

Die Karrierefrage

Junior Head of What?

Junior Analyst, Senior Producer, Executive Director – immer mehr Berufsbezeichnungen tragen englische Namen. Klingt alles super wichtig. Aber dabei wirklich durchzublicken ist gar nicht so einfach.

Von LISA KUNER



© AFP

Berufsbezeichnungen können auch Verwirrung stiften.

Die meisten Menschen suchen Stellen heute im Internet. Dort begegnen ihnen Bezeichnungen wie „Junior Analyst“, „Senior Producer“ oder „Executive Director“. Dahinter zu blicken, was das genau bedeutet, ist manchmal gar nicht so einfach. Denn nicht nur für den Beruf, sondern auch schon für die Suche auf Stellenportalen braucht man heutzutage Fremdsprachenkenntnisse. Die überwiegende Anzahl der Stellenanzeigen ist dort mit englischen Titeln geschaltet.

Dass es heute so viele unterschiedliche Stellentitel gibt und dass eine wachsende Anzahl von ihnen auf Englisch ist, liegt an zwei verschiedenen Trends. Der erste Trend ist die immer weiter wachsende Spezialisierung von Berufstätigen. Der zweite ist das Voranschreiten der Internationalisierung des Arbeitsmarktes. Dadurch entstehen zum einen immer speziellere Titel, und zum anderen wird häufiger auf Englisch ausgeschrieben.

„Jobtitel sind in der Regel nicht geschützt“

Um sich im Titel-Dschungel zurechtzufinden, muss man genau hinschauen. Das tut Constanze Wiedermann. Sie ist Karrierecoachin und vermittelt für ihre Personalberatung Südpool Personalkonzepte vor allem Bewerberinnen und Bewerber im Assistenzbereich. Für sie spielen Stellentitel eine untergeordnete Rolle. „Jobtitel sind in der Regel nicht geschützt“, erklärt sie. Theoretisch können Arbeitgeber ihre Stellen also ausschreiben, wie sie wollen. „Wichtiger, als auf den Titel zu schauen, ist es darum, sich genau mit den Aufgaben eines Jobs auseinanderzusetzen“, meint Wiedermann. Die Stellenbeschreibung sei aussagekräftiger als der Titel.

Eng damit zusammen hängt Wiedermanns nächster Tipp: Man solle sich bei der Suche nach einem neuen Arbeitgeber nicht auf einen einzigen Stellentitel beschränken, sondern weiter gefächert auch nach ähnlichen Titeln suchen. Oftmals hätten Stellen mit völlig verschiedenen Bezeichnungen am Ende ähnliche Aufgabenbeschreibungen. Wer nicht wisse, nach welchen Schlagwörtern er suchen solle, könne beispielsweise auf Unternehmenswebsites checken, wie dort die Stellen bezeichnet sind. „Stellentitel werden oft beliebig ausgesucht und sehr unterschiedlich verwendet“, sagt die Karrierecoachin.

Rang lässt auf Berufserfahrung schließen

Während ein Teil der Titel vor allem aus unternehmensinternen Strukturen herauswächst, gibt es auch einige allgemeinere Regeln bei (halb) englischen Jobbeschreibungen. Im Idealfall setzt sich ein beruflicher Titel aus dem Rang, dem Fachbereich, der Spezialisierung oder dem Beruf zusammen. Also zum Beispiel Senior Bürokaufmann oder Junior Finance Specialist. Der Rang lässt dabei auf die Erfahrung schließen, die für eine Stelle gewünscht ist.

Gängig sind dabei die Bezeichnungen „Junior“ für Berufseinsteiger mit bis zu drei Jahren Berufserfahrung und „Senior“ für Stellen mit mehr Anforderung an Erfahrung. Steht das Schlagwort „Manager“ im Stellentitel, weist das auf eine Führungsrolle hin, die oftmals auch einen gewissen Grad an Personalverantwortung mit sich bringt. Auf Deutsch ist ein Manager meist einfach ein Abteilungsleiter.

Auch ein „Head of“ deutet auf Führungsverantwortung hin, steht aber meistens noch unter dem Management. Stellen mit „Chief“ im Titel sind auf Deutsch meistens Geschäftsführerinnen oder -führer. Eine eher untergeordnete Rolle spielen im Hinblick auf Stellenbezeichnungen akademische Grade – ob jemand einen Bachelor-, Master- oder Dokortitel hat, spiegelt sich im Berufstitel normalerweise nicht wider. Eine Ausnahme bilden hier Professorinnen und Professoren, der akademische Grad ist für sie oftmals auch Berufsbezeichnung.



F.A.Z. Newsletter Beruf & Chance

Montags um 8.00 Uhr

[ANMELDEN](#)

Dass inzwischen so viele Stellenanzeigen auf Englisch sind, mag zwar modern klingen, ergibt darüber hinaus aber nicht immer Sinn. So werden englische Stellenanzeigen im Internet nicht etwa häufiger gelesen: Im direkten Vergleich werden beispielsweise in den Stellenportalen „Yourfirm“ und „Region-Jobanzeiger“ identische Stellenanzeigen mit deutschem Titel öfter angeklickt.

Vom Feelgood zum Facility Manager

Die Portale erklären sich das damit, dass mögliche Bewerber und Bewerberinnen ohne perfekte Englischkenntnisse schon von der Bezeichnung abgeschreckt sein könnten und sich dann gar nicht erst die Mühe machen, die Stellenbeschreibung zu lesen. Das gilt aber nicht für alle Stellen. Laut den Datenexperten der Portale sind Jobs im IT-Bereich eine Ausnahme – die werden häufiger angeklickt, wenn ihre Titel auf Englisch sind. Das könne daran liegen, dass in diesem Bereich sowieso immer gute Fremdsprachenkenntnisse vorausgesetzt werden.

