

Blindbewerbungen.

Chancen schaffen, bevor eine Stelle ausgeschrieben wird.

Viele Menschen warten darauf, dass Unternehmen eine passende Stelle ausschreiben.

Ich verfolge einen anderen Ansatz.

Warum warten, bis sich dutzende oder sogar hunderte Bewerber auf dieselbe Stelle bewerben, wenn sich attraktive Unternehmen bereits vorher von den eigenen Fähigkeiten überzeugen lassen?

Genau darin liegt der grosse Vorteil einer Blindbewerbung.

Sie richtet sich nicht an einen bestehenden Bedarf.

Sie kann einen Bedarf überhaupt erst sichtbar machen.

Aus meiner Erfahrung gehören Blindbewerbungen deshalb zu den wirkungsvollsten Instrumenten einer erfolgreichen Stellensuche.

Vorausgesetzt, sie werden professionell vorbereitet und individuell entwickelt.

Eine Blindbewerbung beginnt nicht mit dem Schreiben.

Viele glauben, eine Blindbewerbung unterscheide sich von einer normalen Bewerbung lediglich dadurch, dass keine Stellenausschreibung vorhanden ist.

Das greift deutlich zu kurz.

Fehlt eine Stellenausschreibung, fehlt gleichzeitig auch die wichtigste Orientierung.

Es gibt keine Anforderungen.

Keine Aufgabenbeschreibung.

Keine gewünschten Kompetenzen.

Genau deshalb beginnt meine Arbeit lange vor dem ersten geschriebenen Satz.

Ich frage mich:

Warum gerade dieses Unternehmen?

Welche Herausforderungen könnten dort bestehen?

Welche Erfahrungen meines Kunden schaffen den grössten Mehrwert?

Welche Botschaft soll beim Unternehmen ankommen?

Erst wenn diese Fragen beantwortet sind, beginne ich mit der eigentlichen Bewerbung.

Unternehmen kaufen keine Bewerbungen.

Unternehmen investieren in Lösungen.

Deshalb sollte sich auch eine Blindbewerbung niemals ausschliesslich auf den Bewerber konzentrieren.

Sie beantwortet vielmehr eine andere Frage:

Welchen Nutzen kann dieser Mensch unserem Unternehmen bringen?

Je klarer diese Antwort ausfällt, desto grösser wird die Wahrscheinlichkeit, dass aus einer Blindbewerbung ein persönliches Gespräch entsteht.

Die richtige Zielgruppe entscheidet.

Nicht jedes Unternehmen eignet sich gleich gut für eine Blindbewerbung.

Ich empfehle deshalb immer eine sorgfältige Auswahl. Dabei spielen Branche, Unternehmensgrösse, Entwicklung, Standort und zukünftige Perspektiven eine wichtige Rolle.

Lieber zwanzig hervorragend ausgewählte Unternehmen mit individuell entwickelten Bewerbungen als zweihundert standardisierte Anschreiben ohne erkennbare Strategie.

Qualität schlägt auch hier eindeutig die Quantität.

Individualität ist entscheidend.

Eine Blindbewerbung darf niemals wie eine Bewerbung ohne Stelleninserat wirken.

Sie muss den Eindruck vermitteln, dass sie genau für dieses Unternehmen entwickelt wurde.

Deshalb recherchiere ich nach Möglichkeit die Unternehmenskultur, Produkte, Dienstleistungen, Märkte oder aktuellen Entwicklungen.

Diese Informationen helfen dabei, den Bezug zum Unternehmen glaubwürdig herzustellen und echtes Interesse zu zeigen.

Mein Grundsatz.

Eine Blindbewerbung ist kein Versuch, irgendwo unterzukommen.

Sie ist ein selbstbewusstes Angebot zur Zusammenarbeit.

Sie zeigt Initiative, Eigenverantwortung und den Mut, Chancen selbst zu schaffen, statt auf sie zu warten.

Genau deshalb gehört sie für mich zu den wirkungsvollsten Instrumenten einer modernen Stellensuche.