

Nur jedes vierte Job-Inserat liefert ein eindeutiges Bild vom potenziellen Job. Durch Floskeln, schwammige Formulierungen und Schachtelsätze werden Bewerber abgeschreckt. VON MAGDALENA VACHOVA

Sprechen Sie inseratistisch?

» Sie besitzen hohe Problemlösungskompetenz, haben Interesse an der Entwicklung eines innovativen Produktportfolios und schätzen eine erfolgsorientierte Arbeitsweise? Dann sind Sie wohl gerade auf Jobsuche – und über zwei von drei Job-Anzeigen gestolpert, die laut einer neuen „wortwelt“-Studie unnötig kompliziert formuliert sind. Dieser zufolge liefert nur jedes vierte Job-Inserat auch ein eindeutiges Bild von den potenziellen Arbeitsaufgaben. Zu viele Schachtelsätze, Floskeln und schwammige Formulierungen zieren die 153 heimischen IT- und Service-Stellenanzeigen von

Online-Jobportalen, die „wortwelt“ auf Sprache und Verständlichkeit untersucht hat. Eine hohe Problemlösungskompetenz mussten Job-Suchende vor allem beim Verstehen der Inserate beweisen.

Schade, befindet Studienautor und „wortwelt“-Partner Johannes Angerer. Klare Sprache und ein ehrlicher Eindruck davon, was einen Job besonders macht, seien essenziell, um auf Bewerber interessant zu wirken. „Niemand versteht heute, was die Schlagwörter Fortbildung oder eine gute Work-Life-Balance zu bedeuten haben. Man

will konkret wissen, was man von einem Job erwarten kann“, so Angerer.

Aber nicht alles war unverständlich. Die Job-Anzeigen waren meist gut strukturiert, am klarsten beschrieben Firmen den Jobtitel und die Anforderungen an die Bewerber. Beim Aufgabengebiet ging es schon schwammiger zu, bei Angaben zu Firmenkultur und Goodies geizten die Firmen am meisten mit klaren Angaben. Wer hier aber nachschärfte und den Inseraten sprachlich etwas mehr Raffinesse schenke, könne mehr – und vor allem passendere Bewerbungen erwarten. ■