



Stefan Scheller und Oliver Fischer:

Von der Ulmer Werbeagentur Attacke

BEWERBEN 2021: WIE STICHT MAN IN CORONA-ZEITEN RAUS?

Studi@SpaZz: *Oliver, Stefan, als Werber kämpft ihr im Namen eurer Kunden ständig um Aufmerksamkeit. Wie mache ich das, wenn ich heutzutage ein Motivations schreiben verfasse, kann ich mir was von euch abgucken?*

Oliver: Sei mutig! Das ist die oberste Prämisse, um aufzufallen und aus der Masse herauszustechen. Und vor allem gib deinem zukünftigen Arbeitgeber Gründe dich einzustellen. Warum gerade du? Was macht dich zu dem richtigen Bewerber? Da geht es ganz oft nicht nur um deine Ausbildung oder deinen Abschluss. Uns beispielsweise kommt es drauf an, ob jemand als Charakter positiv auffällt und ins Team passen könnte. Sag auch, was dich als Mensch ausmacht. Schreib in deinem eigenen Stil. Eine Agentur, die Attacke heißt, stellt niemals jemand an, der das nicht auch etwas verkörpern kann. Und zuletzt sei ehrlich! Hier ist es ganz ähnlich wie bei der Markenführung. Versprich niemals etwas, das du im Nachhinein nicht halten kannst – was nicht bedeutet, dass du nicht so mutig und selbstbewusst sein darfst ...

Beim Lebenslauf hingegen kann ich inhaltlich nicht viel ändern. Wie Sorge ich dafür, dass er trotzdem ansprechend ist?

Stefan: Ein Lebenslauf – das sind die Hardfacts. Auch sowas kann man unterhaltsam machen. Du kannst ja ein paar Dinge optisch abgegrenzt einfließen lassen, die dem Leser vielleicht ein Schmunzeln ins Gesicht zaubern. Wann hast du dein Seepferdchen gemacht? Das schützt vielleicht davor, bei viel Arbeit gleich abzusaufen ...

Welche Rolle spielt die Branche, in der ich mich bewerbe. Sind kreative Bewerbungen auch außerhalb der Werbung erwünscht?

Oliver: Mal ehrlich: Personaler zu sein ist schon nicht aufregend. Wie wäre es, wenn dann der Job plötzlich auch mal unterhaltsam wird? Gelangweilt werden will doch kein Mensch. Nach dem Studium als Betriebswirt ins Bestattungsunternehmen? Vielleicht geht's leichter mit Humor ... Auch hier gilt: Wenn du ein unterhaltsamer Mensch bist – dann sei es in der Bewerbung. Wenn du zurückhaltend bist – dann sei es. Jeder Arbeitgeber freut sich, wenn er weiß, was ihn erwartet.

Wie sollte eine Bewerbung optisch aussehen, um positiv aufzufallen? Wie Sorge ich dafür, dass die Gestaltung meiner Bewerbung nicht den Inhalt in den Schatten stellt?

Stefan: Bei uns in der Werbebranche ist es klar, dass Bewerbungen die gestalterische Messlatte sehr hoch hängen. Dazu hat natürlich nicht jeder die Mittel und das Händchen. Daher gilt: Mach das Ganze sauber und klar strukturiert. Wichtige Informationen sollten schnell dechiffrierbar sein und ins Auge springen. Es gilt, die Waage zu halten. Ein Teller bunte Knete sollte am Ende genauso wenig herauskommen, wie eine Textwüste.

Ihr betreut Kunden auch im Bereich Social Media. Kann ich die sozialen Medien irgendwie nutzen, um eine Bewerbung zu pushen?

Oliver: Wir denken, dass das ganz auf den Beruf ankommt, auf den du dich bewerben möchtest. Manche Branchen sind weniger Social-Media-affin, andere wiederum schon. In der IT-Branche oder Werbebranche zum Beispiel sollte man diese Möglichkeiten auf keinen Fall außer Acht lassen. Viele Arbeitgeber machen Hintergrundchecks auf deinen Social-Media-Accounts. Nutze deine Business-Profile, um zu zeigen, welche Erfahrungen du gesammelt hast, wie vielseitig du bist, oder welche Skills dich auszeichnen. Aber vor allem gilt bei den üblichen privaten Social-Media-Accounts: Achte auf deine Privatsphäre-Einstellungen. Die letzte Nacht, in der du betrunken auf der Parkbank eingeschlafen bist und bemalt wurdest, ist nur für Freunde lustig. Ein Arbeitgeber will wissen, dass sein zukünftiger Angestellter verlässlich genug ist, um sein Unternehmen unterstützen zu können.

Sich zu bewerben ist nicht einfach, schließlich konkurriert man bei jedem Job mit vielen anderen Bewerbern. Da die Stellen während der Pandemie noch knapper sind, hat sich der Wettkampf nochmal verstärkt. **Studi@SpaZz-Autorin Sophia Kümmeler** hat mit **Oliver Fischer** und **Stefan Scheller** von der **Ulmer Werbeagentur Attacke** darüber gesprochen, wie man heraussticht

INFO ATTACKE

Gegründet: 2008

Mitarbeiter: 13

Kurzbeschreibung: Die Attacke Werbeagentur GmbH in Ulm entwickelt progressive Markenkommunikation, Corporate Design, Branding und Kampagnen. Die Agentur ist eine der großen Ulmer Werbe- und Designagenturen und betreut Kunden aus Industrie, Dienstleistung, Food sowie nationale Handelsunternehmen und -verbände in ganz Deutschland.

Kunden sind u. a.: Gold Ochsen, SWU, DING, VR-Bank Neu-Ulm, Bäckerei Betz, Geydan-Gnamm, Ulmerleben

www.atacke-ulm.de

www.facebook.com/atackeulm

www.instagram.com/atackeulm