

## Verstehen der Rekrutierungslandschaft

Wenngleich man vor ein paar Jahren noch hauptsächlich über Medien wie Zeitung oder schlichtweg Mundpropaganda nach passenden Jobanwärtern gesucht hat, so hat sich diese Landschaft aufgrund des Internets innerhalb kürzester Zeit komplett gewandelt und heutzutage sind die **3 Hauptressourcen** für Jobsuchende:

- Online Jobportale
- Lokale Zeitungen
- Webseiten von lokalen Zeitungen

Wichtig ist auch zu verstehen, dass nicht alle Jobsuchende von den gleichen **Motivationen** getrieben werden und die **Dringlichkeit**, einen neuen Job zu finden, ebenso variiert. Man unterscheidet zwischen

- aktiven Jobsuchenden und
- passiven Jobsuchenden.

Für aktiv Suchende ist es von höchster Dringlich- und Wichtigkeit, einen Job zu finden, wohingegen passiv Suchende eher nur „für neue Möglichkeiten offen sind“. Da diese zweite Gruppe allerdings beinahe die Hälfte der Jobsuchenden ausmacht, ist es von großer Bedeutung, diese Personen ebenso anzusprechen – **richtiges Inserieren von gut geschriebenen Jobangeboten** kann dabei sehr hilfreich sein.

## Gestaltung der Jobinserate

Faktoren wie ein

- unbekannter Jobtitel,
- irreführende Beschreibungen,
- fehlende Schlüsselwörter und Phrasen,
- das falsche Medium oder
- der falsche Veröffentlichungszeitraum

können allesamt zu einer Flut an ungeeigneten Bewerbern führen. Es gibt zahlreiche Wege, wie man seine eigenen Jobanzeigen ungewollt „sabotieren“ kann. Deshalb sollte man 2 Schritte besonders beachten:

### **1. Leisten Sie gute Vorarbeit**

Es zahlt sich aus, etwas mehr Zeit am Beginn des Rekrutierungsprozesses aufzuwenden, da man dadurch den Arbeits- und Zeitaufwand am Ende erheblich reduzieren kann. Das heißt, der Mehraufwand, den man in die Gestaltung des Jobinserates steckt, spart man infolge bei den weiteren Schritten im Rekrutierungsprozess ein, da beispielsweise die Anzahl der Lebensläufe reduziert, die Qualität der Bewerber allerdings erhöht wird.

## 2. Vermitteln Sie die richtige Marketingbotschaft

Schafft man es, die Jobanzeige richtig zu vermarkten, so hat man dadurch mehrere Vorteile:

- Attraktivität für Top-Performer
- Positiver erster Eindruck
- Desto höher die Qualität der Jobanzeige, desto höher auch die Qualität der Bewerbungen

## Entwicklung eines aussagekräftigen Jobinserats

Um nun eine effektive Stellenanzeige zu entwerfen, befolgen Sie diese Schritte der Reihe nach:

### *Informationssammlung*

Die zuständigen Personalmanager wissen zumeist am besten Bescheid, was das Inserat enthalten und wie man es gestalten sollte. Wichtige Punkte, die Sammlung von Informationen für die Anzeige betreffend, sind unter anderem:

- Motivationen (das „Warum“) der Jobsuchenden
- Besondere Möglichkeiten im Bezug auf die jeweilige Stelle
- Einmalige Herausforderungen
- Informationen zur Unternehmens- und Abteilungskultur
- Laufende oder geplante, spezielle Projekte
- Karriereaussichten/-weiterentwicklungsmöglichkeiten
- Unterscheidung von „**unbedingt notwendigen**“ und „**zusätzlichen**“ Fähigkeiten

### *Entwurf des Jobinserats*

Nach der Informationssammlung ist es wichtig, den so genannten **USP** („Unique Selling Proposition“) ausfindig zu machen. Was ist das **besondere Merkmal** an diesem Job und was bietet Ihr Unternehmen, was sonst keines hat?

