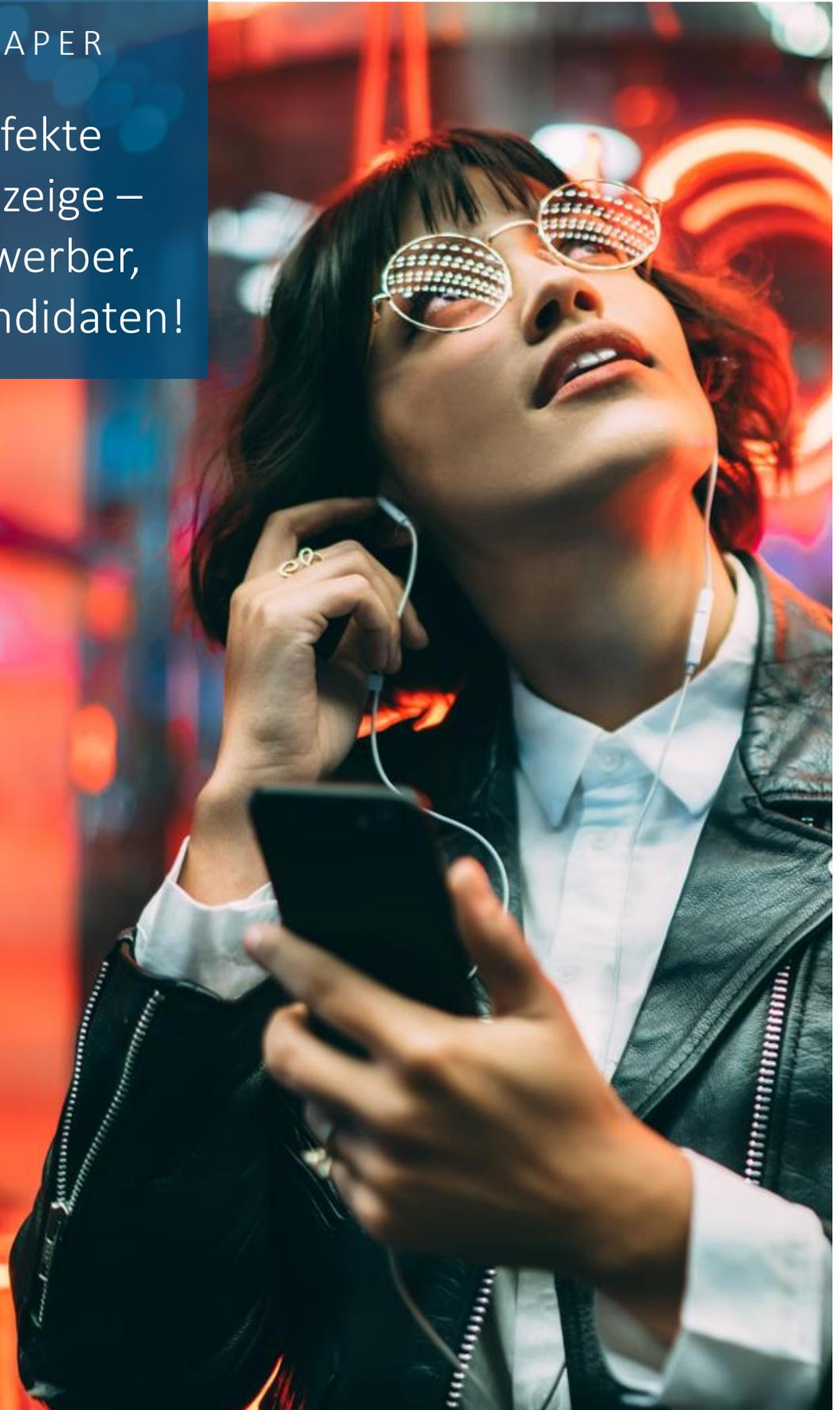


WHITEPAPER

Die perfekte  
Stellenanzeige –  
mehr Bewerber,  
bessere Kandidaten!



