

# Den perfekten Bewerber gibt es nicht

**Überzogene Jobinserate, ein Auseinanderklaffen von internen Interessen bei der Bewerbersuche und mitunter auch freche Gehaltsforderungen machen heimischen Personalisten zu schaffen.**

Die Personalsuche in Unternehmen und durch Personalvermittlungsfirmen entpuppt sich mitunter als schwieriger und langwieriger Prozess. Die Interessen von Fach- und Personalabteilungen klaffen dabei oft auseinander, wird doch der perfekte Bewerber gesucht. Doch gibt es diesen überhaupt und wenn ja, wie soll er denn überhaupt sein? Worauf es bei der Bewerbersuche ankommt, was dabei verbesserungswürdig ist und welche Formulierungen in Stelleninseraten empfehlenswert sind, dazu gab eine Podiumsdiskussion zum Thema „Den perfekten Bewerber gibt es nicht“ zahlreiche Anstöße.

Vertreter aus der heimischen Personalbranche diskutierten zum Thema im Rahmen der Personal Austria unter der Moderation von Alexander Liaunig, Vorstand der Bronner Online AG: Iris Brachmaier, Recruiting & Resourcing Manager beim IT-Berater und -Dienstleister CSC Computer Sciences Consulting Austria, Daniel Marwan, Geschäftsführer des IT-Personalberaters ePunkt, Michael Kaiser, Geschäftsführer des TU Career Centers und Thomas Wolf, Assistent der Geschäftsleitung und ehemaliger Bewerber bei CSC Computer Sciences Consulting Austria.

## Der „Perfekte“

Für Recruiting Managerin Iris Brachmaier von CSC gibt es eine Art Schublade, auf der „High Potentials“ steht: „Das muss jemand sein, der unter anderem erkennbares Führungspotenzial mitbringt“, ist sie überzeugt. Die Schublade müsse aber auch mit Leben gefüllt werden: Der Gesuchte muss zu Unternehmen passen und auch ins Team. Er muss Teamfähigkeit mitbringen und eine gewisse Fähigkeit zur Selbstreflexion.

Daniel Marwan von ePunkt sieht den perfekten Bewerber ein wenig anders, er mag den Ausdruck „High Potential“ nicht. Den perfekten Bewerber gibt es für ihn sehr wohl und er meint ein wenig ironisch, im Idealfall sei das jemand mit möglichst wenigen Ansprüchen und der Fähigkeit alles perfekt zu erfüllen. Doch was daher die Suche für ein Unternehmen so schwer macht, sei umgekehrt die Frage des perfekten Arbeitgebers. „Im Gegenzug muss auch ich als Arbeitgeber etwas anbieten.“ Man könne nicht, wenn jemand gekündigt hat „genau wieder so jemanden“ suchen, der dann wieder weitere 20 Jahre bleibt. „So etwas gibt es nicht“, kritisiert er.

## Blickwinkel

Beide Sichtweisen, die der zukünftigen Absolventen und Bewerber, und jene der Kunden, kennt Michael Kaiser vom TU Career Center. „Es handelt sich um ein mathematisches Optimierungsproblem von Berufserfahrung, Gehalt und Kompetenzen“, beschreibt er die Bewerbersuche. Für ihn kann es den perfekten Bewerber nur dann geben, wenn die Job-Anforderungen realistisch sind und mit dem übereinstimmen, was die betroffene Zielgruppe am Markt überhaupt hergibt. Thomas Wolf hingegen spricht aus Bewerbersicht: „Wenn man ein High Potential sein will, sollte man versuchen, einige Dinge im Lebenslauf aufscheinen zu lassen, zum Beispiel geringe Studiendauer und Auslandserfahrung.“

## Geben und Nehmen

„High Potentials werden von Unternehmen oft hochstilisiert“, kritisiert Brachmaier. So werden häufig umgekehrt auch bei den Bewerbern Erwartungen geweckt, die die Unternehmen dann gar nicht erfüllen können. Wichtig ist ihr auch eine gewisse Bescheidenheit: „Geformte Karrieremenschen“ haben bei ihr keine Chance.

