

THINK BIG

Auch Enid Hwangs Aufstieg im Unternehmen ist besonders: Am Anfang hatte die Amerikanerin keinen Titel und „machte so alles“, heute schult sie als Community-Managerin Pinterest-Teams auf der ganzen Welt



MEIN SPEZIELLER WEG ZUM TRAUMJOB

Öde Anschreiben und Standard-Lebensläufe
verschickt jeder, dabei geht Bewerben
heute so viel geiler. Drei Frauen über ihre
ungewöhnliche Art zu überzeugen

TEXT: SINAH HOFFMANN



COMMUNITY-
MANAGERIN
ENID HWANG

...suchte nach Fehlern in der Firma.

Auf dem Weg
nach oben braucht
man drei Dinge:
Leidenschaft, En-
gagement und viel
Geduld. Meine
Karriere ist dafür
das beste Beispiel.

Ich kümmerte
mich gerade um den
Social-Media-Auftritt
eines kleinen Mode-
unternehmens in
Kalifornien, als mich
mein Bruder 2011 auf
Pinterest aufmerksam
machte. Das Netz-
werk war damals
noch winzig – und
öffnete mir dennoch
eine völlig neue Welt.
Ich brannte schon im-
mer für Mode, Kunst

und Design. Hier
konnte ich mich nun
zum ersten Mal in-
spirieren lassen und
gleichzeitig Ideen
sammeln, ordnen und
mit anderen teilen.
Ziemlich schnell war
mir klar: Ich möchte
um jeden Preis für
dieses Unternehmen
arbeiten.

Also schrieb ich
CEO Ben Silberman
eine Mail, fragte
ganz direkt, ob sie
Unterstützung bräuch-
ten. Die Antwort kam
prompt – es war eine
Absage. Er suchte zu
diesem Zeitpunkt Soft-
wareentwickler, keine
PR-Managerin. Für



*„Eine Absage
muss nicht
das Ende sein.
Manchmal
passt einfach
das Timing
nicht. Darum:
dranbleiben,
immer wieder
nachhaken
und so wirk-
lichen Willen
zeigen.“*

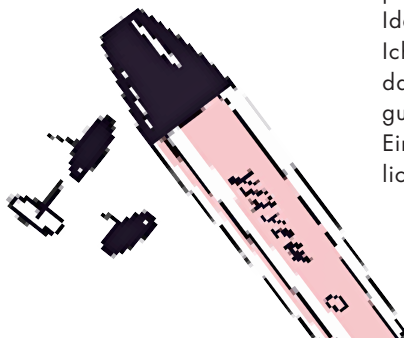
ENID HWANG

mich war schlicht kein
Budget da. Ich war
enttäuscht, aber nicht
entmutigt. In den
nächsten Monaten
blieben Ben und ich
in Kontakt.

Als aktive Nutzerin
probierte ich neue
Funktionen aus, such-
te nach Fehlern im
System und schlug
ihm vor, wie man das
Produkt verbessern
könnte, etwa durch ei-
ne Kommentarfunktion
und geheime Pinn-
wände. Gleichzeitig
verteilte ich Pinterest-
Businesskarten mit
Einladungs-Codes auf
Veranstaltungen. Mir
ging es dabei längst
nicht mehr um den
Job, sondern um die
Community. Gerade
in der Anfangszeit
pinnte ich bis zu 200
Ideen in der Woche.
Ich wollte einfach,
dass das Netzwerk
gut funktioniert. Mein
Einsatz, meine Ehr-
lichkeit und Hartnä-

ckigkeit überzeugten
Ben schließlich doch.
Nach einer weiteren
Finanzspritze von In-
vestoren bot er mir
endlich einen Job an.
Und ich sagte zu.

Was ich aus dieser
Erfahrung gelernt
habe: Eine Absage ist
niemals das absolute
Ende und auch keine
Abwertung der ei-
genen Person. Manch-
mal passt einfach
das Timing nicht.
Darum kann ich jeder
Frau nur raten dran-
zubleiben, immer
wieder nachzuhaken
und so wirklichen
Willen zu zeigen.
Irgendwann zahlt
sich Beharrlichkeit
aus. Ganz sicher! ➤



VORBILDFUNKTION

In der Agentur gilt
Cara Shikuras
clevere Idee jetzt als
neuer Maßstab im
Bewerbungsprozess

JUNIOR ART DIRECTOR CARA SHIKURA

...ging mit einem Insta- Account viral.

Düsseldorf und Köln sind Hotspots für junge Kreative. Das heißt: Auf eine Stelle kommen wahnsinnig viele gute Anwärter. Wer sich als Grafikerin mit einer 08/15-Bewerbung präsentiert, rutscht bei den Personalern direkt durch und landet im Altpapiercontainer.