# Was ist es, was Menschen zu einem Jobwechsel motiviert, um den nächsten Karriere-Schritt mit und bei Ihnen zu gehen?

## Die perfekte Stellenanzeige für effektives Recruiting

---

Begriffe wie Fachkräftemangel und War for Talents machen deutlich: Professionelles Recruiting hat heute einen wesentlich höheren Stellenwert als noch vor ein paar Jahrzehnten. Dabei benötigen Sie nicht zwangsläufig eine aufwendige Werbekampagne für sich als attraktive Arbeitsstelle. Indem Sie die Basics, wie zum Beispiel das Verfassen einer aussagekräftigen Stellenanzeige, perfektionieren, können Sie bereits mit geringem Aufwand die richtigen Bewerber:innen auf sich aufmerksam machen.

# Inhaltsverzeichnis

	Seite
<b>Stellenanzeige 2.0 und Jobbörsen im Netz</b>	4
• So erreichen Sie Jobsuchende im Netz	
<b>Stellenanzeige Schritt für Schritt gestalten – so geht es richtig</b>	5
• Stellentitel: Das A und O Ihrer Stellenanzeige	6
• Unternehmensbeschreibung: Wecken Sie Neugierde und Lust auf mehr	7
• Aufgaben: Überblick über Verantwortung und Arbeitsalltag	7
• Anforderungen und Profil: Die eierlegende Wollmilchsau	8
• Corporate Benefits: Was zeichnet Sie als Arbeitsstelle aus?	9
• Bewerbungsformalitäten und –optionen	10
<b>Erfolgreiche Stellenanzeigen schreiben</b>	11
• Lesbarkeit ist Trumpf	11
• Auf den Informationsgehalt kommt es an	11
• Vorsicht Fettnäpfchen	12
<b>Leinen los!</b>	15

# Stellenanzeige 2.0 und Jobbörsen im Netz

Die Verlagerung der Jobbörsen von den Zeitungen und anderen Printmedien ins Internet hat an der Dominanz der klassischen Stellenanzeige nichts geändert. Sie ist nach wie vor das beliebteste Mittel, um vakante Stellen auszuschreiben und neu zu besetzen. Verändert haben sich hingegen sowohl der Weg, wie Jobsuchende auf die Inserate stoßen, als auch deren Anforderungen an den Informationsgehalt einer Annonce.

## SO ERREICHEN SIE JOBSUCHENDE IM NETZ

Die meisten Jobsuchenden nutzen zum Einstieg eine Suchmaschine. Mehr als jeder Zweite besucht nicht gezielt eine Jobbörse, sondern befragt Google und Co. Die häufigsten Suchbegriffe sind dabei die

Stellenbezeichnung und regionale Bezüge wie der Name der nächsten Stadt. Wenn Sie diese bei der Suche verwendeten Keywords in Ihre Stellenanzeige integrieren, können Sie die Sichtbarkeit ohne großen Aufwand erhöhen.

Mit etwas Geschick können Sie außerdem die Zielgruppe einer Stellenanzeige genauer adressieren: Schüler:innen und Azubis nutzen häufig Social Media bei der Jobsuche, während Studierende gezielt den Karriereteil der Unternehmenswebseite aufsuchen. Indem Sie Positionen für diese Gruppen auf dem jeweiligen Kanal hervorheben, erhöhen Sie die Sichtbarkeit. Außerdem wecken Sie so das Interesse genau jener Jobsuchender, die Sie ansprechen wollen. Das bedeutet insgesamt weniger Streuverluste und eine gezieltere Ansprache.



# Mit einer inhaltlich und gestalterisch ansprechenden Stellenausschreibung zu einer gesteigerten Profitabilität im Recruiting

## Stellenanzeige Schritt für Schritt gestalten – so geht es richtig

---

Eine große Online-Jobplattform befragt regelmäßig sowohl Arbeitssuchende als auch Unternehmen zu deren Vorlieben und Recruiting-Prozessen. Demnach spielt für mehr als die Hälfte der Fachkräfte die optische Gestaltung der Stellenanzeige eine Rolle bei ihrer Entscheidung für oder gegen eine Bewerbung. Von diesen harten Zahlen abgesehen sollten Sie natürlich bedenken, dass das Lesen Ihres Stellenangebots oft den ersten Kontakt zwischen Interessent:innen und Ihrem Unternehmen darstellt. Wenn Sie hier eine gute Figur machen, entsteht ein positiver Eindruck, der am Ende des

Bewerbungsprozesses zu einer Zusage Ihres Favoriten oder Ihrer Favoritin beitragen kann.

