

# 1 Was ist ein Zielgruppenbrief

Sie schreiben sich die Finger wund mit Bewerbungen auf Stellenanzeigen, und es kommen immer nur Absagen zurück? Oder Sie finden gar keine passenden Ausschreibungen für die Art Job, die Sie suchen? Und dabei sind Sie sicher, dass Ihr Wissen und Können für bestimmte Unternehmen sehr wertvoll sein kann? Dann drehen Sie doch den Spieß einfach mal um und machen Sie es wie die Headhunter! Die warten auch nicht, bis ein passender Kandidat sich von alleine bei ihnen bewirbt. Stattdessen identifizieren sie ihre Zielkandidaten, sprechen diese aktiv an und versuchen sie von den Vorteilen eines Stellenwechsels zu überzeugen.

## *Agieren Sie wie ein Headhunter*

Warum probieren Sie nicht selbst einmal die Strategie der Headhunter aus? Sorgen Sie dafür, dass die Firmen, die als Arbeitgeber für Sie in Frage kommen, Sie kennen lernen, lange bevor eine Stelle öffentlich ausgeschrieben wird. Eine besonders wirksame Methode, wie Sie Ihre Ziel-Arbeitgeber auf sich aufmerksam machen, ist der Zielgruppenbrief.

Den Begriff „Zielgruppe“ kennen Sie vielleicht aus dem Marketing. Bei dem hier vorgestellten Zielgruppenbrief geht es allerdings um Ihre eigene Vermarktung als Bewerber. Mit dem Zielgruppenbrief können Sie präzise und ohne

Streuverlust Ihren persönlichen Arbeitsmarkt erschließen. Wenn es Ihnen gelingt, einen potenziellen Einsteller von sich zu überzeugen, bekommen Sie den Job, ehe irgendein anderer Bewerber überhaupt davon erfährt.

### *Mehr als initiativ und keineswegs blind*

Für diese Art des Vorgehens sind auch die Begriffe „Initiativbewerbung“ oder „Blindbewerbung“ im Umlauf. Aber beim Zielgruppenbrief geht es nicht nur darum, dass der Bewerber die Initiative ergreift, und *blindlings* verschickt wird dieser Brief schon gar nicht. Vielmehr steckt hinter dem Zielgruppenbrief eine ausgeklügelte Strategie, die sich sowohl auf die ausgewählten Empfänger wie auch auf den Inhalt des Briefes auswirkt.

Das Geheimnis liegt darin, dass Sie mit dem Zielgruppenbrief den verdeckten Stellenmarkt beackern – im Gegensatz zum offenen Stellenmarkt, wo Sie gegen Hunderte von Konkurrenten den Wettlauf um eine einzige Stelle gewinnen müssen.

Gehen Sie hingegen von sich aus aktiv auf Firmen zu, kann es sein, dass Sie auf einen latenten Personalbedarf stoßen. Das sind Positionen, die noch gar nicht öffentlich ausgeschrieben sind. Nach Schätzung von Fachleuten gilt das für 70 bis 80 Prozent aller Stellen.

## **Chancen im verdeckten Stellenmarkt**

Der verdeckte Stellenmarkt ist der Teil des Jobmarkts, den Sie nicht sehen können. Es handelt sich um nicht oder noch nicht ausgeschriebene Stellen. Oder um Stellen, die es noch gar nicht gibt, obwohl eigentlich Bedarf besteht. Viele dieser Stellen werden später direkt innerbetrieblich, durch kleine Netzwerke oder mit Hilfe von Headhuntern besetzt. Wenn Sie bei Ihrer Jobsuche den verdeckten Stellenmarkt berücksichtigen, gewinnen Sie nicht nur Kontakte zu interessanten Arbeitgebern, sondern Sie können auch auf kurzem Weg zu Ihrem Traumjob kommen – ganz ohne die lästige Konkurrenz, die eine öffentliche Stellenausschreibung mit sich bringt.

Nehmen wir einmal an, eine Firma hat ein Problem, das sie mit eigenen Mitteln nicht lösen kann. Zunächst werden eine Reihe von Adhoc-Maßnahmen ausprobiert: Überstunden, Zeitarbeit, Fortbildung, externe Beratung und anderes. Wenn das Problem dann immer noch besteht, denkt man vielleicht schon vage darüber nach, einen neuen Mitarbeiter einzustellen. Aber dann muss noch der Bereichsleiter zustimmen, ein Budget muss bewilligt werden, eventuell hat auch der Betriebsrat ein Wort mitzureden, die Stelle muss zuerst intern ausgeschrieben werden ... Darüber vergehen Monate. Wenn Sie innerhalb dieser Monate einer Firma Ihre Mitarbeit anbieten, während die Probleme noch schwelen und noch bevor ein Stellenangebot veröffentlicht wird, dann haben Sie

die Chance, der einzige Bewerber zu sein.

### *Auf den Leib geschneidert*

Die Strategie des aktiven Zugehens auf Firmen birgt darüber hinaus einen weiteren Vorteil: So lange noch keine konkrete Stellenausschreibung existiert, bleibt Raum für Gestaltung. Sind Sie der passende Kandidat, dann berücksichtigt das Unternehmen meistens Ihre Wünsche bezüglich Aufgaben, Arbeitszeit und Arbeitsort – natürlich im Rahmen der eigenen Bedürfnisse. Die neue Stelle wird Ihnen sozusagen auf den Leib geschneidert.

In den folgenden Kapiteln erfahren Sie mehr über den Zielgruppenbrief und lernen, wie Sie dieses Instrument bei Ihrer Jobsuche wirkungsvoll einsetzen.