



Gesucht: Profis mit Profil

JOBDESCHEIBUNG Die Aufgaben von Assistenzkräften werden in Stellenanzeigen sichtbar und sind als Jobprofile bei Personalabteilungen hinterlegt. Was eine gute Job-Description inhaltlich und formal ausmacht, erklären zwei Expertinnen, inklusive Tipps für erfolgreiches Employer Branding.

⇒ Verena Schiffer ist seit über 15 Jahren selbstständige Personalberaterin und Personalvermittlerin. Sie hat sich branchenübergreifend auf die Besetzung von Assistenzpositionen aller Hierarchieebenen spezialisiert. „Dass die Nachfrage auf beiden Seiten ausgewogen ist, habe ich zu keiner Zeit erlebt. Entweder sind es zu viele Kandidaten für zu wenig Jobs oder umgekehrt“, sagt sie. Seit circa einem Jahr beobachtet sie ein starkes Ungleichgewicht: Der Bedarf an Assistenzkräften in Unternehmen übersteige die Zahl der Bewerbenden oder wechselwilligen Assistenzen exorbitant.

Verena Schiffers Schwerpunkt liegt im Raum München, da sie ihr Business 2004 dort gestartet hat und hier gut vernetzt ist. In den letzten Jahren erreichen sie verstärkt überregionale Anfragen. Sie arbeitet mit einer bestehenden Datenbank, Empfehlungen oder kooperierenden Personalvermittlungen, spricht potenzielle Mitarbeitende über digitale Netzwerke an und nimmt natürlich Initiativbewerbungen entgegen. Besonderen Wert legt sie darauf, genau die Menschen zusammenzubringen, die fachlich und persönlich am besten zueinander passen. Die Persönlichkeiten von Vorgesetzten und zukünftigen Mitarbeitern sind ebenfalls ein wichtiger Faktor.



„Im Bereich der Stellenbeschreibungen gibt es für die Unternehmen sehr viel zu tun. Dennoch gibt es keine Zauberformel.“

Verena Schiffer, Personalvermittlerin, <https://www.vsconsulting.de>



© privat



© mast3r/AdobeStock



tigen Assistenzen sollten sich ideal ergänzen, denn nur ein gut funktionierendes Team sei nachhaltig erfolgreich.

DIE ROLLE IM UNTERNEHMEN DEFINIEREN

Was die Stellenbeschreibungen betrifft, hätten Unternehmen noch einiges zu tun, meint Verena Schiffer, sie seien oft zu allgemein gehalten. Eine Zauberformel gebe es jedoch nicht, denn das Feld der Assistenz sei sehr breit. Die jeweilige Ausgestaltung einer Position hänge zudem stark von der einzelnen Firma, der Unternehmenskultur und der Branche ab. So können sich sowohl Rolle und Positionstitel als auch die Ansprache von beispielsweise Startups und Traditionsunternehmen stark unterscheiden. „Aus meiner Sicht wäre es notwendig, sich erst einmal innerhalb der Unternehmen mit dem Thema Stellenbeschreibungen für Assistenzen auseinanderzusetzen und das Ziel der Rolle konkret herauszuarbeiten“, sagt die Verena Schiffer.

GLOBAL SKILLS MATRIX ZU RATE ZU ZIEHEN

Die Personalberaterin erlebt einerseits immer wieder, dass Führungskräfte nicht im Detail über die Aufgaben der Assistenzen Bescheid wissen. Andererseits beobachtet sie, dass sich die Assistenzen selbst in ihren Organisationen zunehmend mit dem Thema der Stellenbeschreibungen beschäftigen. Verena Schiffer empfiehlt die von der World Administrators Alliance entwickelte Global Skills Matrix zu Rate zu ziehen, nach der der Assistenzberuf in fünf Karrierestufen unterteilt wird. Die Matrix könne dabei helfen, ein einheitliches Verständnis der Rolle und Funktion von Assistenzen zu vermitteln, eine Vergleichbarkeit innerhalb von Organisationen herzustellen, übereinstimmende Einstufungen vorzunehmen und Karrierepfade zu entwickeln. Zudem liefere die Global Skills Matrix eine Vorstellung, wie persönliche Anforderungen und Aufgaben sich mit jedem Level und zunehmender Erfahrung verändern.



