

Bewerbungen - Wie viel Design muss sein?

01.07.2008, 16:16 | Wissenschaft, Forschung, Bildung

Pressemitteilung von: *Karriere und Entwicklung Svenja Hofert*
Presseagentur: *Uta Nommensen PR*

Hamburg. Zwischen Designermappe und schwarzweißer Ödnis liegt das Ideal. „Eine individuelle Optik und wohl dosierte Gestaltungselemente unterstreichen den Inhalt und dominieren ihn nicht“, sagt die Hamburger Karriereberaterin Svenja Hofert

Puzzlesteine, bunte Kollagen und Produktinformationen mit Urlaubsfotos: Bewerber lassen sich einiges einfallen, um optisch aus der Masse herauszustechen. Ein Großteil der sich bewerbenden Bevölkerung habe allerdings Schwierigkeiten, Design richtig zu dosieren. Sie gestalten entweder zu viel oder sind zu vorsichtig: Kreative Berufsgruppen neigen dazu, die Gestaltung über zu betonen. Nichtkreative Berufsgruppen tendieren dahin, entweder sehr schlicht zu gestalten, mit den Fotos zu privat zu werden oder fertige Muster aus Bewerbungsbüchern zu übernehmen.

Letzteres ist keine gute Idee, so die Autorin der „Praxismappe für die kreative Bewerbung“ aus dem Eichborn-Verlag, die gerade komplett neu aufgelegt wurde. Für Personalverantwortliche wirkt das x-te Muster ähnlich langweilig wie die hundertste Bewerbung, die mit „hiermit bewerbe ich mich als...“ beginnt.

Stattdessen sollten auch Nichtkreative eine eigene und individuelle Gestaltung wählen. Denn wer sagt etwa, dass ein Buchhalter oder Programmierer seine Aussagen nicht dezent farblich, mit Fett oder zarter blauer Linie unterstreichen darf? Ein seitlicher Strich in dunkelgrau, der Name in einer anderen Schrift oder ein schattierter Kasten mit den wichtigsten Informationen: Solche dezenten Verschönerungsmaßnahmen sind Buchhaltern, Programmierern wie auch allen anderen Berufsgruppen erlaubt. Sie werden allerdings keine Bewerbungswunder bewirken und dem ungeeigneten Kandidaten die Einladung bescheren. Was sie dagegen können: positiv auffallen und Bewerbern aus dem Mittelfeld den Weg an die Spitze ebnen.

Dabei dürfen Bewerbungen auf Einstiegspositionen, bei kleineren Unternehmen und Generalistenpositionen ruhig etwas kreativer ausfallen – entscheidet hier doch oft der Sympathiefunke, der von der Bewerbung überspringt. Auch die angestrebte Position bestimmt das Maß an Kreativität. Ein Abteilungsleiter braucht ein klares, persönliches Design und profitiert – wie alle anderen - vom eigenen Briefkopf. Spielereien sind für ihn aber kontraproduktiv.

Für Kandidaten aus kreativen Branchen gehört eine kreative Mappe zum Pflichtprogramm. Ein Architekt mit Times New Roman in DIN-A4? Kaum denkbar! Auch Werber, zumal jene aus dem Design-Bereich, liefern mit ihrer Bewerbung letztendlich auch eine Kostprobe ihres Könnens. Da dominiert dann nicht selten die Form den Inhalt – obwohl jeder Designer schon während seiner Ausbildung den Satz „form follows function“ („die Form folgt der Funktion“) gelernt hat. Doch was nützt die schönste Bewerbung, wenn die Argumente nicht überzeugen? Wenn die Motivation, aus dem genau dieser Job fasziniert, nicht überkommt? Oder die Bewerbung dem Personalverantwortlichen sogar Aufwand bereitet? Puzzlesteine sind deshalb für die Bewerbung ebenso wenig geeignet wie bunte Kollagen, auf denen keine Aussagen mehr erkennbar ist. Außerdem ist es zwar gut, eine Bewerbung als Produktinformation mit erläuternden Fotos zu betrachten. Private Fotos haben darin dennoch nichts zu suchen.

Tipps von Svenja Hofert

Design einfach mit Word selbstgemacht

- Mit FETT lässt sich eine Benutzerführung in Texte einbauen, die die Aufmerksamkeit gezielt auf gewünschte Passagen lenkt.
- Unter Format/Rahmen und Schattierungen können Sie Linien auswählen, die eine Bewerbung schöner machen. Diese Linien sind wahlweise durchgezogen, gestrichelt oder gepunktet, etwas dicker oder ganz zart.
- Neben Schwarz sind auch Grau, Blau oder Weinrot sehr dezent, im Beautybereich kann sogar Rosa einmal hübsch aussehen. Nie mehr als zwei Farben kombinieren.

- Kleine Symbole wie Pfeile oder Kreise, die den Briefkopf oder Überschriften aufhübschen, finden sich unter Einfügen/Symbol.
- GROSS geschriebene Worte lenken auf den Inhalt.
- Aufmerksamkeit erreichen Sie auch mit grauen Unterlegungen.
- Möchten Sie einen seitlichen, farblichen Strich zeichnen, arbeiten Sie mit einer Tabelle, in der oben, unten und eine Seite sowie die Mitte transparent sind.
- Ein Briefkopf in der Kopfzeile oder auch in der Kopf- und Fußzeile sorgt für einheitliche Gestaltung.
- Wenn Anschreiben und Lebenslauf im gleichen Design gestaltet sind, sorgt das für Ruhe und einen professionellen Eindruck.

Portrait

Über Svenja Hofert:

Svenja Hofert ist Inhaberin der Hamburger Karriereberatung „Karriere & Entwicklung“ (www.karriereundentwicklung.de). Sie ist zudem Autorin von mehr als 20 Büchern, unter anderem des kürzlich komplett aktualisiert erschienenen „Praxisbuch für die kreative Bewerbung“ aus dem Eichborn-Verlag.

News-ID: 223566 • Views: 2388 (Stand: 03.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/223566/Bewerbungen-Wie-viel-Design-muss-sein.html>