Als ich mich für eine Stelle bei meinem Traumarbeitgeber, der internationalen Kreativagentur DDB (Doyle Dane Bernbach) bewarb, war mir von Anfang an klar: Ich muss die Extrameile gehen. Darum schickte ich den Personalern nicht nur ein Anschreiben und mein Portfolio, sondern auch den Link zu meinem Instagram-Profil @warumcaradarum cara. Was dort zu



„Wenn die Konkurrenz sehr groß ist, muss man einfach die Extrameile gehen. Mit 08/15-Bewerbungen landet man direkt im Altpapiercontainer“

CARA SHIKURA



sehen war? Hundert Bilder mit hundert Gründen, warum gerade ich die beste Wahl bin. Die Idee dazu kam mir auf der Karrieremesse „Adday/Adnight“. DDB stellte sich dort unter dem Motto #warumddbardonddb vor und präsentierte auf einer bunten, schön designten Wand, warum es sich lohnt, für die Agentur zu arbeiten. Das hat einen bleibenden Eindruck bei mir hinterlassen.

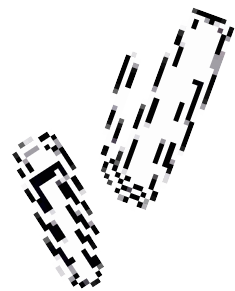
Und ich dachte: „Hey, warum den Ball nicht mal zurückspielen?“

Innerhalb von wenigen Tagen – und Nächten – habe ich den kompletten Feed bestückt. Viele Bilder musste ich extra produzieren. Etwa das Foto, auf dem ich in einem VW Polo sitze. Freunde von mir arbeiteten bereits bei DDB, von ihnen wusste ich etwa, dass Volkswagen ein großer Kunde ist und die Kollegen mit Vorliebe

selbst gebackene Kuchen mitbringen.

Diese Insights konnte ich in den 100 Gründen super aufgreifen und so beweisen, dass ich nicht nur kreativ und Social-Media-affin bin, sondern mir vor der Bewerbung die Mühe machte, gründlich zu recherchieren.

Das lohnt sich übrigens auch in allen anderen Branchen. Wer sich vorher schon intensiv mit den Kunden, Visionen und Strategien des Unternehmens beschäftigt, zeigt, dass er wirklich an dem Job interessiert ist und nicht nur planlos Bewerbungen raushaut. Die Strategie hat bei mir zumindest funktioniert: Zuerst gab es ein Lob vom Marketingchef unter einem der Bilder, dann die Einladung zum Gespräch. Schließlich das Jobangebot. ➤



EINFACH MAL WAS WAGEN!

Diese drei weiteren Fälle kreativer Bewerbungen sind nicht nur mutig, sondern auch – Achtung, Spoiler – echt erfolgreich

AB IN DEN WARENKORB

Der Franzose und Web Product Manager Philippe Dubost baute sich eine Webseite (phildub.com) im Style von Amazon für die Jobsuche. Seine Qualifikationen waren in der Produktbeschreibung nachzulesen und in den Bewertungen die Kommentare seiner vorherigen Arbeitgeber abgebildet.

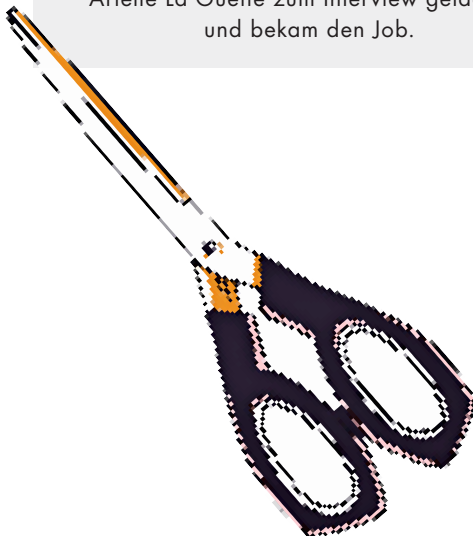
Interessierte Personaler konnten mit einem Klick auf die Wunschliste ein Kontaktformular anfordern. Offensichtlich hat's was gebracht: Aktuell sei der Artikel „nicht verfügbar“ heißt es auf der Website.

GEHALTVOLLER SNACK

Wie man sich in Kopf und Bauch der Personaler breitmacht, zeigte Renata Chunderbalsingh. Die Australierin suchte einen Job als Marktanalytikerin und druckte ihr Resümee auf die Verpackung eines Schokoriegels. Statt Kalorien und Fettgehalt standen in der Nährwertabelle ihre Fähigkeiten mit Prozentanzahl. Eine Jobvermittlung postete den Riegel auf LinkedIn, danach bekam Renata Chunderbalsingh sogar Angebote aus Europa.

