

Das clevere Schneiderlein



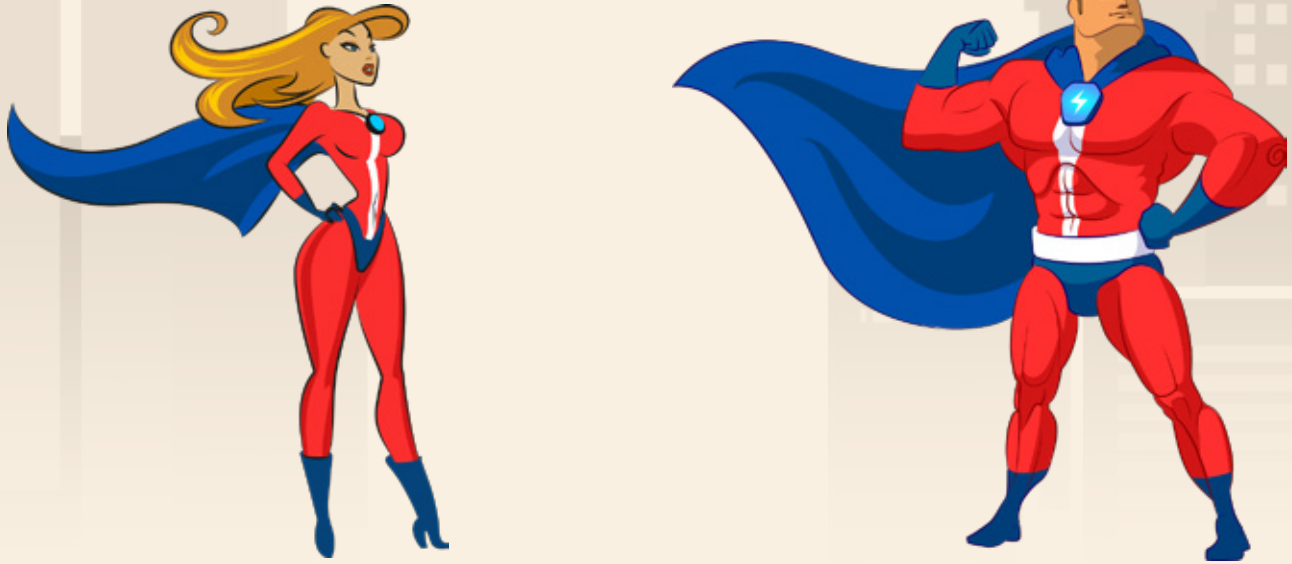
An einem Sommermorgen saßen fünf Schneider auf ihren Tischen am Fenster ihrer Werkstätten und nähten aus Leibeskräften. Die Schneider hatten ihre Läden in der selben Einkaufsstraße einer großen Stadt. Die Zeiten waren schlecht. Der Wettbewerb war hart. Da kam einer der Schneider auf die Idee, mit einer Werbetafel sein Geschäft anzukurbeln. Er brachte kurzerhand ein Schild „**Bester Schneider der Stadt**“ über seinem Schaufenster an. Es dauerte nur wenige Tage, da reagierte der erste Wettbewerber mit dem Schild „**Bester Schneider des Landes**“. Die anderen Schneider kamen mächtig in Zugzwang. Der dritte Schneider reagierte mit dem Werbespruch „**Bester Schneider der Welt**“. Was hatte der vierte Schneider für eine Wahl? Er lies das Schild „**Bester Schneider des Universums**“ an seinem Haus anbringen. Der fünfte Schneider war sehr niedergeschlagen. Was tun?, fragte er sich. Tagelang zermarterte er sich sein Hirn. Er war der Verzweiflung nahe. Wenn ihm nicht bald eine Idee käme, wie er sich präsentieren könnte, müsste er wohl sein Geschäft aufgeben. Jetzt war guter Rat teuer. Endlich kam ihm die rettende Idee. Er schrieb den Slogan „**Bester Schneider der Straße**“ auf sein Schild und freute sich. Und so blieb das clevere Schneiderlein sein Lebtag erfolgreich.



Weitere Details und viele Werkzeuge zur Optimierung Ihrer Stellenanzeigen finden Sie unter www.stellenanzeigen-texten.de

Wir sind toll! - und andere übersteigerte Selbstdarstellungen

von Axel Haitzer, Quergeist



Deutschland bringt offiziell etwa 1.700 Weltmarktführer hervor – das sind so viele wie in keinem anderen Land. In Wahrheit sind es noch mehr, denn (fast) jede Stellenausschreibung wird von einem "führenden Unternehmen" geschaltet.

Sie könnten beispielsweise für den Marktführer von Pfandsystemen für Einkaufswagen arbeiten, oder für den führenden Hersteller von Schnupftabak, Fahnen, Regenwürmern, Kurz- und Erdschlussanzeigern, Sengmaschinen, Blumenerde, Fenstereinklebemaschinen oder Laichbürsten für Kois.

Wäre es nicht toll, für einen Weltmarktführer zu arbeiten? Interessiert?

Die Größe und Bedeutung von Unternehmen – so glauben die Firmen – nutze als Unterscheidungsmerkmal im Wettbewerb um Kunden und Fachkräfte.

So überschlagen sich die Firmen mit Schönfärberei und Übertreibungen. Lapidare Botschaften werden so lange aufgeblasen, bis sie unglaublich werden. Renommierter, kolossaler, phänomenaler, ja epochaler, geht es kaum noch.

Im Unternehmensprofil ansprechender Stellenausschreibungen lesen wir indessen eine klare und authentische Darstellung der eigenen Stärken und der tatsächlichen Besonderheiten. Und zwar ohne Banalitäten und Anpreisungen im Superlativ.

Im Arbeitgeberprofil geht es darum, potenziellen Bewerbern deren brennende Fragen zu beantworten: **Was bringt mir das? Passe ich da hinein? Fühle ich mich dort wohl?**

Attraktive Arbeitgeberversprechen sind authentisch, zielgruppenrelevant und wettbewerbsdifferenzierend.

Auf der Rückseite finden Sie hierzu eine erhellende Geschichte von fünf führenden Schneidern.