Zukunftsskills im Office: So sieht die Global Skills Matrix aus!

Die World Administrators Alliance (WAA) ist ein gemeinnütziger Verband, der Berufsverbände, Netzwerke und Office-Professionals aus aller Welt vertritt. In einem dreijährigen internationalen Projekt wurden Stellenbezeichnungen und Aufgaben von Office-Professionals untersucht. Dabei stellten sich mangelhafte Stellenbeschreibungen als einer der größten Faktoren für Unklarheiten und mangelndes Verständnis hinsichtlich der komplexen Rolle und Funktion von Office-Professionals heraus. Dies führe zu einer Unterschätzung der Office-Professionals innerhalb von Unternehmen, zu einem unklugen Abbau oder der Auslagerung von Verwaltungsfunktionen. Ungenaue Stellenbeschreibungen verhindern zudem, das Potenzial der Mitarbeitenden voll auszuschöpfen, so Helen Monument, Vorsitzende der WAA, im Vorwort des Berichts zur Untersuchung. Die aus dem Projekt entwickelte Global Skills Matrix der WAA will eine Grundlage schaffen, um klarere Stellenbeschreibungen zu ermöglichen. Sie enthält fünf Karrierestufen vom Einstieg bis zum Chief of Staff sowie eine Aufgaben-Matrix und zeigt eine mögliche Laufbahnentwicklung auf. Jede Karrierestufe ist an bestimmte Aufgaben und Anforderungen gekoppelt. **Auch auf Deutsch abrufbar unter: <https://globalskillsmatrix.com>.**

VERÄNDERUNGEN NACH AUSSEN TRANSPORTIEREN

Dass sich die Kernaufgaben von Assistenzen in den letzten Jahren stark gewandelt haben, sieht Verena Schiffer eher nicht so. Vielmehr hätten sich die Arbeitsweisen durch die zunehmende Digitalisierung verändert. Zudem ergeben sich durch die Remote-Arbeit neue Kommunikations- und Abstimmungswege. Hier stehen Fragen im Vordergrund wie: Wie gehe ich mit einer hohen Flut an Information um? Wie organisiere ich meine zahlreichen Aufgaben in Verbindung mit digitalen Tools? Wie kommunizieren wir miteinander und nach welchen Regeln? Auch das Selbstverständnis der Assistenzen habe sich weiter entwickelt und zu mehr Selbstbestimmung sowie Organisation, Austausch und Wissenstransfer in firmeninternen oder externen Netzwerken geführt.

Diese veränderten Rollen und Prozesse werden jedoch oft nicht durch generische Stellenanzeigen nach außen transportiert. Hier werde weiterhin eher die klassische Schnittstellenfunktion betont und Aufgaben wie die Termin- und Reisebuchung oder die Vorbereitung von Präsentationen aufgelistet. „In der aktuell schwierigen Marktsituation locken Standard-



6 Expertinnen-Tipps für eine gute Stellenbeschreibung

Sarah von Nahmen hat Personalmanagement studiert und war viele Jahre in Agenturen für Personalmarketing tätig. Heute arbeitet sie selbstständig als Texterin und Textcoach in München und ist Expertin für Employer Branding. Letzteres umfasst alle Maßnahmen, um Unternehmen als attraktive Arbeitgebende nach außen sichtbar zu machen, wie zum Beispiel die Karriereseiten der Webpräsenz, Social-Media-Aktivitäten, Aktionen auf Messen und natürlich die Stellenbeschreibungen. „Ich beschäftige mich seit über zehn Jahren mit dem Thema, und die Stellenanzeige ist ein Medium, das bleibt. Gerade aufgrund des allgemeinen Arbeitnehmenden- und Fachkräftemangels ist sie für Unternehmen extrem wichtig“, sagt Sarah von Nahmen. Zu ihrem Textangebot bietet sie auch Coachings und Workshops an und gibt hier Tipps, wie eine ansprechende Stellenbeschreibung aussehen kann. Ihre persönliche Empfehlung: „Niemand kann einen Job besser beschreiben als die Person, die ihn tatsächlich ausübt. Für eine Stellenbeschreibung lohnt es sich also, die Person zu fragen, denn eine Nachfolge wird die gleichen Aufgaben haben.“



© Sapna Richter

**Sarah von Nahmen, Texterin,
Textcoach und Expertin
für Employer Branding.**

1. Der Stellentitel

Wählen Sie einen Titel, der zur Stelle passt und gleichzeitig in einer Suchmaschine oder in Jobportalen leicht gefunden werden kann. Im Assistenzbereich bietet es sich an, nicht nur die Position, sondern auch die Branche oder den Themenbereich zu nennen, in dem die Stelle angesiedelt ist. Vermeiden Sie interne Bezeichnungen, die für Außenstehende unverständlich sind.

