



Leitfaden für ein aussagekräftiges Stelleninserat

Grundlagen

[Art 145 PersV](#)

PHB SG: 80.11

vom: 01.01.2013

Ersetzt: PHB SG 80.11

vom: 01.06.2012

1 Einleitung

Sind Sie sich bewusst, dass ein Stelleninserat immer auch gleich eine Visitenkarte des Kantons und ein Imageträger ist! Nutzen Sie Ihr Stelleninserat als Mehrwert und beachten Sie, dass die Aussenwirkung eines Inserates ein zusätzliches „Marketingtool“ für Sie, Ihr Amt und den Kanton darstellt. Stelleninserate sind das Spiegelbild der Unternehmenskultur. Eine Botschaft des Unternehmens.

Stelleninserate - ob print oder online - entscheiden darüber, ob sich geeignete Kandidaten angesprochen fühlen oder nicht. Erfolgreiche Stelleninserate zeichnen sich durch einen klaren Inhalt, eine aussagekräftige und zielgerichtete Botschaft und ein gewisses „Etwas“ aus, das man Ausstrahlung nennen könnte. Halten Sie sich vor Augen, dass Sie durch ein Stelleninserat geeignete Personen motivieren wollen, dass diese anrufen oder ihre Unterlagen einreichen.

Die Qualität der eingehenden Bewerbungen ist ein erster Prüfstein für die Arbeit des Texters. Allerdings darf nicht ausser Acht gelassen werden, dass das klassische Inserat zwar nach wie vor ein wichtiger Bestandteil in der Personalgewinnung ist, jedoch nicht (mehr) der Einzige. Neben regional und global ausgerichteten elektronischen Stellenmärkten und -börsen sowie attraktiven Firmenhomepages spielt der unsichtbare Stellenmarkt (Abwerbungen, Flüsterpropaganda, persönliche Beziehung, Networking) eine nicht zu unterschätzende Rolle, besonders bei Kaderpositionen. Umso wichtiger ist es, dass das Inserat hohe inhaltliche und sprachliche Qualitätskriterien erfüllt, also attraktiv gestaltet ist, ohne in den Boulevardstil abzugleiten. Fazit: Das Gestalten - ja, es handelt sich um eine gestaltende und nicht um eine routinemässige bürokratische Tätigkeit – muss mit der nötigen Seriosität, Sorgfalt und mit der Unterstützung von Experten erfolgen!

2 Hinweise und Grundregeln für das Erstellen von Inseraten

2.1 Gewinnungsstrategie

Bevor Sie sich konkret Gedanken über die Gestaltung eines Inserates machen, ist es sinnvoll sich zuerst eine klare Strategie für die Gewinnung der neuen Mitarbeitenden zu Recht zu legen.

Damit Sie sich über Ihre Strategie im Klaren werden, können Sie sich unter anderem folgende Fragen stellen.

- Welches ist die erfolgversprechendste Gewinnungsstrategie?
- Wie und wo erreiche ich die potentiellen Bewerbenden?
- Über welche Kanäle sollte die Ansprache erfolgen? Wann bringt welcher Kanal am meisten Nutzen [klassisch via Print und/oder Online, Direktansprachen, persönliche Beziehungen, Fach- und Hochschulen, Vereine, Seminare, Social Netzwerke (z.B. Xing, Facebook usw.)]?
- In welcher Branche finden Sie Ihren Wunschkandidaten?
- Welche Regionen bieten die besten Erfolgsaussichten für die Suche?
- Wie sieht der zeitliche Ablauf aus, bis wann soll der Prozess abgeschlossen werden?



- Müssen noch andere Personen involviert werden?
- Gibt es interne Kandidaten, welche berücksichtigt werden könnten (z.B. MIDAT-Verantwortlichen kontaktieren)?
- Unterstütze ich den Prozess mit elektronischen Hilfsmitteln (z.B. Bewerbungstool Persolution)?
- Ist das Anforderungsprofil noch aktuell? Die Stellenausschreibung ist der Zeitpunkt, um das Anforderungsprofil zu erstellen oder zu aktualisieren (nutzen Sie das Wissen und die Erfahrung des „Noch-Stelleninhabers“).