Viele Bewerber:innen beklagen, dass Stellenanzeigen zu wenige Informationen enthalten. Und das, obwohl es gerade in Zeiten von Online-Stellenbörsen keine Platzbeschränkungen mehr gibt. Vor allem in Bezug auf das mögliche Gehalt, Arbeitszeiten und Arbeitszeitmodelle sowie Entwicklungs- und Weiterbildungsmöglichkeiten wünschen sie sich von Anfang an mehr Inhalte .

Damit Ihre Stellenanzeige geordnet und klar strukturiert ist, sollten Sie sich der einzelnen Elemente, aus denen Annoncen üblicherweise bestehen, bewusst sein. Wir zeigen, was Sie bei jedem Teil beachten sollten und wie am Ende ein rundes Gesamtbild entsteht.

## STELLENTITEL: DAS A UND O DER STELLENANZEIGE

Der Titel Ihrer Annonce ist das Erste, das Bewerber:innen sehen. Er entscheidet darüber, ob Ihre Stellenanzeige im Internet näher betrachtet wird oder Jobsuchende weiterscrollen, wenn ihnen die Headline nicht ansprechend erscheint. An dieser

Stelle treffen Bewerber:innen im Recruiting-Prozess also bereits die erste Alles-oder-Nichts-Entscheidung. Je mehr Talente Sie mit einem ansprechenden Stellentitel überzeugen, desto größer ist Ihre Auswahl an vielversprechenden neuen Angestellten im weiteren Bewerbungsprozess.

Einen besonderen Stellenwert hat der Titel Ihrer Jobanzeige vor dem Hintergrund, dass mehr als die Hälfte aller Jobsuchenden Suchmaschinen nutzt. Wenn Sie hier bei den Ergebnissen ganz vorne landen, können Sie Ihre Reichweite ohne großen Aufwand beträchtlich steigern – unabhängig von teuren Premium-Anzeigen auf Jobplattformen oder Werbung in den Sozialen Medien.

### DOS

- 1 Stichwortartig und möglichst präzise
- 2 Kurz und prägnant:  
Max. 70 Zeichen
- 3 Korrekt gegendert (m/w/d)
- 4 Inklusive Gehaltsangabe
- 5 Jobtitel immer als erstes Wort
- 6 Zielgruppe im Hinterkopf behalten
- 7 Optionale Angaben:
  - Hierarchiestufe
  - Umfang
  - Standort
  - Befristung

### DONTS

- 1 Mix aus Englisch und Deutsch
- 2 Unternehmensinterne Fachbegriffe oder Bezeichnungen
- 3 Unnötige Füllwörter
- 4 Konkrete Anforderungen – diese gehören in den Text der Anzeige
- 5 Abkürzungen
- 6 Stellentitel mit Informationen überladen

## UNTERNEHMENSDESCHEIBUNG: WECKEN SIE NEUGIERDE UND LUST AUF MEHR!

Als Einleitung einer Stellenanzeige dient eine kurze Vorstellung Ihres Unternehmens. Wichtig ist, dass Sie potentielle Bewerber:innen hier nicht mit Informationen überhäufen. Es reicht, wenn diese einen groben Überblick haben, wo sie Sie einordnen können. Zu den wichtigsten Kennzahlen und Daten in dieser Hinsicht gehören:

- Unternehmensname
- Branche(n)
- Produkte und Dienstleistungen
- Größe (Standorte, Zahl der Angestellten etc.)

Im Rahmen des Employer Brandings können Sie hier die im Unternehmen gelebten Werte wie Nachhaltigkeit, Umweltschutz oder fairen Handel und Löhne erwähnen. Aber Vorsicht: Bewerber:innen sind heutzutage geübt darin, leere Versprechungen und Floskeln als solche zu entlarven. Stellen Sie sich an dieser Stelle also nicht besser dar, als Sie sind. Das würde Interessent:innen bei Nichteinhaltung im weiteren Prozess nur abschrecken. Setzen Sie stattdessen auf Ehrlichkeit und Authentizität. Wenn Sie noch nicht dort sind, wo Sie sein wollen, können Sie entsprechende Werte in Form von Zielen wiedergeben.

