

Genius statt Verkaufskraft, Fee statt Haushaltshilfe – Das versteckt sich hinter den gängigsten Jobtitel-Flosken

Joblift zeigt die Stellenbeschreibungen hinter ausgefallenen Berufsbezeichnungen auf

Hamburg / Berlin, 19. Januar 2016 – im Kampf um die besten Talente lassen sich potenzielle Arbeitgeber zunehmend ungewöhnliche Stellenbezeichnungen einfallen, vor allem in Branchen, die einen hohen Fachkräftemangel verzeichnen wie IT und Pflege. Eine nähere Betrachtung besonders kurioser Begriffe legt die Vermutung nahe, dass Firmen mit innovativ anmutenden Jobtiteln in erster Linie das Ziel verfolgen, gängige Positionen spannender klingen zu lassen. Wie die Metajobsuchmaschine [Joblift](#) nämlich herausfand, verbergen sich hinter den häufig genannten *Evangelists*, *Heroes* und *Rockstars* zumeist geläufige Berufe wie Softwareentwickler, Verkaufs- und Servicekräfte. Ob die kreative Benennung von Stellenanzeigen tatsächlich bei der Rekrutierung von geeignetem Personal hilft, ist jedoch fragwürdig, da Bewerber vermutlich traditionelle Titel bei ihrer Jobsuche bevorzugen.

***Evangelist*, *Hero* und *Rockstar* bilden die Top 3 der Jobtitel-Floskeln**

Eine Untersuchung aller Stellenanzeigen des vergangenen Jahres hat ergeben, dass der in 111 Ausschreibungen genannte *Evangelist* die am häufigsten gewählte neuartige Jobbezeichnung ist. Betrachtet man die sich dahinter verbergenden Aufgabenbeschreibungen, so kann man die Positionen zumeist (42-mal) als eine Art Markenbotschafter verstehen, die das Unternehmen etwa auf Konferenzen repräsentieren, meist mit dem Ziel, neue Kunden zu akquirieren. Weitere 42-mal fungieren sie hingegen als Technologieberater und -strategen, etwa im Bereich Internet of Things. 19-mal wurden mit dieser Bezeichnung zudem Softwareentwickler gesucht. Am zweitbeliebtesten im Ranking der ausgefallenen Jobtitel waren mit 85 Nennungen der *Hero* beziehungsweise der *Held* und die *Heldin*, die sich zu 17-mal auf Tätigkeiten im Kundendienst bezogen, zu 16-mal auf Softwareentwicklung und zu neunmal auf Pflegejobs. Es folgt schließlich der *Rockstar*, der insgesamt 64-mal ausgeschrieben war. 24 dieser Jobs richteten sich an IT Manager, elf an Marketingexperten, vor allem im Online-Bereich, sowie zehn an Softwareentwickler.

Gezaubert wird im Haushalt, gekämpft in der Softwareentwicklung – diese und weitere Eigenschaften scheinen bestimmten Berufsgruppen zugeschrieben zu werden

Nimmt man die Ausschreibungen wörtlich, so können vor allem unterstützende Aushilfskräfte zaubern: *Magicians*, *Wizards*, *Magier*, *Zauberer* oder *Feen* wurden insgesamt 54-mal als Stellenbezeichnungen verwendet. 21-mal umschrieben diese Begriffe Tätigkeiten, die sich auf Reinigung und Haushaltshilfe beziehen, achtmal auf Büroassistenten sowie siebenmal auf

gastronomischen Service. Um ein *Guru* (52-Mal ausgeschrieben) zu werden, empfiehlt sich hingegen eher ein Profil, das der Softwareentwicklung (26 Nennungen) oder der Kundenberatung beziehungsweise dem Vertrieb (je sechsmal erwähnt) zuzuordnen ist. Der Titel *Genie* beziehungsweise *Genius*, unter anderem von Apple und BMW als Bezeichnung für deren Produktberater genutzt, wurde insgesamt 52-mal angewandt, vor allem, um über Verkaufspositionen (20-mal), Systemadministratoren (zwölfmal) sowie Softwareentwickler (elfmal) zu sprechen. Zu guter Letzt erfreuen sich *Ninjas* wachsender Beliebtheit auf dem Arbeitsmarkt: Im vergangenen Jahr wurden diese in 30 Stellenanzeigen verwendet, die damit zumeist (15-mal) Softwareentwickler sowie je dreimal Datenanalysten, Mitarbeiter im gastronomischen Service und im Kundendienst ansprachen.

***König der Straße* und *Kaffee-Fee* – manch kreativer Jobtitel spiegelt stereotypische Rollenverteilungen wider**

Besonders die Welt der Helden und Magier scheint manch einen Arbeitgeber zu besonders einfallsreichen Kreationen zu inspirieren. So suchte eine Zeitarbeitsfirma einen *Helden der Autoreifen* für eine Reifenmonteurposition, eine Personalberatung schrieb hingegen einen *Bio-Helden* aus, der Bio-Betriebe im Vertrieb unterstützt. Im Bereich der Zauberei rekrutierte ein Food-Startup einen Rezeptentwickler in Form eines *Recipe Magicians* und ein Hamburger Café suchte nach einer *Kaffee-Fee*, einer offensichtlich weiblichen Unterstützung im Service. Auch royale Begriffe fanden in Jobtiteln Verwendung: Für eine Ausbildungsstelle zum Berufskraftfahrer wurde mit *König der Straße* geworben, in diesem Fall fühlten sich vermutlich vornehmlich männliche Bewerber angesprochen. Ein Hostel suchte wiederum mit der Anzeige *King / Queen of Breakfast* nach Unterstützung im Frühstücksservice.

Über Joblift

Joblift ist eine Metasuchmaschine für aktuell mehr als 1.000.000 Jobs aus über 100 Partnerjobbörsen. Ein klarer User-Fokus sowie eine ausgereifte Technologie stehen im Zentrum der Produktentwicklung. Gegründet wurde das Unternehmen 2015 von Lukas Erlebach und Malte Widenka. An den beiden Standorten Hamburg und Berlin beschäftigt Joblift zurzeit ein Team von rund 30 Mitarbeitern.

Pressekontakt

Julia Karlstetter
PR & Content Marketing Manager

Joblift GmbH
Leuschnerdamm 31
10999 Berlin
+49 (0)30 - 36 42 84 533
julia.karlstetter@joblift.de
joblift.de/presse