2.2 Gliederung, Struktur und Design des Inserates

Geschrieben wird, was für die Leserinnen und Leser von Interesse sein könnte. Lange Texte ermüden jede Leserin und jeden Leser und sind folglich kontraproduktiv. Die heutigen potenziellen Bewerberinnen und Bewerber ziehen einen Informationsmix aus kurzen Textblöcken vor, die eventuell ergänzt sind durch Illustrationen. Voraussetzung für ein nachhaltig wirkendes Inserat ist eine leserfreundliche, präzise Sprache, welche die zentralen Informationen ohne Floskeln und Worthülsen, also auf direktem Weg vermittelt.

Dazu passt folgendes Textdesign / folgende Gliederung des Inserates:

Information über Arbeitgeber (Wir sind ...)

- Beschreiben Sie Ihr Amt in kurzen, prägnanten Sätzen. Für was sind Sie zuständig? Was wollen Sie erreichen? Welche Dienstleistungen erbringen Sie?

Funktion / Stellenbeschreibung / Aufgaben (Was gibt es zu tun ...)

- Ehrliche und attraktive Positionsbeschreibung. Exakte Stellenbezeichnung. Beschreiben Sie nur die wichtigsten Aufgaben und Tätigkeiten. Stellenbezeichnung, Verantwortlichkeiten, Ausschreibungsgründe (sofern sinnvoll).

Anforderungen / Profil des / der Bewerbenden (Wir erwarten ..., wir verlangen ...)

- Formulieren Sie die notwendigen Anforderungskriterien möglichst präzise. Was ist zwingend (Musskriterien) was ist von Vorteil (Wunschanforderungen). Berufslehre mit weiterführender Ausbildung, akademischer Werdegang, Berufserfahrung, Sprachkenntnisse usw.

Angebot des Arbeitgebers (Wir bieten ...)

- Berichten Sie über Rahmenbedingungen und Leistungen, welche über das allgemein Übliche hinausgehen (Besonderheiten). Arbeitsbedingungen, Entwicklungsmöglichkeiten, Weiterbildung usw.

Kontakt und Bewerbung

- Geben Sie die gewünschte Art der Bewerbung an. Bevorzugen Sie eine schriftliche oder eine telefonische Kontaktaufnahme? Welche Bewerbungsart (vollständige Bewerbung, Kurzbewerbung, telefonische Bewerbung, elektronisch, brieflich usw.) ist erforderlich? An wen soll sie gerichtet werden? In vielen Stellenausschreibungen wird auch auf die Firmenhomepage für zusätzliche Informationen verwiesen.

Die oben erwähnten Textbausteine bilden das Fundament für die Gestaltung des Inserats: Auf diesen kann aufgebaut werden bis zur Vollendung einer aussagekräftigen und „in die Augen springenden Botschaft“. Der wichtigste Baustein ist zweifellos eine aktuelle Stellenbeschreibung - das A und O eines aussagekräftigen Inserates, das die Bewerberin oder den Bewerber am meisten interessiert.



2.3 Hinweise für sprachlich bessere Stelleninserate

- Eine flüssige Sprache, in kurzen Sätzen, erleichtert das Lesen.
- Schreiben Sie prägnant: Erfolgreiche Stelleninserate sind so ausführlich wie nötig und so kurz wie möglich. Nicht ganze Stellenbeschreibung.
- Zurückhaltend bei Fremdwörtern (nur wenn „berufsüblich“). Der ungezügelter Gebrauch von englischen Fachausdrücken ist Mode geworden, selbst dort, wo entsprechende deutsche Begriffe existieren. Bleiben Sie aber im Gebrauch von „neudeutsch“ im überschaubaren und verständlichen Rahmen. Allzu viel Coolness wirkt heavy! Oder nicht?
- Vermeiden Sie Füllwörter (überhaupt, wirklich, durchaus usw.).
- Vermeiden Sie einen saloppen Stil, wie „aufgestellte Person“ und wenden Sie eine altersgerechte Sprache an (eine Ausschreibung für Lernende kann durchaus in „Du-Form“ erfolgen).
- Vermeiden Sie Wiederholungen: Sie sind schlicht überflüssig: „Excel, PowerPoint und natürlich Word sind für Sie keine Fremdwörter. Sie können professionell damit umgehen.“ Der 2. Satz ist eine Wiederholung.
- Verben statt Substantive: *verhandeln* statt *Verhandlungen* führen. „*Sie sind der Baustein zur Optimierung unseres Pflegedienstes*“ besser „*Verstärken Sie unseren Pflegedienst*“
- Persönlich ansprechen: *Sie sind ... Sie besitzen ...*
- Aktive Form vorziehen: „*Wir gestalten*“ statt „*es wird gestaltet*“
- Möglichst keine Floskeln und Schlagwörter, wie: *flexibel, dynamisch, anspruchsvoll, teamfähig*, usw. (das suchen alle und hat keinen wirklichen Mehrwert im Inserat). Vermeiden Sie Floskeln, die die Jobanforderungen nicht wirklich beschreiben: „*Flexibilität, Teamfähigkeit und Selbstständigkeit*“ sind nach einer Untersuchung des Magazins „Schweizer Arbeitgeber“ die in Stelleninseraten am häufigsten geforderten Eigenschaften. Ebenfalls beliebt, aber wenig hilfreich ist „*Anpassungsfähigkeit, Belastbarkeit und Kommunikationsfähigkeit*“.
- Zum guten Stil gehört auch eine gute Grammatik: Genitiv, neue deutsche Rechtschreibung, usw.! Grammatikfehler dürfen in Ihrem Inserat keinen Platz haben! Ihre Botschaft wird dadurch entwertet.
- Wenden Sie eine geschlechtergerechte Sprache an, welche Frauen und Männer gleichermaßen anspricht (siehe Merkblatt sprachliche Gleichbehandlung von Frau und Mann in den Stelleninseraten).