*Die perfekte Unternehmensbeschreibung ist kurz und knackig und weckt beim Lesenden Neugierde und Interesse daran, Ihre Firma kennenzulernen und ein Teil von ihr zu werden.*

## AUFGABEN: ÜBERBLICK ÜBER VERANTWORTUNGEN UND ARBEITSALLTAG

Die Aufgabenbeschreibung gehört, neben dem Titel und dem Anforderungsprofil, zuden wichtigsten Bestandteilen der Stellenanzeige. Indem Sie möglichen Interessent:innen die mit der Anstellung verbundenen Aufgaben detailliert, aber trotzdem übersichtlich darlegen, entsteht in deren Geist ein Bild der zukünftigen Tätigkeit in Ihrem Unternehmen. Passt diese zu den Wünschen, rückt eine Bewerbung in greifbare Nähe. Gefällt sie nicht, hört der- oder diejenige hier zu lesen auf und widmet sich einem anderen Stellenangebot.

Ideal zur Darstellung der Aufgaben sind zwischen fünf und acht Stichpunkte. So können Sie alle Aspekte der Stelle unterbringen und einen Überblick liefern, ohne Interessent:innen mit Details zu verwirren. Indem Sie die häufigsten und wichtigsten Aufgaben zuerst nennen, kreieren Sie eine Rangordnung und schaffen ein realistisches Bild der Verteilung im Arbeitsalltag.

Prüfen Sie Ihre fertige Aufgabenbeschreibung: Können Sie sich mit den genannten Angaben den Arbeitsalltag bildlich vorstellen? Wenn nicht, dann sollten Sie nachbessern.

Beispiele können hier äußerst nützlich sein und abstrakte, allgemeine Beschreibungen sinnvoll ergänzen.

### Checkliste Aufgabenbeschreibung

- 5 – 8 Stichpunkte
- Reihenfolge hierarchisch von häufig/wichtig nach selten/unwichtig
- Abstrakte und allgemeine Formulierungen durch Beispiele ergänzen oder ersetzen
- Multimedial arbeiten: Text durch Bilder und Videos vom Arbeitsalltag ergänzen

### ANFORDERUNGEN UND PROFIL: DIE EIERLEGENDE WOLLMILCHSAU?

Während es in den ersten Teilen der Stellenanzeige vor allem darum ging, das Interesse des Lesenden zu gewinnen und ihn oder sie zu informieren, sind nun Sie als Arbeitgeber dran. Unter dem gewünschten Profil, beziehungsweise den

Anforderungen, dürfen Sie Ihren Wünschen und Anforderungen Ausdruck verleihen. Treten Sie dabei aber nicht in die Falle, es zu übertreiben. Zu hohe

Anforderungen können Bewerber:innen abschrecken. Aber auch zu allgemein gehaltene oder niedrige Anforderungen verunsichern interessierte Leser:innen.

### DOS

- 1 Gliederung der Kompetenzen nach absteigender Relevanz
- 2 Formale Kompetenzen: Geforderter Abschluss
- 3 Fachliche Kompetenzen: Software-, Fach-, Fremdsprachenkenntnisse und weitere Kompetenzen
- 4 Berufserfahrung; klarer Hinweis, wenn Sie auch Quereinsteiger einstellen

### DONTS

- 1 Übertriebene oder unklar formulierte Anforderungen
- 2 Aneinanderreihung nichtssagender Softskills
- 3 HR legt Anforderungen ohne Rücksprache mit der betroffenen Abteilung fest
- 4 Keine Unterscheidung zwischen zwingenden und optionalen Anforderungen