SAY IT IN A SONG

Die Konkurrenz für die Stelle als Kundenbetreuer bei einem Lieferservice war groß. Also schrieb die Amerikanerin Arielle La Guette einen Song über ihren potenziellen neuen Arbeitgeber und stellte das Video auf YouTube. Eine befreundete Mitarbeiterin spielte das Lied anschließend in einem Meeting ab. Direkt am nächsten Tag wurde Arielle La Guette zum Interview geladen – und bekam den Job.



Immer müde? Erschöpft*?



Wenn Tabletten nicht ausreichen.

Schnell. Direkt. Wirkstark.

Mit der Express-Aufbaukur exklusiv beim Arzt werden Vitamin-B-Speicher effektiv aufgefüllt.

Während bei Tabletten und Trinkampullen nur etwa 1% des zugeführten B12 in die Blutbahn gelangt und es Monate dauern kann, die Vitamin-B-Speicher aufzufüllen, werden als Spritze verabreicht 100% der Aufbaustoffe aufgenommen.

Direkt ohne Umwege. Schneller und effektiver als Tabletten und Trinkampullen.

Spürbar revitalisierende Wirkung oft schon nach der ersten Anwendung.

Effektiver als Vitamin B12 allein ist die Kombination der Vitamine B12, B6 und Folsäure.¹ Genau wie in Medivitan®.



Fragen Sie Ihren Arzt, wie Medivitan® auch Ihnen helfen kann. Mehr Infos unter medivitan.de

¹ Wilhelms, H.-G. et al., Journal of Nutrition, 1994; 124(9): 1923–1933.

*Erschöpfung, die durch einen biochemischen Mangel an Vitamin B12 entsteht, der vollständig nicht behoben werden kann, heißt B12-Mangel.

Medivitan® ist das Vitaminpräparat für die schnelle Auffüllung der Vitaminspeicher. Es enthält die Vitamine B12, B6 und Folsäure in der Kombination, die in der Natur vorkommt. Es ist das einzige Vitaminpräparat, das die Vitaminspeicher vollständig auffüllt.



Medivitan® ist ein eingetragtes Warenzeichen der Medivitan GmbH. Medivitan® ist ein eingetragtes Warenzeichen der Medivitan GmbH. Medivitan® ist ein eingetragtes Warenzeichen der Medivitan GmbH. Medivitan® ist ein eingetragtes Warenzeichen der Medivitan GmbH.

**KLUGE TAKTIK**

„Auch für Unternehmen sind Netzwerk-Events extrem wichtig. Dort finden sie Talente“, sagt Alexa Mollicchi Casanova



ich uns zum ersten Mal auf einem Netzwerk-Event begegnet sind – welches ich auch noch selbst organisiert habe.

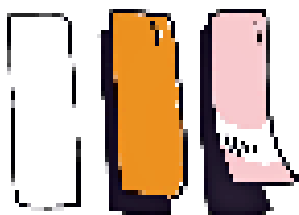
Ich komme ursprünglich aus Korsika und den USA, zog aber für meinen International-Business-Master in die deutsche Hauptstadt. In meinen Kursen saßen überraschend wenig Frauen. Das ist in einem umkämpften Jobmarkt wie in Berlin keine gute Ausgangslage, da sich Männer nach wie vor gern die Kontakte untereinander vermitteln.

Um dem „Boys-Club“ etwas entgegenzusetzen, gründete ich selbst ein Studentinnen-Netzwerk und organisierte Events. Auf einer dieser Veranstaltungen stellte mir eine Mentorin Hannah Dahl vor. Sie war gerade dabei, CoWomen in Berlin zu gründen. Das ist der erste Coworking Space in Deutschland, der sich speziell an die

Bedürfnisse von Frauen richtet.

Wir haben uns lange unterhalten und gemerkt: Das passt richtig gut zwischen uns. In den nächsten Monaten durfte ich kleine Jobs für Hannah übernehmen, etwa die Eröffnungsfeier mitorganisieren. Auch nachdem ich längst meinen Abschluss in der Tasche und einen Job bei der mobilen Bank N26 hatte, blieben wir in Kontakt. Bis sie mir vor knapp einem Jahr eine Stelle als Projektleiterin und Eventmanagerin anbot. Seither unterstütze ich die Gründerinnen dabei, Strategien zu entwickeln und umzusetzen, um CoWomen voranzubringen, und kümmere mich um alle Veranstaltungen und Workshops, die mehrmals in der Woche stattfinden.

Dabei teile ich meine Erfahrungen mit den Teilnehmerinnen. Denn: Mit einer klassischen Bewerbung hätte ich den Job sicherlich nicht bekommen. ➤



„Eine klassische Bewerbung zeigt nur, was man kann, aber nicht, wer man wirklich ist. Der persönliche Kontakt ist viel wichtiger bei der Jobsuche.“

ALEXA MOLLICCHI CASANOVA

**PROJEKT-LEITERIN
ALEXA
MOLLICCHI
CASANOVA**

...traf ihre Chefin beim Netzwerken.