Ihre Jobanzeige soll genau diese Eigenschaften an die Jobsuchenden vermitteln – im Prinzip verläuft das Inserieren einer guten Stellenausschreibung gleich wie die Vermarktung eines Produktes!

### *Verfassen der Jobbeschreibung*

Die wichtigsten Sektionen einer Jobbeschreibung sind insbesondere:

- Unternehmensinformation
- Beschreibung der Arbeitsstelle
- Verantwortung in der jeweiligen Position
- Notwendige Qualifikationen
- Benefits

Zur besseren **Lesbarkeit** empfiehlt es sich

- Aufzählungszeichen zu verwenden und
- so präzise und knapp wie möglich zu sein.

## *Unternehmensinformation*

Die Jobsuchenden wollen wissen, in welche Art von Unternehmen sie einsteigen, weshalb der Unternehmensbeschreibung auch entsprechende Bedeutung beigemessen werden muss. Interessant aufbereitete Informationen zu

- der Unternehmenskultur,
- zukünftigen Projekten,
- den Wachstumsaussichten und dergleichen

können allemal das Interesse von potentiellen Kandidaten wecken.

## *Auswahl des Jobtitels*

Der Titel des Jobinserats sollte

- klar und präzise,
- **ohne** „kunstvolle“ Aufmachungen oder verwirrende Abkürzungen

sein. Man darf hier ins Detail gehen (z.B. im Bezug auf die Position und die zugehörige Hierarchie-Ebene), wobei man allerdings bei der Länge wiederum aufpassen muss. Gehaltsangaben gehören definitiv nicht in den Jobtitel und mehrere Jobanzeigen mit ein und demselben Titel sollte man ebenso tunlichst vermeiden. Der Personalmanager oder Rekruter kann hier oftmals wertvolle Ratschläge liefern.

## *Einfügen von Schlag- und Schlüsselworten*

Da viele Bewerber Anzeigen nach gewissen Schlagworten durchsuchen, sollte man seine Anzeige auch entsprechend gestalten und im gesamten Text Schlüsselwörter einbauen. Um auch die unterschiedlichsten Personen anzusprechen, ist es ratsam, mehrere Abwandlungen der jeweiligen Begriffe zu verwenden und auf diese Weise die Nuancen der Position zu vermitteln.

## *Überprüfen Sie die Details*

Im Optimalfall überprüft Ihr Rekruter oder Personalmanager die Stellenausschreibung und bestätigt Ihnen, dass dieses Inserat auch wirklich den Idealkandidaten ansprechen wird. Lassen Sie die Anzeige auch sorgfältig auf **Rechtschreibfehler** Korrektur lesen!

## Wichtige Punkte für das Verfassen des Jobinserats:

- Lesen Sie laut vor, was Sie geschrieben haben und korrigieren Sie die Passagen, die sich eventuell seltsam anhören.
- Zählen Sie die Aufzählungszeichen ab – befinden sich mehr als 5 in einer Sektion, entfernen Sie welche davon.
- Nehmen Sie Informationen aus der Anzeige, die sowieso offensichtlich sind.
- Stellen Sie sich vor, Sie würden einen Job suchen und lesen Sie die Anzeige noch einmal durch. Spricht Sie das Jobinserat an? Weckt es Ihr Interesse? Beantwortet es all Ihre Fragen?
- Schreiben Sie mögliche Fragen der potentiellen Kandidaten auf und werfen Sie abermals einen Blick auf Ihr Jobinserat – befinden sich die Antworten zu Ihren Fragen darin?
- Halten Sie die Unternehmensbeschreibung kurz.
- Schauen Sie sich die angegebene, notwendige Berufserfahrung an – haben Sie eine fixe Zahl für die Jahre an Erfahrung angegeben? Zählen die Jahre wirklich mehr als beispielsweise die Projekte, bei denen die Kandidaten mitgewirkt haben?
- Entfernen Sie Ihren Firmennamen und ersetzen Sie ihn mit dem Ihrer Konkurrenz – erkennen Sie bzw. macht es einen Unterschied? Wenn nicht, denken Sie an die Jobsuchenden und den Eindruck, den es bei ihnen hinterlassen wird!