

HR Today

Know-how for tomorrow

Published on [hrtoday.ch](https://www.hrtoday.ch) (<https://www.hrtoday.ch>)

Personalgewinnung

Originelle Stelleninserate werden gelesen

Author: [Katrin Piazza](#) ^[1]

Humor, Fantasie und Eigensinn können sich für ein Unternehmen sehr wohl auszahlen, wie zwei Beispiele aus der Praxis zeigen. Aber Achtung: Kopieren nützt nichts! Wenn hinter der originellen Werbung bloss ein langweiliges Unternehmen steckt, laufen die Kandidaten davon. Werbung ist immer ein Versprechen – es muss eingelöst werden.

Langweilitis
Eine Krankheit,
die's bei uns nicht gibt.



Suchen Sie ein berufliches Umfeld, das stets neue Herausforderungen bietet?
Für die Agentur Rapperswil suchen wir nach Vereinbarung eine initiative und erfahrene Persönlichkeit als

Aussendienstmitarbeiter/-in

Wir bieten Ihnen eine herausfordernde Tätigkeit im Versicherungsbereich. Ihre Hauptaufgaben umfassen die eigenständige, aktive Akquisition und Betreuung von Privat- und Unternehmenskunden. Ihr bestehendes Beziehungsnetz bietet dafür eine ideale Ausgangslage.

Sie sind zwischen 25 und 45 Jahre jung und bringen eine fundierte Weiterbildung in den Bereichen Versicherung oder Verkauf mit. Als Aussendienstmitarbeiter/-in können Sie Ihre Stärken in Beratung und Kommunikation ideal einbringen. Machen Ihnen selbstständiges Arbeiten sowie aktiver Kundenkontakt Freude? Gehören Engagement und Flexibilität zu Ihren Stärken? Dann sind Sie richtig bei uns!

Haben Sie Fragen? Reto Spörri beantwortet sie gerne unter 058 456 17 42.

Ihre Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte an:
ÖKK
Nora Gaar, Personal
Bahnhofstrasse 9, 7302 Landquart
058 456 11 74, nora.gaar@oekk.ch

www.oekk.ch 

Langweilitis? Schlaffitis? Chefitis?

In ihrer letzten Werbekampagne verkündete die ÖKK: «Däumchen-Drehitits, Familien-Ausquetschitis – Krankheiten, die es bei uns nicht gibt.» Nur konsequent, dass es bei der in Landquart domizilierten Krankenkasse auch keine «Schlaffitis», «Langweilitis» oder «Chefitis» gibt, wie sie in ihren Stelleninseraten selbstbewusst erklärt. Diese heben sich schon alleine dank der leuchtend roten Farbe vom Umgebungsgrau ab. Bemerkenswert – weil so selten – ist jedoch die offensichtlich ganzheitlich umgesetzte Kommunikationsstrategie von der ÖKK. Im Zusammenhang mit einem Re-Branding des Auftritts habe man im Januar beschlossen, Cartoons in allen Kampagnen einzusetzen.

«Die Stelleninserate sind ein Teil davon», erklärt Peter Werder, Leiter der Unternehmenskommunikation, und bekundet seine grundsätzliche Mühe mit dem Begriff des Employer Branding: «Das würde ja bedeuten, dass man in diesem Bereich eine separate Strategie fahren müsste – genau dies erscheint uns jedoch falsch.» Die ÖKK habe sich eine Gesamtstrategie verschrieben, die in den einzelnen Abteilungen umgesetzt werde, erklärt Werder und nennt ein Beispiel: Einer unserer Kernwerte im Unternehmen lautet «Wir sind unkompliziert». Dieses Versprechen muss – von oben nach unten – in unseren 40 Agenturen tatsächlich

gelebt und umgesetzt werden, in jedem Kundenkontakt, täglich.» Daniela Willi, Leiterin Personal und Mitglied des Kaders der ÖKK, hat auf die originellen Stelleninserate durchweg positive Rückmeldungen erhalten. «Die Inserate fallen durch Farbe und Design auf und sprechen die Leserschaft an.» Zu einem Bewerberansturm haben die Cartoons allerdings nicht geführt, was Willi nicht auf den neuen Auftritt, sondern auf den ausgetrockneten Arbeitsmarkt zurückführt.

Carpe diem auf der Baustelle

Ein äusserst spartanisches Inserat mit einer geradezu mysteriös klingenden Botschaft war vor einiger Zeit im Stellenanzeiger des «Tages-Anzeigers» zu entdecken: «Jetzt häts gschället... carpe diem. Du: Bauleiter – Wir: Baumanagement/GU-Team.» Dazu Name und Kontaktdaten eines Generalunternehmens. Geschäftsführer Remo Schällibaum appellierte damit weniger an die Lateinkenntnisse der potenziellen Mitarbeitenden, sondern setzte eine bereits begonnene Imagewerbung konsequent um. Der Slogan «Jetzt häts gschället» – jeweils in Kombination mit Informationen über Schällibaum – erklingt an den Eishockey-Matches im Zürcher Hallenstadion, wenn ein Spieler auf die Strafbank geschickt wird. Es ist kaum wahrscheinlich, dass alle Bewerber diesen Zusammenhang kennen – dennoch war die Resonanz auf das Stelleninserat «sensationell», wie Schällibaum erklärt. Mit klassischen Inseraten im Stil von «Wir sind die Besten – wir suchen die Besten» habe er keine guten Erfahrungen gemacht, erzählt er, und damit auch kaum Resonanz erzielt. Im komplett ausgetrockneten Bausektor sind ohnehin kaum Bauleiter, Hochbauzeichner oder andere qualifizierte Fachkräfte zu finden – Grund genug, etwas zu riskieren und anders als die anderen aufzutreten, meint Schällibaum.

Der Erfolg gibt dem findigen Generalunternehmer recht: Dutzende von Bewerbungen kamen bereits nach einmaligem Erscheinen, ein Bauleiter und drei Zeichner wurden eingestellt. Wer wagt, gewinnt!

Text: [Katrin Piazza](#) ^[1]

©2017 by ALMA Medien AG, Zürich

Source URL: <https://www.hrtoday.ch/de/article/originelle-stelleninserate-werden-gelesen>

Links

[1] <https://www.hrtoday.ch/de/utcontent/katrin-piazza>