2.4 Zusätzliche Gestaltungshinweise

- Kreieren Sie eine Headline, welche mit ein paar Worten das Wesentliche der Ausschreibung beziehungsweise der Stelle wiedergibt.
- Wechseln Sie bei der Beschreibung von Aufgaben und Anforderungsprofil zwischen Text und Bullet-Points ab, spielen Sie etwas mit dieser Darstellungsform. Achten Sie darauf, was könnte den Stellensuchenden am ehesten ansprechen, Fliesstext und/oder Bullet-Points?
- Selbstverständlichkeiten müssen nicht erwähnt werden.
- Überlegen Sie sich, ob eine Bewerbungsfrist Sinn macht. Ist mit vielen Bewerbungen zu rechnen (dann eher kürzer)? Muss der Prozess abgeschlossen werden bis zu einem bestimmten Zeitpunkt? Könnten interessierte Bewerberinnen und Bewerber, welche das Inserat erst später lesen sich aufgrund des Termins nicht mehr melden?



3 Überprüfen Sie Ihr Inserat anhand der AIDA- und GUILIO-Formel

A (attention)	=> Aufmerksamkeit erzielen
I (interest)	=> Interesse wecken
D (desire)	=> Wünsche wecken
A (action)	=> Handlung auslösen
G (Glaubwürdigkeit)	=> Das Gesagte muss überzeugen
I (Information)	=> Ist es vollständig und auf das Wesentliche beschränkt
U (Unverwechselbarkeit)	=> Das Erscheinungsbild muss sich deutlich von anderen Unternehmen abheben
L (Lesbarkeit)	=> Der Inhalt muss einfach formuliert und allgemein verständlich sein
I (Identifikation)	=> Steht das Inserat mit dem Unternehmen in Beziehung
O (Optik)	=> Die Gestaltung, die Form und Grösse müssen ansprechend sein (entspricht es dem Corporate Identity und Corporate Design)

Das Stelleninserat ist Ihre Visitenkarte (auch wenn Sie es nicht selbst verfasst haben). Jede Stellenausschreibung ist eine Botschaft und bietet die Chance, die Staatsverwaltung bzw. den Kanton als Arbeitgeber zu präsentieren; diese Botschaft soll über die eigentliche Zielgruppe hinauswirken und somit das Corporate Design der ganzen Staatsverwaltung zum Ausdruck bringen.

Nun wünschen wir Ihnen viel Erfolg und Freude bei der Erstellung und Formulierung Ihrer Inserate. Wir stehen Ihnen gerne beratend zur Seite!

Ihre HR-Beratung

Quellen:

- Interne Schulungsunterlagen „Inseratewesen“ Personalamt, Januar 2010
- Stelleninserate als Botschaft des Unternehmens, WEKA Personal, September 2009
- Stellenanzeige 2.0, WEKA Personal, Juli 2011

Zusatz

[PHB SG 80.10 Richtlinien Stellenausschreibungen](#)
[Merkblatt sprachliche Gleichstellung von Frau und Mann in den Stelleninseraten](#)