

Stelleninserate texten

Offene Stellen und unpassende Kandidaten?

Ungenau oder gar schlecht formulierte Stelleninserate sind häufiger als viele glauben. Ein intelligentes Online-Textertool legt den Finger in die offene Wunde von Stellenanzeigen. Der CW-Editor löst mit der Methode der Vier-Farben-Sprache überraschende Reaktionen im HR Recruiting aus.

Hans-Peter Förster

Ein leitender Mitarbeiter einer der weltweit grössten Arbeitsvermittler bringt die aktuelle Problematik auf den Punkt: «Wir sehen uns konfrontiert mit Mitarbeitenden- und Kandidatenmangel. Daher müssen unsere Annoncen spannender, aussagekräftiger, fesselnder, Neugier erweckender und trendiger sein als diejenigen unserer Mitbewerber.»

Stellenanzeige mit Wirkung

Consult & Pepper mit Geschäftssitz in Baden und Niederlassungen in Luzern und Winterthur unterstützt Fachspezialisten und Führungskräfte beim Planen und Realisieren des nächsten Karriereschrittes. Unternehmen wird bei der schnellen, sicheren und dauerhaften Besetzung von Schlüsselpositionen geholfen. Primär geht es um Ingenieure, Wirtschaftsinformatiker sowie Betriebswirte. Spannende Aufgaben im Engineering und in der Beratung bei nationalen wie internationalen Unternehmen werden nach der hier beschriebenen Methode gezielt eingesetzt. Eine Kostprobe, mit welchen Worten Interessenten für die Position Leiter Application Delivery angesprochen

wurden: «Ihr Profil: Entscheidungsfreudig nehmen Sie das Steuer in die Hand und führen sieben Teams mit fünfzig Mitarbeitenden zum Erfolg. ... Als Projektleiter verstehen Sie es, mit Fachwissen und erfrischenden Ideen neue Impulse zu setzen. Verantwortung wird gross geschrieben, schliesslich geht es in komplexen Projekten um Millionen-Budgets. ... Eine packende Gelegenheit, ein fortschrittliches Unternehmen mit in die Zukunft zu führen! Nehmen Sie diese Herausforderung an?»
Resonanz nach der Schaltung dieses Stellen-

inserates von Consult & Pepper Management Partner, Mario Petrecca: «Die Anpassungen trafen ins Schwarze! Bewerber-Echo = 75 Kandidaten bislang, davon 15 sehr interessante. Also super.»

Typische Mängel

Schon Mark Twain beklagte Buchstabenpropositionen. In manchen Anzeigen-Friedhöfen feiern sie Wiederauferstehung. Die Rede ist von Wörtern, die scheinbar nie enden



wollen. Dabei könnten kleine Handgriffe Lesefreundliches bewirken. Statt Lebensmittelverarbeitungsbetrieb besser: «Wir verarbeiten Lebensmittel und sind in unserer Region ein führender Betrieb.» Für Betriebe wie Finanzdienstleistungsunternehmen, Telekommunikationsdienstleister oder Energieversorgungsunternehmen gilt das Prinzip: Buchstabenketten auflösen. Manchmal reicht schon ein Bindestrich. Statt: Projektmanagementkenntnisse = Projektmanagement-Kenntnisse.

Ein Kopfschütteln ist angebracht, wenn ein Arbeitgeber in einem Stellenprofil Folgendes wünscht: «Entwicklungsbegleitende Wahrnehmung der qualitätssichernden Aufgaben.» Wen wundert es, wenn eine qualifizierte Fachkraft auf der Suche nach einer neuen, anspruchsvollen Herausforderung hier jegliche Lust am Bewerben verliert? Und es stellt sich für den Unternehmer eine ernste Frage: Ist dieser für das Personal verantwortliche Mitarbeiter wirklich seinem Job gewachsen? Würde ein HR-Manager, der als Wertschöpfer und Unternehmensentwickler fungieren soll, einen solchen Insetrate-Text zum Veröffentlichen freigeben?

Konform und relevant

Beim Schreiben von Stelleninseraten müssen zwei Dinge erfüllt werden: Der Stil muss konform zu den Markenwerten und zum Leitbild des Unternehmens stehen. Der Personalchef als HR Business Partner muss daher das Unternehmen, die Vision und Strategie detailliert kennen. HR-Wissen allein reicht nicht aus, um die Kandidaten zu finden, die zum Unternehmen passen. Und damit zur zweiten Voraussetzung des professionellen Textens: Das Stelleninserat muss für die angepeilte Zielgruppe relevant sein. Markenwerte wie zum Beispiel «Sympathie» oder «Vorsprung» fordern HR-Texter gerade dazu auf, dies mit professioneller Unternehmenssprache in Stelleninseraten unter Beweis zu stellen.