2. Das Unternehmen

Bei der Darstellung des Unternehmens geht es neben einer kurzen Beschreibung vor allem darum, Firmen als attraktive Arbeitgebende zu präsentieren. Für welche Kultur und für welche Werte steht das Unternehmen? Nicht das Produktportfolio oder die Dienstleistung steht hier im Vordergrund, sondern das Arbeitsumfeld, das potenzielle Mitarbeitende erwartet.

3. Die Aufgaben

Die Aufgabenbeschreibung bildet den Hauptteil der Stellenanzeige. Hier ist es wichtig, zwischen Aufgabe und Tätigkeiten zu unterscheiden. Die Aufgabe wird zuerst genannt, zeigt die Wertschätzung für die Position und benennt die Rolle im Unternehmen. Bereits in der Ansprache können Sie die Wertschätzung für potenzielle Mitarbeitende formulieren. Einzelne Tätigkeiten lassen sich anschließend in Stichpunkten auflisten. Ideal sind hier maximal fünf bis sechs Bulletpoints. Schreiben Sie aktiv, sprechen Sie die Lesenden direkt an und vermeiden Sie den Nominalstil. Verzichten Sie auch hier auf interne Bezeichnungen, die für Außenstehende unklar sind.

4. Das Profil

Auch wenn es sich von selbst versteht: Das Profil muss zu den Aufgaben passen. Das Anforderungsprofil sollte nicht überladen wirken, das heißt, in der Profilbeschreibung sollten nicht mehr Punkte genannt werden als in der Aufgabenbeschreibung. Hier lohnt es sich genau hinzuschauen, welche Anforderungen wirklich notwendig sind. Soft-Skills sind oft überflüssig. Binden Sie spezielle Anforderungen nur begründet ein und verzichten Sie darauf, wenn sie nicht unbedingt sein müssen. Achten Sie darauf, die Anforderungen positiv zu formulieren.

5. Die Benefits

Es ist wichtig zu wissen, welche Benefits branchenüblich sind und nicht etwa Angebote zu nennen, die selbstverständlich sind. Attraktive Benefits wie Gesundheitsförderung, Weiterbildungen und monetäre Anreize sollten unbedingt auftauchen. Hier geht es darum, die eigenen Besonderheiten herauszustellen und sich zu positionieren: Was macht das Unternehmen als Arbeitgebenden attraktiv? Was gibt es nur hier?

6. Call-to-Action

Fordern Sie bei Stellenanzeigen die Bewerbenden zum Abschluss explizit auf. Machen Sie deutlich, dass Sie sich als Arbeitgebende wirklich auf die Bewerbung freuen und nennen Sie eine direkte Ansprechperson.

Mehr auf: <https://sarahvonnahmen.com>.

texte keine Interessenten an“, mahnt Verena Schiffer. Eine Stellenanzeige sollte den Corporate Spirit eines Unternehmens darstellen und kulturelle Themen aus der New-Work-Bewegung wie Werte und Purpose aufgreifen, also die Sinnhaftigkeit des Unternehmens sowie der Arbeit und die Wertschätzung für die beworbene Position herausstellen. Auch im Assistenzbereich sollten hybride Arbeitsmodelle ermöglicht werden. „Der

Anspruch, dass eine Assistenz vor Ort sein muss und die Führungskraft ständig Zugriff hat, ist völlig überholt“, sagt Verena Schiffer. Zudem sollten in Stellenanzeigen tatsächliche Benefits abseits des viel zitierten Obstkorbs benannt werden, wie zum Beispiel die Möglichkeiten für Assistenzen, sich weiterzuentwickeln und neue Aufgaben zu übernehmen. **II**

Kati Sprung, Journalistin