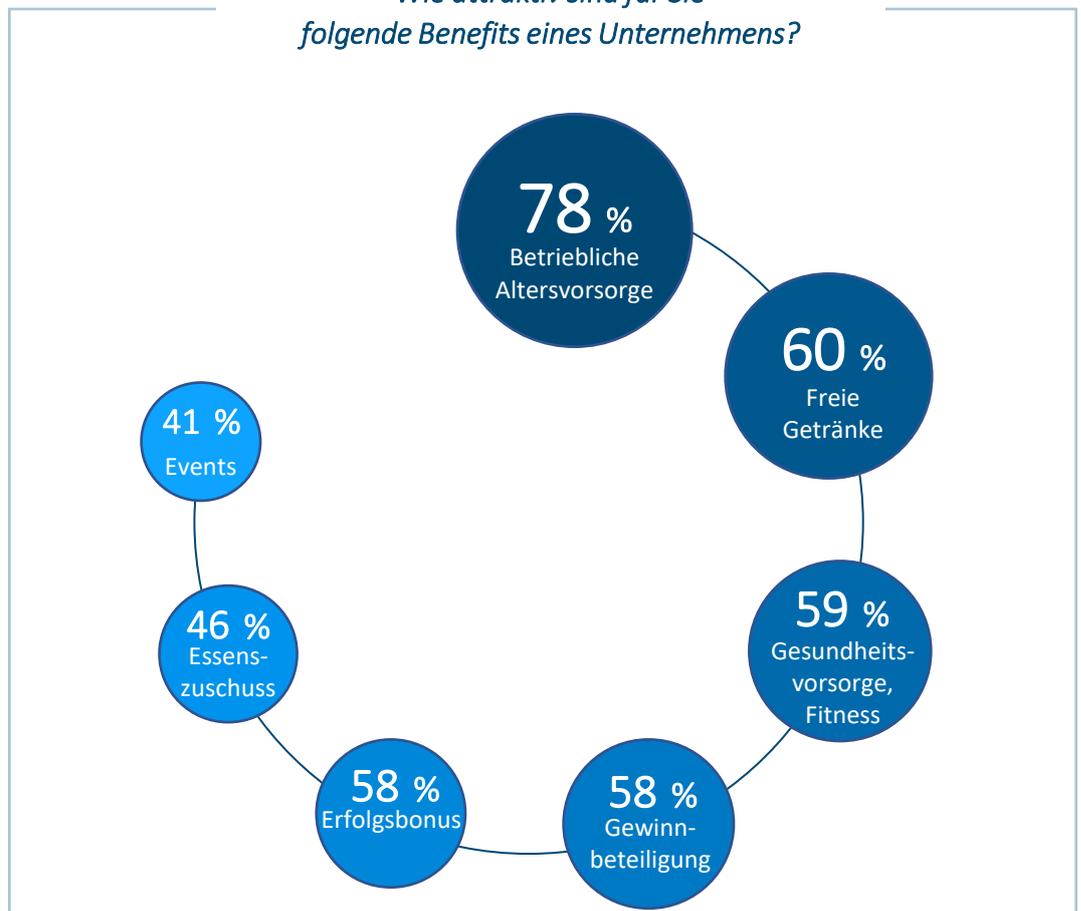
## CORPORATE BENEFITS: WAS ZEICHNET SIE ALS ARBEITSSTELLE AUS?

Interessent:innen, die bis hierher lesen, finden Ihre Stellenanzeige prinzipiell ansprechend und erfüllen das Anforderungsprofil im weitesten Sinne. Nun geht es darum, den dringenden Wunsch nach einer Anstellung in Ihrem Unternehmen zu wecken. Dafür stellen Sie die Vorteile, die Ihre Firma ihren Angestellten bietet, vor. Beliebte in dieser Hinsicht sind zum Beispiel:

- **Finanzielle Vorteile:** Betriebliche Altersvorsorge, Gewinnbeteiligung, erfolgsbasierte Boni
- **Praktische Vorteile:** Dienstwagen, Diensthandy oder anderes vom Arbeitgeber gestelltes Equipment

- **Flexible Arbeitszeiten:** Gleitzeit, Arbeitszeitkonto, Möglichkeit zum Homeoffice
- **Versorgung:** Firmeneigene Kantine, kostenfreie Getränke
- **Familie:** Kinderbetreuung, flexible Arbeitszeiten, Eltern haben Vorrang in Sachen Urlaubsplanung
- **Rabatte:** Mitarbeiterrabatte im eigenen Unternehmen und/oder in Kooperation mit anderen Firmen
- **Gesundheit:** betriebliche Gesundheitsförderung, Sportkurse, Stressmanagement, Sabbatical
- **Entwicklung:** vom Arbeitgeber finanzierte Fortbildungen, transparente Beförderungspolitik

### Wie attraktiv sind für Sie folgende Benefits eines Unternehmens?



## BEWERBUNGSFORMALITÄTEN UND –OPTIONEN

Selbst wenn Jobsuchenden Ihre Anzeige und Ihr Unternehmen gefallen, können Sie auf den letzten Schritten stolpern: Fast die Hälfte aller Kandidat:innen gibt in Umfragen an, sich schon einmal nicht beworben zu haben, weil der Bewerbungsprozess zu kompliziert erschien. Dem können Sie bereits mit wenigen einfachen Mitteln vorbeugen:

- **Klare Bewerbungsoptionen:** In welcher Form akzeptieren Sie Bewerbungen für diese Stellenausschreibung?
- **Ansprechpartner:in:** Wer steht für Rückfragen zur Verfügung? Am besten mit Telefonnummer, E-Mail-Adresse und passendem Foto angeben
- **Prominenter Link** zum firmeneigenen Online-Portal für Bewerber:innen
- **One-Click-Bewerbung** anbieten



# Ob eine Stellenanzeige gut ist, zeigen die Kandidaten mit Ihrer Entscheidung für oder gegen eine Bewerbung!

## Erfolgreiche Stellenanzeigen schreiben

---

Mit den vorgestellten Bausteinen haben Sie bereits eine gute Orientierungshilfe, worauf Sie beim Erstellen einer Jobannonce achten sollten. Indem Sie einige weitere wichtige Punkte beachten, können Sie die Chance für eine erfolgreiche Rekrutierung zusätzlich erhöhen.

### LESBARKEIT IST TRUMPF

Indem Sie die Lesbarkeit Ihrer Stellenanzeige erhöhen, machen Sie Jobsuchenden den Einstieg besonders leicht. Dazu gehören:

- Logo und andere Markenzeichen des Corporate Designs nutzen
- Klare Gliederung mit aussagekräftigen Überschriften
- Aufzählungen anstatt Fließtext
- Bilder und Videos ergänzen die Informationen im Text

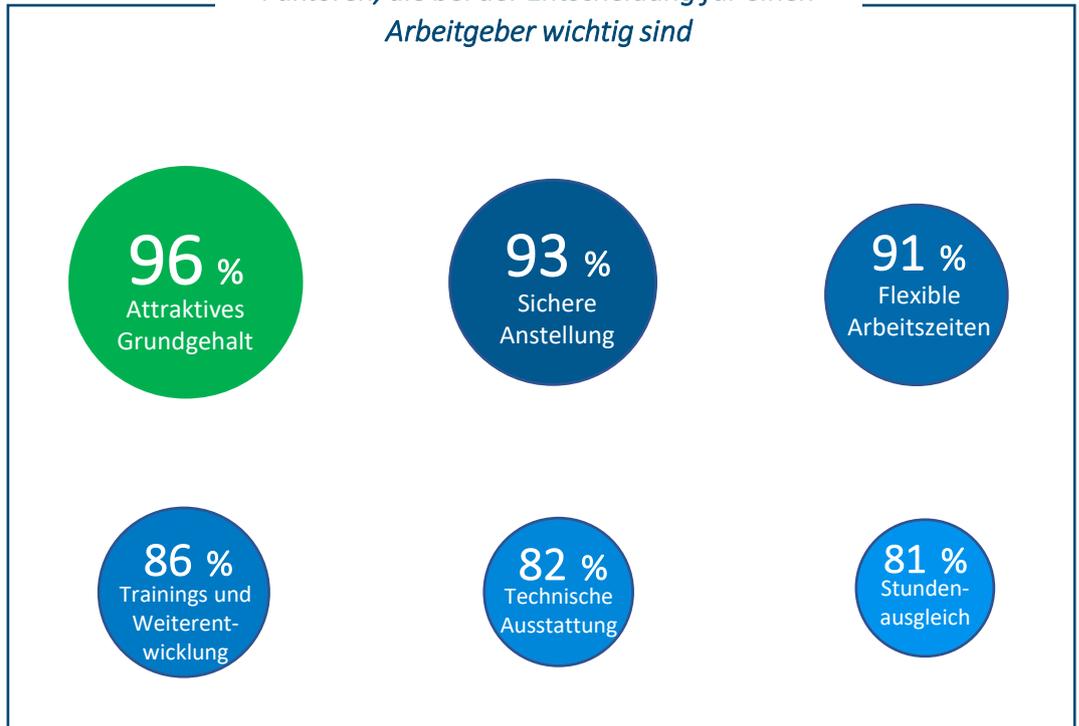
Durch den Einstieg der meisten Jobsuchenden über Suchmaschinen, sind

die Maschinenlesbarkeit und Suchmaschinenoptimierung Ihrer Stellenanzeige ein wichtiger Faktor für deren Reichweite. Indem Sie hier Optimierungen vornehmen, können Sie den Erfolg Ihrer Ausschreibungen beträchtlich steigern. Achten Sie darauf, dass der Stellentitel aussagekräftig und prägnant ist. Verzichten Sie auf firmeninterne oder weniger gebräuchliche Begriffe – selbst wenn diese in dem Fall korrekt wären.