Lesertest

«KMU-Magazin»-Leser können den CW Editor online bis 30. November 2008 mit allen Funktionen uneingeschränkt ausprobieren:

www.corporate-wording.com/KMU
Benutzername = kmumagazin
Passwort = kmu2008

Lösung für Word-Anwender:
30 Tage-Testversion «Floskelscanner»
www.floskelscanner.de

Die Kernbotschaft muss folgende Anforderungen erfüllen: deutlich, zur Identität passend und einprägsam.

Das Problem muss an der Wurzel gepackt werden. Es beginnt bei banalen Nachlässigkeiten. So zählt die Suchmaschine www.google.ch beim Suchbegriff «Offene Stellen» mehr als 2,7 Millionen Einträge. «Sie sind auf der Suche nach offenen Stellen? Dann sind Sie bei uns genau richtig», heisst es auf etlichen Stellenmarkt-Portalen. Unter der Rubrik Offene Stellen wird der Suchende auf vielen Homepages fündig wie zum Beispiel auf der Website des Kantonsospitals Winterthur oder der Reha-Clinic Bad Zurzach, um zwei Beispiele zu nennen. Doch Vorsicht: «Ärzte warnen vor offene Stellen» – wenn auch im anderen Kontext. Die Rede ist von Diabeteserkrankungen!

Keine Allerweltswörter

Zu den häufigsten Floskeln in Stelleninseraten zählen die Wörter: entsprechend, verfügbar, idealerweise, insbesondere und vollständig. Das wurde mit einem Add-In für Word-Anwender, dem Floskelscanner, herausgefunden. 400 Stelleninserate standen dazu auf dem Prüfstand. Erkenntnis aus der Untersuchung: Arbeitgeber sollten diese Allerweltswörter durch lesefreundliche Inhalte

ersetzen. Erst dann erhält die Annonce einen individuellen Anstrich, der sich positiv vom Einheitsbrei abhebt. Sprache prägt Identität. Statt «Sie sind für die Kundenanfragen zuständig» besser «Sie verstehen es, Kunden zu begeistern und haben Antwort auf all deren Fragen».

Aktive Menschen, die mit Leidenschaft und mit 120-Prozent-Engagement eine neue Herausforderung suchen, werden sich auf passive Jobprofile wie diese kaum melden: «Unterstützung mehrerer Projektreviews wie z.B.: Prüfung der Projekt-Dokumentation auf Vollständigkeit und inhaltlicher Abdeckung, Vor- und Nachbereitungsarbeiten wie Unterstützung bei der Durchführung von Interviews, Schwachstellen-Analyse und Aufbereitung der Analyse-Ergebnisse, Definition von Verbesserungsmaßnahmen und -Vorbereitung von Management-Präsentationen zur Verbesserung der Reife im Projekt Management.» Da melden sich allenfalls Langweiler mit 80 Prozent und weniger Arbeitsmotivation. Die aktive Variante: «Abwechslung pur, denn Sie lieben es, mehrere Dinge fast gleichzeitig zu tun: Bei Projektreviews packen Sie mit an. Sie prüfen kritisch, ob die Dokumentationen vollständig sind und inhaltlich alles abdecken. Vor und nach Projekten gibt es viel zu tun. Sie helfen beim Durchführen von Interviews, decken Schwachstellen in Analysen auf, bearbeiten die Ergebnisse und definieren Massnahmen zur Verbesserung. Lieben Sie Premierenstimmung? Die erleben Sie beim Vorbereiten von Management-Präsentationen. Sie werden viel Beifall ernten, wenn Sie zu einem professionelleren Projekt-Management beitragen.»

Schwachstelle vieler Stelleninserate: Unpräzise, sehr allgemein formulierte Anforderungsprofile. So wird zum Beispiel das Wort Kenntnisse inflationär gebraucht. Dabei bietet die deutsche Sprache etliche Varianten: Erfahrung, Einsicht, Einblick, Wissen, Bildung, Vertrautheit, Überblick, Weitblick, Weitsicht, Praxis, Know-how, Weisheit, Le-

benserfahrung, Menschenkenntnis, Weltkenntnis, weltläufig, weltgewandt, wortgewandt usw.

