



Thema: Employer Branding

Autor: k.A.

Absageschreiben: Bloß keine Floskeln

Employer Branding. Abgelehnte Bewerber frustriert gar nicht so sehr die Absage selbst, sondern die Art und Weise, wie und wann sie überbracht wird. Damit wird zugleich die Arbeitgebermarke angekratzt.

Viel Aufwand steckt in einer Bewerbung: vom zurechtgeheilten Lebenslauf bis zum auf das Unternehmen zugeschnittenen Motivations schreiben, von transpirationsfördernden Interviewterminen bis zum kompetitiven Assessment Center. Und dann, nach einer ausgiebigen (und meist unnötig langen) Zeit des Warten und Bangens, vernichtet ein lapidares Absageschreiben alle Hoffnungen.

Sabine Hödl, eine von acht Texterinnen der Agentur Wortwelt, hat hundert aktuelle „Leider nein“-Schreiben analysiert. Sieben Floskeln erfreuen sich besonderer Beliebtheit (siehe Grafik).

Oft kommen sie von denselben Unternehmen, die sich ausgeklügelte Employer-Branding-Konzepte auf die Fahnen schreiben. Alle Aufmerksamkeit gilt dem Kandidaten, der das Rennen macht. Alle anderen müssen bis zu zwei Monate auf die Absage warten, liest Hödl aus den Schreiben heraus. Und so mancher Bewerber wisse aus Erfahrung, dass viele Firmen gar nicht antworten. Grund sind immer knappe Ressourcen und die Überbelastung der Personalabteilung.

Floskelranking

Die häufigsten Formulierungen in 100 Absagebriefen

Floskel	Prozent
1. Vielen Dank für Ihre Bewerbung und Ihr Interesse an unserem Unternehmen.	74
2. Wir bedauern, Ihnen mitteilen zu müssen, Sie nicht in die engere Auswahl ziehen zu können.	48
3. Wir erlauben uns, Ihre Unterlagen in Evidenz zu halten.	21
4. Nach sorgfältiger Prüfung müssen wir Ihnen leider mitteilen, dass wir uns für einen anderen Kandidaten entschieden haben.	16
5. Wir bitten Sie um Verständnis für diese Entscheidung.	13
6. Aufgrund der Vielzahl an Bewerbungen ist uns die Entscheidung nicht leicht gefallen.	8
7. Leider müssen wir Ihnen einen abschlägigen Bescheid geben.	6

Quelle: Wortwelt · Grafik: „Die Presse“ · PW

Der erste Schritt für zeitgemäßes Absage-management ist die rasche und sympathische Information der Ausgeschiedenen. Ikea Deutschland antwortet auf Initiativbewerbungen: „Wir wollen Ihre Geduld nicht unnötig strapazieren. Wir haben uns sehr bemüht, für Sie das Richtige zu finden. Doch bei Ikea fühlen sich die Mitarbeiter so wohl, dass wir derzeit nicht den passenden Arbeitsplatz für Sie haben.“ Formel-1-Ventilfertiger Male freut sich, „dass Sie mit Male nicht nur in der Formel 1 ganz vorn dabei sein wollen“. Statt bürokratischer Evidenzhaltung würde man „Ihre Bewerbung gern in unserer Boxenstraße parken“. Sinterformteile-Produzent Miba nützt die Gelegenheit zur Bewerbung seiner Jobbörse: „Aktivieren Sie den Miba-Jobalarm und erhalten Sie so alle Ausschreibungen, die zu Ihrem Lebenslauf passen.“

In besonders angenehmer Erinnerung bleibt, wer kleine Warenproben mitschickt. Wein & Co. pflegte einer Absage einen Rabattgutschein beizulegen, Red Bull eine Dose des Hauses. Was durchaus zu neuerlicher Bewerbung anregt. (al)