

Betriebsführung

Besser texten und gestalten bei der Personalsuche

Stellenanzeigen sind ein wichtiges Instrument zur Mitarbeiterakquise - auch im Internet-Zeitalter. Doch je härter der Kampf um qualifizierte Mitarbeiter, umso treffsicherer müssen sie formuliert und gestaltet sein.

FACHKRÄFTESUCHE

ALEXANDER WALZ

Beim Texten einer Stellenausschreibung können Unternehmen sich an der Fünf-W-Regel orientieren. Ihr zufolge besteht eine Stellenausschreibung aus den fünf Textpassagen „Wir sind...“, „Wir suchen...“, „Wir erwarten...“, „Wir bieten...“ und „Wir bitten...“.

Die Selbstdarstellung

Zu Beginn der Stellenausschreibung sollte sich das Unternehmen seinen potenziellen künftigen Mitarbeitern vorstellen - wie in einem Gespräch. Üblicherweise wird in dieser Kurzpräsentation das Geschäftsfeld beschrieben; zudem werden Mitarbeiterzahl und Standort genannt. Dabei könnten Unternehmen diese Passage nutzen, um für sich zu werben. Ein fleischerhandwerklicher Betrieb im Schwarzwald, der eine erfahrene Fachkraft suchte, schrieb in seiner Stellenausschreibung, seine Un-

ternehmen sei dort, „wo andere Menschen Urlaub machen“.

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 potenzielle Kandidaten entscheiden können: Ist das eine interessante Stelle für mich?

Das Anforderungsprofil

Nach der Stellenbeschreibung werden meist die Anforderungen an den neuen Mitarbeiter formuliert - zum Beispiel, welche Ausbildung, Berufserfahrung, Zusatzqualifikation und Fremdsprachenkenntnisse er oder sie haben sollte. Bei vielen Stellenausschreibungen gewinnt man den

Eindruck: gesucht wird die „Eier legende Wollmilchsaue“. Doch die finden Handwerksbetriebe in Zeiten eines latenten Fachkräftemangels selten.

Deshalb sollten die Unternehmen vor dem Formulieren einer Stellenausschreibung scharf analysieren: Welche Anforderungen muss der künftige Stelleninhaber auf alle Fälle erfüllen? Und: Wo können wir Abstriche machen? Denn wird die Messlatte zu hoch gelegt, 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.

Meist enthält das Anforderungsprofil auch Angaben zur sozialen Kompetenz des künftigen Mitarbeiters - jedoch in so 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“? Dass Ihre Personaldecke so dünn ist, dass der Neue in Arbeit ertrinkt? Schreiben Sie statt „flexibel“

zum Beispiel: „Unser neuer Produktionsmitarbeiter soll für neue Problemlösungen offen sein.“ Und statt „belastbar“: „Unser neuer Filialleiter sollte auch in kritischen Situationen einen kühlen Kopf bewahren.“ Dann wissen die Bewerber, was erwartet wird, und müssen nicht spekulieren.

Das Angebot

Hier schildert der Betrieb, was er dem Bewerber bietet. Diese Passage ist, wenn die gesuchte Qualifikation rar ist und die potenziellen Kandidaten die Qual der Wahl haben, von großer Bedeutung. Hier sollten nicht nur Familienunternehmen 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 - zumindest laut Stellenausschreibung. Also können Unternehmen hiermit nicht punkten. Anders sieht es bei den freiwilligen Sozialleistungen und den Aufstiegsmöglichkeiten aus. Und nicht jeder Betrieb unterstützt seine Mitarbeiter bei der Wohnungssuche oder der Suche eines Hortplatzes. Auch mit den Weiterbildungsmöglichkeiten können Unternehmen punkten - beispielsweise in Betriebswirtschaft, Ernährungsbildung oder einem Kurs zum Fleischsommelier.

Die Bewerbungsmodalitäten

Hier steht unter anderem, wie sich Interessierte bewerben sollten und welche Unterlagen sie der Bewerbung beifügen sollten. Ist der elektronische Weg 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 E-Mail-Adresse zu nennen. Werden die Bewerber am Telefon von Pontius zu Pilatus verbunden, fragen sie sich automatisch: Wie professionell ist die Metzgerei organisiert?

Meist enden Stellenausschreibungen mit einem steifen Satz wie: „Senden Sie Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen bis zum 31. Mai an unsere Personalabteilung.“ Sympathischer wäre ein Satzwort wie: „Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.“ Beachten Meisterbetriebe die genannten Punkte, dann sind und bleiben Anzeigen ein wirksames Instrument zur Personalsuche und stärken das Image des Unternehmens. | afz 33/2016

Die 5 wichtigsten Punkte

- Kurzpräsentation des Unternehmens
- Kurzbeschreibung der Stelle
- Anforderungen an den neuen Mitarbeiter
- Was bietet der Betrieb?
- Bewerbungsmodalitäten: Brief oder E-Mail?