

Praxistipps für wirksame Stellenanzeigen

„Wir sind ...“: Die Selbstdarstellung

Am Anfang der Stellenanzeige sollte sich das Unternehmen zunächst seinen potenziellen künftigen Mitarbeitern vorstellen – wie in einem Gespräch. Üblicherweise wird in dieser Kurzpräsentation das Geschäftsfeld beschrieben: zudem werden Mitarbeiterzahl und Standort genannt – leider meist in einer sehr nüchternen Sprache. Dabei könnten sie als Unternehmer diese Passage nutzen, um für sich zu werben..

Beispiele: Ein Autoindustrie-Zulieferer im Schwarzwald, der einen erfahrenen Controller suchte, schrieb in seiner Stellenanzeige, seine Zentrale sei dort, „wo andere Menschen Urlaub machen“. Und ein Internet-Start-up, das einen Softwareentwickler suchte, schrieb: „Unsere Brutstätte ist in der pulsierenden Metropolregion Rhein-Main, in der Wissenschaftsstadt Darmstadt. Dort gibt es drei Hochschulen und viele international renommierte Forschungseinrichtungen, mit denen wir kooperieren.“

„Wir suchen ...“: Die Stellenbeschreibung

Nach der Selbstpräsentation folgt in der Regel eine Kurzbeschreibung der vakanten Stelle. Hier gilt es die wichtigsten für Bewerber relevanten Daten und Fakten zu nennen. Unabdingbar ist eine möglichst konkrete Beschreibung der Aufgaben. Sinnvoll sind auch Angaben dazu, wo die Stelle in der Unternehmenshierarchie angesiedelt ist und welche Befugnisse der künftige Stelleninhaber hat, damit potentielle Kandidaten entscheiden können: Ist das eine interessante Stelle für mich?

„Wir erwarten ...“: Das Anforderungsprofil

Nach der Stellenbeschreibung werden meist die Anforderungen an den neuen Mitarbeiter formuliert – zum Beispiel, welche Ausbildung, Berufserfahrung, IT- und Fremdsprachenkenntnisse er oder sie haben sollte. Bei manchen Stellenanzeigen kommt schnell der Eindruck auf, dass die „Eierlegende Wollmilchsau“ gesucht wird. Doch die finden Unternehmen in Zeiten eines latenten Fachkräftemangels selten. Deshalb:

Analyse der Anforderungen: Betriebe sollten vor dem Formulieren einer Stellenanzeige scharf analysieren: Welche Anforderungen muss der künftige Stelleninhaber auf alle Fälle erfüllen? Und: Wo können wir Abstriche machen? Denn wird die Messlatte zu hochgelegt, bewerben sich vielleicht nicht genug Stellensucher, ist die Messlatte zu niedrig, besteht die Gefahr, dass sich vorwiegend ungeeignete Kandidaten bewerben. Hier das rechte Maß zu finden, setzt eine realistische Einschätzung der Arbeitsmarktsituation voraus.

Definition der sozialen Kompetenz: Meist enthält das Anforderungsprofil auch Angaben zur sozialen Kompetenz des künftigen Mitarbeiters – jedoch oftmals in schwammigen Formulierungen wie „„Unser neuer Mitarbeiter soll flexibel und belastbar sein.“ Vermeiden Sie solche Floskeln. Denn was bedeutet die Vokabel „flexibel“? Dass Ihr neuer Mitarbeiter rund um die Uhr abruf- und einsatzbereit sein muss? Und was bedeutet die Vokabel „belastbar“? „Unser neuer Vertriebsleiter sollte auch in kritischen Situationen einen kühlen Kopf bewahren.“ Dann wissen die Bewerber, was erwartet wird, und müssen nicht spekulieren.

„Wir bieten ...“: Die gebotenen Leistungen

Hier schildert das Unternehmen, was es dem Bewerber bietet. Diese Passage ist, wenn die gesuchte Qualifikation wie im Handwerk rar ist und die potenziellen Kandidaten die Qual der Wahl haben, von großer Bedeutung. Hier sollten Unternehmen alles auflisten, was bei Stellensuchern das Gefühl erzeugt: Das könnte ein interessanter Arbeitgeber für mich sein!

Selbstverständlich ist ein attraktives Gehalt. Doch das bieten auch die Mitbewerber. Also können Unternehmen hiermit selten punkten. Anders sieht es bei den freiwilligen Sozialleistungen und den Aufstiegsmöglichkeiten aus. Wie wäre es zum Beispiel mit

- flexiblen Arbeitszeiten,
- steuerfreien Extras,
- Hilfe bei der Wohnungssuche oder bei Suche eines Kinderhortplatzes.

Tipp: Familienfreundliche Maßnahmen steigern nachweislich die Anzahl der Bewerbungen, reduzieren Fehlzeiten und Fluktuation.

„Wir bitten ...“: Die Bewerbungsmodalitäten

Hier steht unter anderem, wie sich interessierte Personen bewerben sollten und welche Unterlagen sie ihren Bewerbungen beifügen sollten. Sind elektronische Bewerbungen möglich, sollte das Unternehmen angeben, welche Dateiformate erwünscht sind und wie groß Dateien maximal sein sollten. Sinnvoll ist es auch, einen Ansprechpartner mit Durchwahl und Mail-Adresse zu nennen. Sonst landen Bewerber bei telefonischen Rückfragen zunächst in der Zentrale. Werden sie dann von Pontius zu Pilatus verbunden, fragen sie sich automatisch: Wie professionell ist das Unternehmen organisiert?

Es würde mich freuen, wenn Ihnen die Tipps einen Nutzen stiften!
Alfons Breu, Coach für Personalstrategien



alfons.breu@abcconsulting.de



08621/648050

alfons breu consulting