

Die Macht der Stellenanzeige

Wie Sie Stellenanzeigen formulieren, die wirken

von Antje Hein

Vom Mangel in den Reichtum

„Der Markt ist einfach leergefegt“, höre ich oft. Das bedeutet, dass Unternehmen vor allem Fachkräfte erreichen müssen, die anderswo nicht glücklich sind. Doch wie, wenn alle Stellenanzeigen in der Branche gleich klingen?

Formulieren Sie Anzeigen, die anders sind. Keine Regel der Welt schreibt vor, dass Anzeigen dröge und mit Standardfloskeln daherkommen müssen. Überlegen Sie, was Sie als Arbeitgeber attraktiv macht!

Es ist erlaubt, mit Ihren vorhandenen Mitarbeitenden darüber zu sprechen, warum sie gern bei Ihnen arbeiten. Was hat diese Menschen angesprochen? Welche Ängste und Befürchtungen hatten sie? Beziehen Sie Ihr Team in den Prozess mit ein. Befragen Sie sie auch, was sie stört und arbeiten Sie an der Verbesserung der Arbeitsplätze. Wer gute Leute will, muss auch dafür sorgen, dass sie sich wohl fühlen.

Menschen wollen gesehen werden

Menschen wollen gesehen werden. Damit potentielle Mitarbeitende (und übrigens auch Kunden) sich verstanden fühlen, ist es wichtig, sich in das Gegenüber hineinzudenken. Sie sind es wert, sich mit ihnen und ihren Bedürfnissen zu beschäftigen.

Das bedeutet, die Haltung zu ändern. Statt Sätze zu schreiben, die mit „Wir“ beginnen, gilt es, Nutzen zu formulieren. Was hat der Mitarbeitende eigentlich davon, genau bei Ihnen zu arbeiten? Und das geht über die monetären Rahmenbedingungen hinaus. Für viele Menschen ist Geld nicht alles. Es geht auch um das Team, das Arbeitsklima, die Arbeitszeiten usw.

Ihre Stellenanzeige ist auch nur ein Mensch

Stellen Sie sich vor, Ihre Stellenanzeige oder Ihre Webseite wäre ein Mensch, dem sie auf einer Party begegnen. Sie begrüßen ihn freundlich. Er antwortet so, wie in Ihrer Anzeige: „Ich bin kompetent, ich bin Spezialist, ich habe ein Haus, ich habe Kollegen, ich habe Fortbildungen gemacht, ich habe Tradition, ich bin irgendwann geboren...“ Wie lange hören Sie zu, bis Sie nach der Bar Ausschau halten?

Natürlich ist das alles wichtig, doch wirkt es auch sympathisch?

Es gibt gute Gründe, Stellenanzeigen und andere Texte so aufzubauen. Und einige gute Gründe sprechen für eine neue Herangehensweise – nämlich immer dann, wenn die Ergebnisse nicht ausreichen und/oder, wenn Sie grundsätzlich über das nachdenken wollen, was Sie als Arbeitgeber attraktiv macht. Ganz nebenbei eröffnen sich Chancen, strategisch zu wirken und möglichst passende Mitarbeitende zu gewinnen. Nicht alle. Die Richtigen!

Wo treffen wir uns?

Überlegen Sie auch, wo Sie die Menschen, die bei Ihnen arbeiten sollen, treffen. In der Regel ist das im Internet. Ganz gleich, ob Sie Anzeigen auf Facebook oder Instagram oder in einer Zeitung schalten wollen: Machen Sie sich die Mühe und richten Sie auf Ihrem Webauftritt eine Seite für jeden Arbeitsplatz ein, den Sie besetzen wollen. Denken Sie darüber nach, wonach diese Menschen googlen. Oft sind regionale Jobportale sinnvoll, und auch diese Anzeigen dort sollten auf Ihre Webseite verlinken, auf der mehr Informationen zu finden sind.

Der Stoff, aus dem gute Anzeigentexte sind

Auf dem Weg zur magnetischen Stellenanzeige gilt es, einige Hausaufgaben zu erledigen. Leitfragen helfen, die passenden Inhalte und Formulierungen zu entwickeln. Die folgenden Leitfragen haben sich in der Praxis als hilfreich erwiesen. Finden Sie gern noch mehr für sich!

1. Welche Sorte Mensch hätten Sie gern? Wer passt zu Ihrem Unternehmen?
2. Was interessiert diese Menschen? Schreiben Sie hinein, wenn Sie bestimmte Interessen bedienen können (z. B. ein kleines Team oder ein großes Team – Menschen haben Arbeitspräferenzen)
3. Sprechen Sie im Text Situationen an, in denen sich Ihre Wunschkandidat*innen vermutlich befinden, wenn sie einen Job suchen, z.B. im Studium, direkt nach dem Studium,
4. Beschreiben Sie den Arbeitsplatz, so wie er ist
5. Welche Befürchtungen haben Ihre Wunschkandidaten womöglich? Vorurteile, z.B. gegenüber der Gegend?
6. Welche Lösungen haben Sie an Bord, um diese Befürchtungen zu zerstreuen?
7. Verändern Sie etwas, falls sich herausstellt, dass Sie für bestimmte Bedürfnisse und Ängste noch keine Lösung haben.

Passen Sie auch die Beschreibung der Aufgaben und Ihrer Erwartungen an. Lassen Sie die leeren Worthülsen weg, wie „Zuverlässigkeit, Teamfähigkeit“. Beschreiben Sie stattdessen Situationen, in denen Sie merken, dass jemand wirklich zuverlässig ist.