Es ist aber nicht nur für potentielle Bewerber und Bewerberinnen wichtig, im Stellenbezeichnungsdschungel durchzublicken, sondern auch für Arbeitgeber, die Stellenanzeigen schalten. Feelgood Manager oder Facility Manager – für Malchus Kern, Gesellschafter bei der Onlinemarketing-Agentur Kirschwerk in Weingarten bei Ravensburg, sind das Beispiele dafür, dass trendig klingende Titel nicht immer eine gute Wahl sind. Er berät Unternehmen dabei, wie sie in Zeiten von Fachkräftemangel erfolgreich Stellen ausschreiben.

Beim Feelgood Manager sei das Problem, dass es eine sehr vage Bezeichnung sei und die

meisten Menschen sich nicht vorstellen könnten, was die Aufgaben sind. Beim Facility Manager ist das Problem ein anderes: „Das ist einfach ein Hausmeister“, sagt der Onlinemarketing-Experte. Zum einen bräuchte man für die Tätigkeit meist keine Englischkenntnisse, und zum anderen würden mögliche Bewerberinnen oder Bewerber auch eher selten auf Englisch nach Jobangeboten suchen. „Unternehmen wollen oftmals cool sein, aber das funktioniert nicht wirklich“, sagt Kern.

„Gute Jobtitel sind geläufige Jobtitel“

Er rät dazu, Jobtitel zu verwenden, die regelmäßig gesucht werden, anstatt eine Stelle möglichst wohlklingend zu umschreiben. Als Negativbeispiele nennt er „Content King“ für Redakteursstellen oder „Office Acrobat“ für eine Assistenz – danach würden mögliche Bewerber niemals suchen. „Gute Jobtitel sind geläufige Jobtitel“, sagt Kern. Meistens sei der einfachere Ausdruck die bessere Wahl. Arbeitgeber sollten in ihren Anzeigen auch auf Abkürzungen verzichten und im Zweifel Anzeigen mit verschiedenen Synonymen schalten, um ihre Reichweite zu erhöhen.

Auch Karrierecoachin Wiedermann findet, dass Stellenbezeichnungen klarer sein sollten. Sie sieht ein Problem in internen Jobtiteln, also solchen, die zwar innerhalb des Unternehmens verwendet werden, aber sonst weitgehend unbekannt sind. Diese würden im Zweifel zu Verwirrung führen. „Arbeitgeber müssen sich gut überlegen, welche Titel sie ihren Stellenanzeigen geben, damit sie die richtigen Bewerber ansprechen“, sagt sie. Wähle man beispielsweise Office Manager, suche aber eine Empfangsassistentin, dann bekomme man unter Umständen Bewerbungen von überqualifizierten Menschen.

Darüber, wie viel Einfluss Jobtitel am Ende auf die Karriereentwicklung haben, sind sich

Experten uneins. „Ich denke, Jobtitel sind eher weniger relevant für die Karriere“, sagt Malchus Kern von Kirschwerk. In Zeiten des Fachkräftemangels hätten viele Unternehmer Besseres zu tun, als sich an falschen Berufsbezeichnungen aufzuhängen. Coachin Constanze Wiedermann sieht das etwas anders: „Wenn man den falschen Titel bei seinen Berufserfahrungen im Lebenslauf stehen hat, wird man im Zweifel in der ersten Runde einfach aussortiert“, sagt sie.

Jobtitel ein „Prestige-Thema“

Sie plädiert daher auch dafür, dass Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer darauf drängen, dass ihr Jobtitel angepasst wird, wenn sich der Aufgabenbereich erweitert. Das sei auch ein Prestige-Thema, sagt Wiedermann. „Unsere Jobbezeichnung ist schließlich auch Teil unserer beruflichen Identität.“

Wie wichtig dieser Aspekt ist, zeigt auch eine wissenschaftliche Untersuchung. Nach einer Studie der London Business School aus dem Jahr 2017 sind Mitarbeitende weniger gestresst, wenn sie selbst gewählte Stellenbezeichnungen nutzen können. Das führen die Wissenschaftler darauf zurück, dass der Titel dann die Persönlichkeit der Mitarbeiter besser unterstreicht, und darauf, dass sie sich damit in ihrer Tätigkeit bestätigt sehen.

Ein anderer wichtiger Aspekt ist für Constanze Wiedermann, dass ein angepasster Jobtitel auch zeigt, dass man sich weiterentwickelt hat. Besonders für den Lebenslauf und mögliche kommende Bewerbungen sei das von Vorteil. Es könne aber auch Sinn ergeben, um seine Position intern zu festigen oder auszubauen. „Man wird mit einem neuen Jobtitel oftmals nicht nur extern, sondern auch intern anders wahrgenommen.“

Wenn man dem Chef erkläre, dass man aus einer ehemals zugewiesenen Rolle herausgewachsen ist und noch weitere Aufgaben übernimmt, rechtfertige das oft auch eine Gehaltserhöhung. „Im Idealfall kombiniert man die beiden Themen in einem Gespräch“, meint sie. Wann der richtige Zeitpunkt dafür gekommen ist, lasse sich nicht pauschal sagen. Man müsse im Blick haben, wie sich die eigenen Aufgaben verändern – in einem kleinen Start-up passiert das oft schneller als im Konzern. Egal, wann Arbeitnehmer sich wünschen, ihren Jobtitel anzupassen: Sie sollten sich auf das entsprechende Gespräch gut vorbereiten und erklären können, welche Argumente die Veränderung rechtfertigen.

Quelle: F.A.Z.