Die richtig guten Jobs bekommt man heute nicht mehr durch Top-Noten, sondern über die Menschen, die man kennt. Das kann ich so sicher sagen, weil meine aktuelle Chefin und



„Orientieren Sie sich an Branche und Wortwahl der Firma“

Kathrin Südmeyer ist Wirtschaftspsychologin und Karriere-Coach. Sie weiß, worauf Personaler bei der Auswahl wirklich achten. *Sind kreative Bewerbungen mittlerweile das Mittel der Wahl, um einen Job zu bekommen?* Das kommt auf die Branche an. Bei Werbe- und Eventagenturen kann sich eine ungewöhnliche Bewerbung definitiv lohnen. Man beweist mit ihr Mut und ein kreatives Mindset – und das sind Schlüsselqualifikationen für diese Jobs. *In welchen Branchen und Berufen fällt man mit originellen Ideen eher negativ auf?*

Bei konservativen Unternehmen wie Banken, Kanzleien und Versicherungen. Man kann das zwar nicht pauschalisieren, aber: Wer hier von der üblichen Form, also Anschreiben, Lebenslauf, klassisches Foto und gedeckte Farben, abweicht, geht ein Risiko ein.

Wie sticht man trotzdem aus der Masse heraus, wenn alle Bewerbungsmappen gleich aussehen?

Indem man akkurat und gewissenhaft formatiert und auf ein einheitliches Gesamtkonzept achtet. Ich hatte schon Bewerbungen auf dem Tisch, bei denen Anschreiben und Lebenslauf mit unterschiedlichen Schriften verfasst wurden. Das irritiert und gibt Minuspunkte. Was auch noch sehr wichtig ist: das Wording. *Was meinen Sie damit?*

Jeder Personaler benutzt in einer Stellenausschreibung eine spezielle Wortwahl. Findet er die in der Bewerbung wieder, entsteht automatisch eine Sympathie für den Kandidaten. Darum nicht „teamorientiert“ schreiben, wenn in den Anforderungen „teamfähig“ steht.

LEBENS LAUF MAL ANDERS

Es muss nicht immer die ultrainnovative Bewegete-Bilder-Bewerbung sein. Mit diesen vier Kniffen motzen Sie auch die klassische Mappe auf

1 DURCHDACHTES DESIGN

Personaler reagieren nicht nur positiv auf ein ähnliches Wording im Anschreiben (siehe oben), sondern auch auf andere Gemeinsamkeiten in der Bewerbung. Wer seine Unterlagen und den Lebenslauf mit dem Corporate Design (etwa Firmenfarben und Schriftart) des Wunsch-Arbeitgebers abstimmt, erhöht seine Chance, lange im Gedächtnis zu bleiben.

2 Roter Faden

Wer noch einen Schritt weiter gehen will, entwickelt seine eigene Personal Brand. Auch als Bewerber hat man ein Image, das man bei der Gestaltung des Lebenslaufs in Form von Farben, Formen und Design visualisieren kann. Authentisch: dabei die Persönlichkeit ausdrücken. Wer extrovertiert ist, wählt etwa Signalfarben, wer total strukturiert ist, arbeitet viel mit geometrischen Formen...

FRESHE FOTOS

Seien wir ehrlich: Die meisten Bewerbungsbilder sind fad und unglaublich spießig. Statt sich also frontal, mit starrem Blick und gebügelter Bluse ablichten zu lassen, lieber Fotos in Gesprächssituationen aufnehmen. Diese wirken nicht nur viel lebendiger, sondern zeigen auch deutlich mehr Persönlichkeit.

4 NEUES FORMAT

Die Stationen der eigenen Karriere sind essenziell für die Jobsuche. Wer sie nicht immer nur chronologisch aneinanderreihen mag, der probiert ein paar gewagtere Formate aus. Etwa einen Lebenslauf in Form eines Zeitstrahls (geht über prezi.com). Noch ein Tipp: den Lebenslauf im Querformat layouten. Sehr übersichtlich, da alles auf eine Seite passt.

GUT PRÄSENTIERT

Auf der Bühne und bei Vorstellungsgesprächen selbstsicher auftreten – kann man lernen. Mit den erfahrenen Speaker-Coaches Regina Mehler, Nicola Tiggeler und Esther Schweizer in der #SupportHer Academy von Cosmo. Nächster Termin: 21. Januar. Alle weiteren Infos unter: supporther.de

SUPPORTHER ACADEMY



NOCH MEHR...

...tolle Karrieretipps aus der Redaktion finden Sie auf Pinterest. Einfach mit der App den Pincode scannen und auf die Cosmo-Pinnwand gelangen.