

Wie lese und interpretiere ich eine Stellenanzeige?

Man kann seine Chancen auf einen guten Job erheblich verbessern, wenn man es lernt, Stellenanzeigen richtig zu interpretieren.

Die Stellenanzeige ist ein bedeutendes Kommunikationsmittel eines Unternehmens, wenn es um seine Darstellung als Arbeitgeber geht.

Sie ist die Basis des modernen Personalmarketings und ist erheblich kreativer und intelligenter geworden als früher.

Eine Stellenanzeige ist auch die Visitenkarte eines Unternehmens.

Neben der reinen Information über einen Arbeitsplatz ist eine Stellenanzeige Plattform **für Inhalte der Unternehmens-Philosophie und für Imageaspekte, die unerschwinglich an den Leser herangetragen werden**. Damit soll eine bestimmte Zielgruppe angesprochen werden, die sich für die Unternehmensphilosophie interessiert.

Stellenanzeigen findet man **nicht gleichmäßig verteilt** über das ganze Jahr.

Es lässt sich ein **Quartalsweiser Rhythmus** beobachten, der durch die gesetzlichen Kündigungsfristen bedingt ist.

So findet man die meisten Stellenanzeigen in den ersten zwei Wochen eines Quartals und sechs Wochen vor Quartalsende.

Angebote für Führungsnachwuchskräfte treten gehäuft im ersten und dritten Quartal des Jahres auf. Besonders interessant: der späte August und der September.

Nicht immer aber steht hinter einer Stellenanzeige eine konkret zu besetzende Position. Manchmal handelt es sich auch um eine Imagekampagne des Unternehmens. Es ist schwierig, dies zu unterscheiden, denn die Grenzen sind fließend. Wird eine konkrete Stelle mit einem konkreten Anforderungsprofil und einer detaillierten Tätigkeitsbeschreibung angeboten, so handelt es sich wohl um eine klassische Stellenanzeige. Wird dagegen viel über die Unternehmensphilosophie gesprochen und das Tätigkeitsfeld nur sehr unspezifiziert beschrieben, so kann man wohl eher davon ausgehen, dass für das Unternehmen die PR-Kampagne im Vordergrund steht.

Personalberater handeln im Kundenauftrag. Ihre Anzeigen sind zumeist größer und textlich ausführlicher; sie übermitteln im nüchternen Ton klare Fakten. Oft müssen Berateranzeigen das Inkognito ihres Auftraggebers wahren, die Firmensitzbeschreibung lässt aber eventuell Rückschlüsse darüber zu, wer da eigentlich sucht.

Man kann davon ausgehen, dass Berater eingehende Bewerbungsunterlagen professionell bearbeiten und eine saubere Methode bei der Auswahl der Kandidaten haben. Fast immer bieten Beraterfirmen einen Telefonservice (auch am Wochenende) an, so dass die wichtigsten Informationen und Fragen vorab am Telefon geklärt werden können.

Eine gut gemachte und aussagekräftige Stellenanzeige folgt einem Schema und unterteilt sich meistens in folgende Abschnitte:

Selbstdarstellung

„Wir sind ... „

Ist die Selbstdarstellung des Unternehmens, nennt die Branche, die Größe und Marktstellung, das Produktionsprogramm oder Dienstleistungsangebot und den Standort.

Stellenbeschreibung

„Wir suchen ...:“

Beschreibt die Position und das Aufgabengebiet; nennt Anfangs- und Zielposition und den gewünschten Eintrittstermin.

Anforderungskatalog

„Wir fordern ...:“

„Wir erwarten..“

„Sie haben..“

„Sie sind...“

„...wird vorausgesetzt....“

„Erforderlich sind...“

Beschreibt den Anforderungskatalog und das Anforderungsprofil des Bewerbers: Ausbildung, Studienrichtung und Wahlfächer, Berufserfahrung, Sprachkenntnisse, Alter, Fach- und Spezialkenntnisse, Persönlichkeitsanforderungen und Mobilität/Reisebereitschaft. Wichtige Qualifikationen (Muss-Anforderungen) werden meist zuerst aufgeführt. Kann-Kriterien erkennen Sie an Formulierungen wie:

„Idealerweise...“

„Von Vorteil...“

„Wünschenswert...“

Leistungsangebot des Unternehmens

„Wir bieten ...“

Art, Dauer und Umfang von Einarbeitungs- und Weiterbildungsmaßnahmen. Eine Vergütung wird an diesem Punkt selten genannt, dafür aber Zusatzleistungen. Dienstwagen etc.

Hinweise zum Bewerbungsablauf

Sie erreichen uns ... :

„Wir bitten.....“

nennt Ansprechpartner in der Personalabteilung für Vorab-Informationen, gibt Hinweise zu Inhalt und Umfang der Bewerbungsunterlagen, Informationen welche Art

von Bewerbung erwünscht ist.(Online-Bewerbung, Kurzbewerbung, Tel. Bewerbung etc., verweist auf die Art des Auswahlverfahrens (Einzelgespräch oder Assessment Center)

Chiffre-Anzeigen

Um zu verhindern, dass sie sich beim eigenen/ehemaligen Arbeitgeber bewerben, können sie einen Sperrvermerk auf Ihrer Bewerbung angeben. Damit teilen sie dem Verlag oder der Online-Redaktion mit, an welche Firmen die Bewerbung **nicht weitergeleitet werden darf**. Bei Chiffre Anzeigen ist nicht immer erkennbar, ob es sich um ein seriöses Angebot handelt. Grund für Chiffre kann jedoch auch die Konkurrenz sein. Beispielsweise will man die Ausweitung des Geschäftsbereichs noch nicht preisgeben.

Neben allen Fakten und Daten kann man noch mehr über das Unternehmen erfahren, wenn man zwischen den Zeilen liest. So lässt die Art der Formulierungen durchaus Rückschlüsse auf das Unternehmen zu: Ist in der Stellenanzeige der Anforderungskatalog eher schwammig dargestellt, wird der Bewerber im Unternehmen vermutlich auf unklare Beurteilungskriterien und fehlende Stellenbeschreibung stoßen. Werden dagegen die Anforderungen und Aufgaben detailliert und penibel aufgezählt, kann der Bewerber wohl eher mit einer konservativen, an Schulnoten und Arbeitszeugnissen orientierten Beurteilung seiner Unterlagen rechnen.

Mit aufmerksamem Lesen, einer klaren Analyse der angebotenen Stelle und der eigenen Fähigkeiten kann so vorab schon festgestellt werden, ob eine schriftliche Bewerbung auf diese Anzeige sinnvoll und erfolgversprechend ist.