

# HRM-Dossier

## **Stelleninserat**

**Basis für den  
Rekrutierungserfolg**



*Hans-Rudolf Meier*  
*Kommunikationsberater und Inhaber*

HRM Kommunikationsberatung  
Etzelstrasse 44A  
8820 Wädenswil  
Telefon 01-780 40 80  
Fax 01-780 41 61  
E-Mail: [hrmcom@ibm.net](mailto:hrmcom@ibm.net)

Nach Studium in den USA seit dreissig Jahren im Bereich der Kommunikation tätig, davon über zehn Jahre als Kommunikationsberater in New York City. Nach Rückkehr in die Schweiz Tätigkeit für die führende Schweizer PR-Agentur während zehn Jahren als PR-Berater und Mitglied der Geschäftsleitung, seit 1990 selbstständig mit Gründung des eigenen Kommunikationsberatungsunternehmens. Firmeninterne und öffentliche Seminare, Kurse und Workshops für Personalverantwortliche zum Thema Personalwerbung und Stelleninserate, Beratung von Personalverantwortlichen verschiedener Firmen und Personalberatungsunternehmen.

## Inhaltsverzeichnis

### **Personalwerbung – Teil der Unternehmenskommunikation**

Personalwerbung – Pflicht oder Chance?	8
Grenzen des Personalinserates	10
Das Stelleninserat – die «Bewerbung» des Unternehmens	11
«Die Firma ist die Botschaft»	12

### **Der lange Weg zum guten Inserattext**

Hausaufgaben – die halbe Miete	13
Wie wirken Stelleninserate?	15
Von Mensch zu Mensch	17
Inhaltselemente des Stelleninserates ...	18
... und deren Gewichtung	19
Der Textaufbau – ein Vorschlag zur Güte	20
Die innere «Stimmigkeit» als Nagelprobe	22
Vom Ochsentrott zur direkten Ansprache	23
Von Floskeln zur Aussage – einige Sprachbeispiele	27
Verständliches Deutsch oder «politische Korrektheit»?	30
Deutsch oder Anglizismen?	32
Locker-lässig – wirklich «cool»?	34
Jugendkult – unter jedem Titel ein Bumerang	35

### **Nach dem Inhalt die Verpackung**

Die Gestaltung als weitere Achillesferse	36
Die typografische Variante – gestalterische Magerkost	37
Die Gestaltung als sichtbares Qualitätsmerkmal	38
Woran erkennt man eine professionelle Gestaltung?	39
Wie gross darf's denn sein?	39
Das Verwirrspiel mit den Seitenspalten	40

### **Medienplanung als inszenierter Auftritt**

Medienselektion: Wahl ohne Qual	42
Internet – das «Instant»-Stellenangebot per Mausclick	44
Die Disposition – der letzte Schritt	48

### **Nach der Inseratpublikation die Sintflut**

Wo sind sie geblieben, die erhofften Bewerbungen?	49
Die Nachbearbeitung – ein oft trauriges Schlusskapitel	52
Die rasche Antwort – eine reine Organisationsfrage	52
Wie sag ich's meinem Kinde?	53

### **Anhang**

Einige typografische Regeln	54
Schematische Darstellung des Vorgehens	56
Checkliste Personalinserat	57
Beispiel eines gelungenen Stelleninserates	58
Literaturverzeichnis	59

# Stelleninserat

## Basis für den Rekrutierungserfolg

Stelleninserate sind für die erfolgreiche Personalrekrutierung eine nötige Voraussetzung. Mit ihnen wird die Vakanz werbend nach aussen getragen. Sie informieren potenzielle Kandidatinnen und Kandidaten über die offene Stelle. Damit sich allerdings geeignete Personen bewerben, hat man die Personalwerbung als Teil der gesamten Unternehmenskommunikation zu verstehen. Leicht verständlich werden die wichtigsten Gestaltungselemente und Grundregeln für das Texten in diesem Buch erläutert, sodass professionell geworben werden kann.

Stelleninserate werden heute sowohl in Printmedien als auch im Internet veröffentlicht; auf beide Medien geht das Buch ein und beschreibt ihre Besonderheiten.

*Das HRM-Dossier ist ein Konzentrat von Fachinformationen für Personal- und Ausbildungsfachleute. Jede Ausgabe behandelt ein ausgewähltes Thema ausführlich.*

*Das HRM-Dossier erscheint quartalsweise und ist bei SPEKTRA bzw. JOB-INDEX im Abonnement mit dem HRM-Journal «Interview» oder als Einzelexemplar erhältlich.*