

Ich bin's!

Text: Alexander Krex

Illustration: Dorothea Pluta

- Eine Bewerbung könnte so einfach sein. Man schreibt auf ein paar Blatt Papier, was man kann (das, was gesucht wird, klar) und wer man ist (der perfekte Kandidat, noch klarer). Doch genauso klar ist: So läuft es nicht. Wie läuft es dann? Wir haben ein paar Experten gefragt, wie eine Bewerbung aussehen sollte.

Der Unkonventionelle

Boris Koch und der Hammer-Trick

Im Schnitt zwei Bewerbungen, dann würden seine Kunden zu einem Vorstellungsgespräch eingeladen, sagt Boris Koch. Er behauptet, aus einem Bewerber den perfekten Kandidaten machen zu können und aus einem Menschen das passende Produkt. Das ist sein Versprechen. Wer die Dienste Kochs, der sich selbst „Job Doc“ nennt, für ein maßgeschneidertes Bewerbungsschreiben in Anspruch nimmt, zahlt je nach Aufwand zwischen 500 und 2000 Euro.

Meistens sind es ganz normale Bewerbungen, um die sich Boris Koch kümmert. Jemand will eine ausgeschriebene Stelle haben, und er sorgt für die richtige Ansprache oder die passende Optik, etwa indem die Bewerbung das Corporate Design der betreffenden Firma spiegelt. Am liebsten sind Koch aber die exotischen Fälle. Aufsehenerregende Initiativbewerbungen seien seine Spezialität.

Im Einzelfall fährt er richtig große Geschütze auf, um seinen Kunden in die engere Auswahl zu bringen, zwei Werbetafeln zum Beispiel, Format 18/1. Der Kunde hatte es auf eine Führungsposition in einem internationalen Energiekonzern abgesehen, dessen Chef, ein promovierter Mann, jeden Morgen in dieselbe Tiefgarage fuhr. Koch mietete die beiden Werbetafeln neben der Einfahrt: schwarzer Hintergrund, ein Porträt des Bewerbers, Handynummer. Und der Slogan: „Herr Dr. Müller, wir müssen reden.“ Es habe nicht lange gedauert, sagt Koch, und sein Kunde habe einen Anruf von Müllers Sekretärin bekommen.

Man ahnt es, Koch war mal Werber, bevor er sich 2006 selbstständig machte. Seitdem betreut er Manager, IT-Experten, Bürokräfte, Chirurgen. Natürlich ist Koch nicht naiv, er weiß, dass Auffallen um jeden Preis nicht immer gut ist. Dass viele Bewerber vor allem Verlässlichkeit und Seriosität ausstrahlen müssen. Die Anforderungen sind so verschieden wie die Vakanzen, je nach Branche, Unternehmenskultur, Posten, Teamkollegen. Beim Erstellen der Bewerbung muss er die Balance finden zwischen Extravaganz und Zurückhaltung. Wie dick also darf er auftragen, um seinen Schützling aus der Masse der Bewerber hervorzuheben?

Manchmal beantwortet er diese Frage für sich eher großzügig. So hat er auch schon einen doppelköpfigen Hammer anfertigen lassen, das Ding in Holzwolle gebettet und in einer Kiste an den Vorstand einer Baumarktkette geschickt. ▶

Der Kunde wollte einen Job im oberen Management einer Baumarktkette, der Hammer bezog sich auf eine aktuelle Werbekampagne des Unternehmens. Eine ganze Weile sei keine Reaktion gekommen, doch Monate später habe es dann doch noch geklappt, sagt Koch.