Gute Mitarbeitende, die lang bleiben, fallen in der Regel nicht vom Himmel. Bleiben Sie ehrlich und aufrichtig. Was Sie in die Anzeige hineinschreiben, müssen Sie auch halten.

Beispiel-Stellenausschreibung

Vorher

Die CJS ist eine Einrichtung in Trägerschaft des Caritasverbandes für die Diözese Hildesheim e.V., die im Bereich Jugendsozialarbeit mit dem Schwerpunkt Jugendberufshilfe tätig ist. Sie betreibt zwei Jugendwerkstätten, in denen junge Menschen im Alter von 15 bis 27 Jahren im Rahmen berufsvorbereitender Maßnahmen in unterschiedlichen Berufsfeldern beschäftigt und qualifiziert werden.

Ziel ist die Erhöhung der Arbeitsmarktchancen, damit der Einstieg ins Berufsleben gelingt.

Für den Werkstattbereich „Hauswirtschaft / Gastronomie“ suchen wir eine/einen

Koch / Köchin mit 25 Std/Woche. Die Arbeitszeit ist tagsüber.

Schwerpunkte der Arbeit sind:

- die Unterstützung der Fachanleiterin bei der Anleitung und Qualifizierung der in dem Werkstattbereich beschäftigten jungen Menschen
- die tägliche Zubereitung eines Mittagstisches (2-3 Menüs, überwiegend Schulverpflegung) für bis zu 50 Personen.

Sie bringen mit:

- Erfahrung in der Jugendberufshilfe (wünschenswert)
- Empathie für die Zielgruppe
- eine verantwortungsbewusste, selbständige und flexible Arbeitsweise
- Ausbildereignungsprüfung (kann ggf. nachgeholt werden)
- Führerschein.

Wir bieten Ihnen: (...)

Nachher

Die CJS sucht eine/einen

Koch / Köchin für die Jugendwerkstatt, tagsüber, 25 Std./Woche

Aufgabe: Etwa 9 jungen Menschen beizubringen, wie man ein leckeres Mittagessen kocht, und das montags bis freitags für bis zu 50 Personen. Für Sie eine leichte Übung? Dann bewerben Sie sich! Voraussetzungen: Sie mögen junge Leute, sind Ihnen ein Vorbild, gelassen und ganz Sie selbst.

Ihre Aufgaben

- Jungen Menschen zuhören und im richtigen Moment an die sozialpädagogischen Fachkräfte im Haus verweisen
- die Fachanleiterin unterstützen, indem sie den jungen Leuten gelassen alles beibringen, was sie für die Zubereitung einer Mahlzeit wissen müssen
- Zubereiten eines Mittagstisches, perspektivisch bis zu 3 Menüs (überwiegend Schulverpflegung) für bis zu 50 Personen, mit Unterstützung der jungen Leute.
- Gut gelaunt die Speisen austeilen
- Vorbild sein

Wir erwarten

- Sie mit großer Vorfreude und hungrigen Mägen
- sehnsüchtig Ihre Qualitäten als Ausbilder*in, die Sie durch eine Ausbildereignungsprüfung unterstützen
- mit tiefendem Zahn all die leckeren Zutaten, die Sie mit Hilfe Ihres Führerscheins einkaufen werden.

Wir bieten (...)

Die Unternehmensdarstellung

Sie müssen jetzt sehr tapfer sein: Die meisten Leute interessieren sich in erster Linie für sich selbst und die eigenen Probleme, bevor sie sich für Sie, Ihr Unternehmen und Ihre Produkte interessieren. Deshalb ist es hilfreich, die obligatorische Unternehmensdarstellung anzupassen. Entweder Sie passen den Text an auf den Menschen, den Sie gern einstellen möchten (z.B. klein und gemütlich gegenüber groß und geschäftig) oder Sie stellen den Text ans Ende der Anzeige. Viele Jobportale verlangen, dass ein solcher Text am Anfang steht, dann sollte er möglichst ehrlich, direkt und sympathisch wirken. Vermeiden Sie steife, altbekannte Floskeln. Seien Sie einfach so nett, wie Sie sind!

In unserem Beispiel von der CJS klingt das dann so:

Die CJS ist eine Einrichtung der Jugendsozialarbeit mit dem Schwerpunkt Jugendberufshilfe. Das heißt, sie betreibt unter anderem zwei Jugendwerkstätten, in denen junge Menschen im Alter von 15 bis 27 Jahren in unterschiedlichen Berufsfeldern beschäftigt und qualifiziert werden. Ziel ist die Erhöhung der Arbeitsmarktchancen, damit der Einstieg ins Berufsleben gelingt. Der Caritasverband für die Diözese Hildesheim e.V. ist der Träger der CJS.

Umsetzung

Was ist nun der erste Schritt? Setzen Sie sich hin und beantworten Sie die Leitfragen. Befragen Sie Ihr Team. Stellen Sie sich Ihre Lieblingsmitarbeiterin oder Ihren Lieblingsmitarbeiter vor. Wie ist dieser Mensch? Auf welche Art Text würde er reagieren? Haben Sie Mut. Probieren Sie was aus. Schalten Sie mehrere Anzeigen mit unterschiedlichem Text und finden Sie heraus, was am besten funktioniert. Lassen Sie sich von Beispielen inspirieren! Und gegebenenfalls beraten. Viel Erfolg!

Mehr Informationen und Beispiele finden Sie auf www.fachkraefte-reichtum.de