### AUF DEN INFORMATIONSGEHALT KOMMT ES AN

In Umfragen geben drei Viertel der Interviewten an, dass die Informationen, die sie üblicherweise in Stellenanzeigen finden, nicht ausreichend sind. Klar fällt es schwer, eine Vielzahl an Daten zur Stelle und zum Unternehmen unterzubringen und dabei trotzdem übersichtlich und pointiert zu bleiben. Indem Sie Interessent:innen ein ausführliches Bild liefern, erhöhen Sie aber die Wahrscheinlichkeit, deren Interesse zu

### Faktoren, die bei der Entscheidung für einen Arbeitgeber wichtig sind



wecken. Als Orientierungshilfe dient neben den einzelnen Bausteinen eine Liste von Faktoren, die die Entscheidung für oder gegen eine Arbeitsstelle erheblich beeinflussen.

Viele Bewerber:innen wünschen sich außerdem Informationen zum genauen Ablauf des Bewerbungsprozesses. Indem Sie folgende Fragen am Ende der Stellenanzeige beantworten, schaffen Sie bei Interessent:innen eine zuversichtliche und sichere Haltung, die Bewerbungen begünstigt:

- Wann können Bewerbende mit einer Rückmeldung rechnen
- Welche Art von Interview findet statt?
- Wie viele persönliche Runden gibt es?
- Finden Auswahltests und –verfahren statt?
- Wie lange dauert der gesamte Bewerbungs- und Auswahlprozess?

### VORSICHT FETTNÄPFCHEN

Neben Optimierungen, mit denen Sie das Interesse potentieller Bewerber:innen wecken, und einer klaren Struktur müssen Stellenanzeigen auch einige formale Vorgaben erfüllen. Zu den wichtigsten davon gehören die des Allgemeinen Gleichstellungsgesetzes (AGG). Es sieht vor, dass Menschen weder aufgrund ihrer Rasse, ethnischen Herkunft oder Religion noch wegen ihres Geschlechts, ihres Alters oder ihrer sexuellen Identität diskriminiert werden dürfen. Das spielt natürlich auch bei der Auswahl von Bewerber:innen auf ein Stellenangebot eine wichtige Rolle. Indem Sie Ihre Stellenanzeige entsprechend gestalten, können Sie sich effektiv vor Klagen von abgelehnten Bewerber:innen schützen. Am einfachsten geht das in Sachen Geschlecht mit dem Hinweis (m/w/d) direkt hinter der Berufsbezeichnung im Stellentitel. So machen Sie von Anfang an deutlich, dass bei Ihnen alle Arten von Menschen willkommen sind.

In Stellenanzeigen beschreiben wir einen Job oder eine Aufgabe und wie diese zum Ziel gebracht wird – nicht eine Person!



# Die Zeit und Arbeit, die in eine Stellenausschreibung investiert wird, zahlt sich am Ende immer aus.

## Bereit? Dann Leinen los!

---

Ihre perfekte, klar gegliederte Stellenausschreibung voller interessanter Informationen für Ihre Bewerber:innen ist fertig? Jetzt müssen Sie diese nur noch veröffentlichen. Dafür gibt es zahlreiche Möglichkeiten:

- Jobbörsen und Jobportale
- Unternehmenseigene Karriereseite
- Social Media-Kanäle

Bedenken Sie, dass unterschiedliche Zielgruppen verschiedene Angebote

nutzen. Junge Menschen erreichen Sie eher über Social Media und Mobile Recruiting. Auf Ihre Karriereseite greifen vor allem Bewerber:innen zu, die sich gezielt für Ihr Unternehmen interessieren. Natürlich können Sie mögliche Interessent:innen auch von unterschiedlichen Seiten hierher weiterleiten. Nach wie vor erreichen Sie über Inserate in Jobbörsen die meisten potentiellen Leser:innen. Achten Sie dabei auf Suchmaschinenoptimierung, um auch Treffer über Google und Co. zu erzielen.

**yourfirm**  
*Wir lieben Jobs im Mittelstand.*

yourfirm GmbH  
Welfenstraße 22  
81541 München

T +49 89 416 14 11-600  
E-Mail: [info@yourfirm.de](mailto:info@yourfirm.de)

[yourfirm.de](http://yourfirm.de)

