hier sicher unterhalb der Schmerzschwelle!

#### Fazit

Schreiben Sie ein bisschen fürs Herz und ein bisschen für den Verstand. Schreiben Sie für den Personalmenschen, schreiben Sie über das, was für *ihn* aus *seiner* Perspektive wichtig ist. Seien Sie ruhig ein bisschen mutig und orginell. Brauchen Sie soviele Verstärker,

wie reinpassen und verstecken Sie sich nicht hinter irgendwelchen platten Konventionen:



### Hinter Konventionen sind Sie nicht erkennbar!

Die Personalmenschen werden Ihnen mit Wohlwollen danken. Sie müssen ja nicht gerade so zuschlagen wie Francisca, aber in dieser Richtung liegt die Lösung. 100-prozentig. Ich garantier's Ihnen! Ach ja, da fällt mir noch ein:

#### Kleiner philosophischer Ausflug

Dieses Rezept gilt übrigens nicht nur für Bewerbungsschreiben, es gilt für alles, was Sie sagen, schreiben, denken und fühlen. Trainieren Sie, alles was Sie denken und sagen, in wohlwollenden Worten zu sagen. Üben Sie, in allem weniger Guten auch das Gute zu sehen und es zu sagen und zu denken.

Reden Sie vor allem auch mit sich selbst nicht wie mit einem Halunken, wie das viele Menschen tun, sondern auf die nette, liebe, ehrliche, verständnisvolle und lebendige Art. Sie werden ein glücklicherer Mensch sein. Versprochen! Wenn Sie noch mehr Interesse an dieser Frage haben: Im Kapitel Coach Yourself präsentieren wir Ihnen ein paar Techniken, mit denen Sie es nicht mehr aushalten vor lauter guter Laune und Erfolg. Das Leben kann unerträglich Spass machen. Passen Sie also auf!

DU BIST DER  
WERTVOLLSTE MENSCH  
IN DEINEM LEBEN

#### Sehr geehrter Herr Müllhaus

Ach, fast hätt ichs vergessen: Kein Anschreiben ohne *konkreten* und *korrekt* geschriebenen Namen der *richtigen* Kontaktperson. Das beliebteste Wort für jeden Menschen ist der eigene Name, obwohl man den ja wirklich genügsam kennt. Wer diesen persönlichen Schatz verhunzt, der macht einen groben Fehler und verletzt gewissermassen die Identität des Angesprochenen.

Unterlassen Sie also dringend so Floskeln wie *Sehr geehrte Damen und Herren*. Und schreiben Sie den Namen unbedingt richtig. Das übelste, was ich je gekriegt habe, war *Sehr geehrter Herr Müllhaus*. Ich war entsetzt, mein stolzer Name so geschändet, schwarz auf weiss. Der Übeltäter musste es bitter büssen. Wenn Sie nicht sicher sind, dann rufen Sie an und lassen Sie es sich buchstabieren!

WENN ICH EIN  
MÜLLHAUS WÄR...

# DOS & DON'Ts

Hier die wichtigsten Tugenden und Sünden zum Texten eines knackigen Anschreibens, übrigens auf viele Textarten in der Business-Welt wie E-Mails, Protokolle etc. anwendbar:

## DOS Formales

- KISS: *Keep it short, simple & stupid*, also nicht länger als eine Seite.
- Immer mit dem *richtigen* und *korrekt* geschriebenen Namen ansprechen.

## DOS Werbung

- Die Welt vom Personalmenschen aus sehen und schreiben, was ihn interessiert. Ihr Anschreiben ist für ihn!
- Die drei wichtigsten Vorzüge, warum Sie top sind für den Job, ins Zentrum des Anschreibens.
- Das wichtigste hervorheben: Unterstreichen, **fettdrucken** oder als tabellarische Liste in die Mitte des Blattes.
- Verstärker rein, was das Zeug hält. Je mehr, desto wirkungsvoller!
- Persönlichen, authentischen Stil entwickeln, damit Sie mit Haut und Haaren überkommen.
- Optimismus versprühen, wo's geht!
- Lautstärke richtig voll aufdrehen. Lass krachen!

## DON'Ts Formales

- Keine romanesken Elegien, drei Seiten sind verboten; zwei nur knapp erlaubt!
- Keine Floskeln à la "Sehr geehrte Damen und Herren" oder völlig anonymisiert.

## DON'Ts Werbung

- Ego-Trippe unterlassen: "Ich hab' als kleiner Junge eine Seifenkiste gebaut und habe damit meine Oma angefahren..."
- Ihre Trümpfe unauffällig verstecken oder überhaupt nicht nennen; soll der Personal mensch selber suchen, der Depp!
- Kein langer Fliesstext ohne Halt fürs Auge, ohne Absätze und Unterteilungen.
- Filter und Langweiler, alles Negative und Lahme gnadenlos raus. Denken Sie an die Mini-Mücke am Strand! Schon ein kleiner Filter ist zuviel!
- Ansammlung konventioneller Floskeln vermeiden! Hinter denen sind Sie persönlich nicht zu erkennen.
- Betteln, heulen, jammern, zaudern, zweifeln, schwarzsehen sind verboten!
- Nicht zu laut, nicht übertreiben! Aber auch keinsfalls zu leise: Untertreiben ist auch gelogen!

# DOs & DON'Ts

## DOs Sprache

- Immer schöne, positive Formulierungen benutzen, also: "Ich werde in einem halben Jahr das Buchhalter-Diplom abschliessen."
- Immer im Indikativ schreiben: "Ich will x, ich kann y, ich tue z, ich beWerbe mich." Das wirkt selbstbewusst, ziel-sicher und überzeugend.
- *Marschmusik* und *Stakkato* in den Text: Kurze Hauptsätze benutzen. Das wirkt hammermässig und überzeugend.
- Vor jedes Substantiv ein blumiges Adjektiv, dazu sind die Dinger da. Das macht alles sinnlicher und greifbarer.

## DOs Ästhetik

- Auf die Raumaufteilung achten; Platz lassen fürs Auge; viel weisses Papier; grosszügige, gleichgrosse Ränder; das beruhigt und wirkt sehr ästhetisch!
- Schöne leserliche Schrift verwenden in der richtigen Grösse (10 bis 12 pt).

## DON'Ts Sprache

- Nie Negationen verwenden, etwa "Ich bin noch kein Buchhalter, versuche aber mal die Prüfung in einem halben Jahr."
- Konjunktive und modale Ausdrücke meiden: "Ich würde gern, ich könnte vielleicht, ich täte, ich hätte mich gern beworben; vielleicht, wahrscheinlich, ich probiere, ich habe versucht, ich weiss nicht recht." Wirkt duckmäuserisch!
- *Wagner* und *Symphonien* unterlassen. Bandwurmsätze sind verboten: Kein guter Satz ist länger als zwei Zeilen. Ein Nebensatz ist erlaubt, mehr nicht.
- Knochentrocken ist's in der Wüste, aber nicht in Ihrem Anschreiben!

## DON'Ts Ästhetik

- Keine *Bleiwüste* fabrizieren mit Drucker-schwärze von oben links bis unten rechts; das sieht brutal aus und macht bloss 'ne Heiden-Angst vorm Lesen!
- Kleine Mickey-Mouse-Schrift für Lupen-besitzer; oder gar krakelige Handschrift.

Noch mehr DOs & DON'Ts zum Anschreiben finden Sie auf Seite 49. So, jetzt haben Sie den Personalmenschen schon ganz neugierig auf Ihre Unterlagen gemacht. Und die müssen jetzt natürlich so richtig einschlagen!