Sie nennt ein aktuelles Beispiel: Ein potenziell viel versprechender junger Bewerber mit rund zwei Jahren Berufserfahrung habe jüngst



Das Podium auf der Personal Austria 2007



Der Andrang beim Praxisforum war groß



Moderator Mag. Alexander Liaunig, Vorstand der Standard.at Bronner Online AG

gefordert: „Ich verdiene jetzt 2400 Euro, bei einem Wechsel müssten es mindestens 3000 Euro sein.“ Solche Forderungen bezeichnet die Personalistin als überzogen, der Bewerber erhielt eine Absage. „Die Lehre an der Uni vermittelt nur Kompetenzen, Personen, die zu uns



**Mag. Iris Brachmaier, CSC Computer Sciences Consulting Austria AG**



**Mag. Daniel Marwan, ePunkt.Internet Recruiting GmbH**



**Dipl.-Ing. Michael Kaiser TU Career Center der TU Wien**



**Mag. Thomas Wolf (I.), CSC Computer Sciences Consulting Austria**

zur Beratung kommen, haben schon häufig überzogene Erwartungen an das Berufsleben“, pflichtet Kaiser bei und rät: „Man sollte sich bei Gehaltsverhandlungen unbedingt einen Spielraum für später lassen.“

### **Inserate**

Doch bevor es überhaupt zu Gehaltsverhandlungen kommt, kommt das Stelleninserat ins Spiel. „Aus Bewerberpersicht sind die Stelleninserate teilweise sehr überzogen“, kritisiert Wolf. Er würde sich auch bewerben, wenn er den Anforderungen nicht 100-prozentig entspricht. Dass überzogene Anforderungen in Formulierungen von Inseraten keinen Sinn machen, findet auch Iris Brachmaier. Die Personalabteilungen müssten daher die Führungskräfte schulen, was am Markt überhaupt vorhanden ist. Kleine fachliche Makos könne man im Nachhinein immer noch ausmerzen.

Marwan setzt schon einen Schritt weiter vorne an: „Gute Bewerber haben ganz einfach mehrere Angebote. Ein Stelleninserat ist immer auch eine Werbung für das Unternehmen, oft wird es zu wenig beschrieben.“ Sein Tipp für Stellenformulierungen: Das Inserat der potenziellen Zielgruppe im Unternehmen (z.B. Software-Entwickler) zeigen und fragen, ob sie sich darauf bewerben würden. Auch für Kaiser ist es wichtig, die Zielgruppe richtig zu adressieren: „Wenn in einem Inserat zum Beispiel jemand mit ‚fertiger technischer Ausbildung, HTL, FH oder TU‘ gesucht wird, wird sich kein TU-Absolvent bewerben, die haben genug Angebote.“

### **Attraktivität**

Nicht zuletzt ist auf Bewerberseite auch die Attraktivität eines Unternehmens ein wichtiger Entscheidungsfaktor, darüber sind sich die Diskutanten einig. Laut einer Studie zum Absolventenmarkt herrscht in den Bereichen Maschinenbau, Informatik derzeit ein Überangebot an Jobs, quasi 20:1. Das heiße, die Bewerber schauen sich auch das Arbeitgeberimage sehr genau an. Laut einer schwedischen Studie bewerben sich 54 Prozent aller Bewerber für zehn Unternehmen, weil diese ‚sexy‘ sind

und dabei spielten Arbeitsklima oder Kollegen, eine Rolle.

Das Fazit: Die Inserate müssen auch halten, was sie versprechen, damit positive Mundpropaganda und damit das Unternehmensimage gehalten werden können. Und so genannte High Potentials müssen auch beschäftigt werden, damit sie möglichst lange im Unternehmen bleiben, nachdem ein Unternehmen in sie investiert hat. Marwan sieht die Sache so: „Wichtig ist es das Stellen-Angebot so attraktiv wie möglich zu gestalten und mehr aufgabenseitig zu beschreiben als von den Anforderungen her.“ Das haben sich alle Diskutanten auch vorgenommen.

(mat, derStandard.at, 12. November 2007)