

Thema: Employer Branding

Autor: k.A.



**Absageschreiben** Floskel-Eldorado ohne Markenbezug – Untersuchung weist auf dringenden Handlungsbedarf hin

# Die Kunst der Absage

Bewerber bekommen Mails mit austauschbaren Floskeln, als gäbe es keinen War for Talents.

**Wien.** „Wir bedauern, Ihnen mitteilen zu müssen, dass wir Sie aufgrund der Vielzahl an Bewerbungen nicht in die engere Auswahl ziehen können ...“ – „Das zieht nicht an – weder aus der Perspektive ‚Textfrische‘, noch im Sinne von Markenattraktivität“, sagt Sabine Hödl von der Agentur wortwelt. Sie hat 100 Absagebriefe von heimischen Unternehmen analysiert, die allesamt vor Kurzem real geschrieben und versandt wurden.

Hödl's Überlegung: Die Firmen investieren viel Geld in Employer Branding, Personalberater und Karriereseiten. Ein gut getextetes Absageschreiben kostet im Verhältnis viel weniger, erhöht allerdings die Glaubwürdigkeit gegenüber den Bewerbern. „Im persönlichen Schreiben merken Menschen, ob publizierte Werte *leben* oder eben nicht. Das Arbeitgebersprechen steht also gleich am Prüfstand, denn oft kommen auf eine Zusage zehn, zwanzig, hundert Absagen. Die Art und Weise, wie das ‚nein, danke‘ formuliert ist, prägt sich bei Jobsuchenden ein“, sagt Hödl.

## Das Floskel-Ranking

Die häufigsten Formulierungen in 100 Absagebriefen in 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%.
- Wenn man überlegt, wie viel

Arbeit Bewerber in ihre Unterlagen und Recherchen stecken, ist diese Art von Antwort enttäuschend. „Nur zwei der 100 Absagebriefe waren wirklich anders“, berichtet Hödl. „Eine davon ist aber erst zwei Monate nach dem Bewerbungsgespräch gekommen; da hilft dann auch der beste Text nichts mehr.“ Absageschreiben sind ein Aushängeschild des Unternehmens: Die Bewerber können Mitarbeiter oder Kunden von übermorgen sein

## Tipps für „frische“ Absagen

- Überlegen Sie, wie Sie Ihre Markenwerte in die HR-Korrespondenz bringen.
- Schreiben Sie menschlich, es geht um etwas Persönliches.
- Vermeiden Sie bürokratische Wörter wie z.B. Evidenz.
- Schreiben Sie so, wie Sie am Telefon sprechen.
- Lassen Sie 08/15 Sätze weg.

Sabine Hödl hat einen „So-killig-meine-Marke-Brief“ aus den unfreundlichsten Sätzen in den 100 Absagen zusammengestellt:

## So wird's nicht gemacht

*Sehr geehrter Kandidat!  
Vielen Dank für Ihre Bewerbung und das damit bekundete Interesse an einer Mitarbeit in unserem Unternehmen.*

*Aufgrund der Bewerbungsunterlagen, und diese stellen das erste Vorauswahlinstrument bei uns dar, haben uns andere Bewerber mehr von der Passgenauigkeit ihrer Qualifikation in Bezug zu unserem Anforderungsprofil überzeugen können. Damit wollen wir jedoch keinesfalls ein Werturteil über Ihre persönlichen und beruflichen Eigenschaften und Fähigkeiten verbunden wissen, sondern haben uns bei unserer Entscheidung ausschließlich am spezifischen Bedarf orientiert. Aus diesem Grund müssen wir Ihnen*

*leider abschlägig Bescheid geben.*

*Ihre Unterlagen, die Sie uns freundlicherweise per Mail zur Verfügung gestellt haben, vernichten wir aus Datenschutzgründen.*

*Bitte bewerben Sie sich, Ihrer Einschätzung nach, erneut auf interessante Inserate.*

*Mit freundlichen Grüßen*

*PS: Bitte sehen Sie von einer Antwort ab, da eine solche Nachricht unzustellbar ist und die Personalabteilung nicht erreicht.*

[www.wortwelt.at](http://www.wortwelt.at)

Thema: Employer Branding

Autor: k.A.



Sabine Hödl, wortwelt: „Absageschreiben sind eine Chance, sich zu positionieren.“