

Bewährt, aber nicht neu

Wie bewerben als Uni-Absolvent?

Die nachfolgende Rezension zum Thema »Bewerbungsstrategien für Hochschulabsolventen« kommt von Bernhard Rauscher, Vorstandsvorsitzender beim Karriereportal für Studenten »Romling.com«.

»Vergessen Sie . . . das meiste, was Sie über die schriftliche Bewerbung gelesen haben.« So lautet einer der ersten Sätze des Buches »Neue Bewerbungsstrategien für Hochschulabsolventen«. Dabei stößt man schon ein paar Seiten weiter auf Altbekanntes. Gut ist die Anregung, sich als Unternehmer zu verkaufen, der eine Dienstleistung auf dem Arbeitsmarkt anbietet. Darauf aufbauend, regt das Buch auch zu einer Selbstanalyse an, denn die eigenen Stärken zu (er-)kennen, ist schließlich die Voraussetzung dafür, sich gut zu verkaufen. Die Frage ist nur, ob der Leser Lust dazu hat, seitenweise Kreuzchen in Fragebögen zu setzen, um anschließend mit ein paar allzu sim-

plen Auswertungsstrategien konfrontiert zu werden. Prinzipiell sicherlich eine gute Möglichkeit, aber hätten die Autoren nicht einen »richtigen« Selbst-



test auf diese (teuren) Seiten drucken können?

»Wovon Arbeitgeber träumen« – ein Kapitel, das leider keine wirklichen Antworten auf die Überschrift liefert, außer der, dass es keine Patentrezepte gibt. »Auslandssemester machen bestimmt keinen nachteiligen Eindruck . . .«. Aber hat das der Leser nicht ohnehin schon gewusst? Sollten die Autoren nicht einfach motivieren, die mittlerweile fast unverzichtbaren Erfahrungen im Ausland auch zu machen, und lieber verstärkt darauf eingehen, wie man diese in der Bewerbung gebührend verkauft?

Die Stärke des Buches liegt eher in der systematischen Auswertung von Stellenanzeigen und altbekannten (Hieß es nicht »Neue Bewerbungsstrategien...?«), aber nicht unwichtigen, Beispielen für eine optimale Bewerbung. Die

Aktualität jedoch bleibt leider völlig zurück: Lediglich drei Veranstalter von Firmenkontaktmessen sind erwähnt. Und für weitere Informationen gibt es drei Telefonnummern: Eine ist falsch, eine andere im Ausland! Wären Internetadressen nicht besser gewesen? Und da sind wir schon bei der nächsten Überraschung: »Wenn der übliche Frust der Stellenanzeigenauswertung bereits bei Ihnen eingekehrt ist, dann hält das World Wide Web möglicherweise eine Alternative für Sie bereit«. Dabei sollte das Internet eine der ersten Alternativen sein. Und auch hier schmückt man sich nicht mit Aktuellem: Step Stone heißt hier noch Careernet, und die jobpilot-Adresse wird mit www.jobs.adverts.de angegeben. (cw)

Neue Bewerbungsstrategien für Hochschulabsolventen, Hesse u. Schrader, Taschenbuch, 327 Seiten, neue und aktualisierte Ausgabe 2000, Eichborn Verlag ISBN: 3821815833, 32 Mark.

Romling.com

50.000 kostenlose Karriere-CDs

In Kooperation mit Lycos Bertelsmann verteilt Romling.com 50.000 kostenlose Karriere-CDs an deutsche Unis über das bundesweite Hochschulnetzwerk von romling.com. Im Zuge der Kooperation wurde unter www.romling.comundo.de auch gleich ein Eingangsportale mit den komprimierten Inhalten beider Anbieter aufgesetzt. Romling.com will karriereorientierte Studenten bei ihrer individuellen Karriereplanung unterstützen. Unter www.romling.com als auch auf den kostenlosen romling.com-Karriere-CDs (geplante Auflage 2000: 250.000 Exemplare) können interessierte StudentInnen aller Fachrichtungen über 1.000 karriereorientierte Unternehmensprofile (laut eigenen Angaben der größte Datenbestand dieser Art in Deutschland) durchsuchen, einsehen und vergleichen. Zum jeweiligen Profil können sie dann Informationen zu Jobs, Praktika, Diplomarbeit,

Karrierechancen etc. abrufen. Durch die Zusammenarbeit mit über 250 Universitätseinrichtungen wie Lehrstühle, Bibliotheken, Fachschaften, Uni-Career Services und den Hochschulteams der Arbeitsämter werden die Karriere-CDs Studenten und Studentinnen zur Verfügung gestellt.

Der Grundeintrag für Unternehmen in die Datenbank ist kostenfrei. Er erfolgt über einen Fragebogen auf der Website. Neben der Allianz, Lotus, DaimlerChrysler Aerospace und der KPMG unterstützen noch über 40 weitere Werbepartner das Karriereportal, beispielsweise Arthur Andersen, Siemens und VW. »Wir bieten für Unternehmen eine grosse Spielwiese, auf der sie sich austoben können, um sich unserer studentischen Zielgruppe als sexy Arbeitgeber zu präsentieren«, so Vorstandsvorsitzender Bernhard Rauscher. (cw)

Gabler / MLP

Neue Karriereplaner

Gabler hat in Zusammenarbeit mit MLP zwei neue Karriereplaner herausgegeben: Einer mit Schwerpunkt Technik, der andere mit Schwerpunkt Wirtschaft. Die beiden Handbücher sind gleichzeitig auch Nachschlagewerke sollen den Studenten Antworten auf alle Fragen rund um Studium und Berufseinstieg geben. Beide Bücher sind sehr übersichtlich aufgebaut, leicht verständlich und geben sinnvolle Tipps und Informationen. Ein Extra-Kapitel befasst sich mit dem Thema Existenzgründung. Dazu gibt es über 250 Stellenzeigen nebst Firmenprofilen. Ideal: Auch die Bewerbungsformalitäten der einzelnen Firmen werden beschrieben!

Die neue Auflage des Berufs- und Karriereplaners Wirtschaft gibt es für 24,80 DM im Gabler Verlag, ISBN:3-409-336397, der Ratgeber mit Schwerpunkt Technik kostet das gleiche, er hat die ISBN: 3-40913640-1. (cw) □

Fehlerteufel in Ausgabe 32

Die Agentur Communication aus München bietet für Mittelständler übers Internet Pressearbeit als Service an. Die korrekte Adresse lautet: www.comonweb.de, über die .com-Adresse landet man dagegen auf einer französischen Site zur Herstellung kunstvoller Stein-Mosaik. (cw)