Erfolg hat Methode

Für effiziente Zielgruppen-Ansprache hat die deutsche Pintexx GmbH, Ludwigsburg, eine Technologie entwickelt, die auch das Editieren und Analysieren von Stelleninseraten vereinfacht. Der «CW Editor» ist Teil einer TQM-Lösung für ein durchgängiges Corporate Wording. TQM steht für Text-Quality-Management. Alles, was man braucht, ist ein Online-Zugang und als Browser Internet-Explorer oder Firefox. «KMU-Magazin»-Leserinnen und -Leser können dieses Texter-Werkzeug kostenlos ausprobieren (siehe Box).

Im Hintergrund stehen Datenbanken, die nach der Methode der Vier-Farben-Sprache entwickelt und in den CW Editor eingebunden wurden. Aus dieser Synergie ist es den Entwicklern gelungen, einen Thesaurus der besonderen Art zu realisieren: Vier Farb-codes stehen für vier Grundtypen. Blau/Rationalisten, Grün/Konservative, Gelb/Intui-

tive und Rot/Emotionale. Die zielgruppen-genaue Textarbeit ist denkbar einfach: Zum Beispiel Farb-Button Blau anklicken. Blitzschnell markiert der Thesaurus die «blauen», rationalen Wörter, die folglich den Rationalisten ansprechen. Will man den emotionalen Arbeitssuchenden erreichen, wählt der Anwender aus «roten», emotionalen Synonymen. Personalabteilungen, die mit Typologie-Tests wie MBTI, DISG/Persolog, HDI, Insights, Struktogramm, Limbic-Maps oder Ähnlichem vertraut sind, werden dieses Tool besonders schnell zu schätzen wissen. Setzt man damit doch schon im Stelleninserat den typologischen Auswahl-Filter. Ein konservativer, zurückhaltender Energie-Manager wird sich auf die Ansprache «Mister 1000 Volt» kaum bewerben.

Im Handumdrehen ist ein Switchen zwischen verschiedenen typologischen Sprachstilen oder einem Mix aus mehreren Farben möglich. Mit wenigen Mausclicks wird aus dem rationalen «Sie zeigen grosses Interesse an Projektarbeit» (Blau) schnell ein konservatives «Zu solider Projektarbeit haben Sie ein gutes Verhältnis» (Grün). Aus dem erlebnisbetonten, intuitiven «An aufregender Projektarbeit haben Sie einen Affen

gefressen!» (Gelb) wird rasch eine emotionale Variante: «Für leidenschaftliche Projektarbeit haben Sie eine Schwäche.» (Rot).

Für welche Formulierung man nun etwas übrig hat, an welchem Satz man Gefallen findet, ob man an einem Beispiel wie eine Klette hängen bleibt oder eine Formulierung besonders begehrt, liegt allein am eigenen Typus! ■



Seminar



Hans-Peter Förster gibt demnächst zwei Seminare in der Schweiz: Das Zwei-Tages-Seminar «Texten wie ein Profi» am 27. bis 28. Oktober 2008 und das ZfU Trendforum «Stelleninserate professionell texten» am 24. November 2008. Nähere Informationen: ZfU International Business School, 8800 Thalwil, 044 722 85 85, www.zfu.ch

Porträt



Hans-Peter Förster ist Inhaber des Lehrstuhls für Corporate Wording an der ZfU International Business School und Experte für Unternehmenssprache und Begründer der Methode der «Vier-Farben-Sprache». Seit über 25 Jahren frei und unabhängig, Praxiswissen aus rund 30 Branchen. Freier Journalist und Autor dutzender Bücher, darunter der Bestseller «Texten wie ein Profi», F.A.Z. Buch, und das Standardwerk «Corporate Wording» sowie Texter-Tools «Floskelscanner» (F.A.Z. Buch) und «CW Editor» (Pintexx GmbH). Für herausragende fachliche sowie methodisch-didaktische Leistungen wurde er durch den ZfU Teaching Award in Gold ausgezeichnet.

Fragen



Hans-Peter Förster
Experte für Unternehmenssprache
Corporate Wording
J.-P.-Hebel-Weg 35
D-79737 Herrschried
foerster@wording.de
www.wording.de

