

So schreiben Sie starke Stellenanzeigen

8 Praxis-Tipps für Ihr Recruiting

Unterschätzen Sie nicht die Bedeutung einer Stellenanzeige

Unterschätzen Sie nicht die Bedeutung einer Stellenanzeige. Hier kommen Kandidaten zum ersten Mal mit einem potentiellen neuen Arbeitgeber in Kontakt – die Stellenanzeige beeinflusst damit maßgeblich den ersten Eindruck eines Kandidaten vom Unternehmen. Es mag Sie vielleicht überraschen, aber was Sie in einer Stellenanzeige schreiben – und wie Sie es schreiben – kann viel bewirken.

In einer aktuellen Studie von CareerBuilder gaben 75 Prozent der Kandidaten an, dass das Layout und der Eindruck einer Stellenanzeige ihre Entscheidung, sich zu bewerben, maßgeblich beeinflusst.

Die Herausforderung für Personalers: Eine Stellenanzeige zu erstellen, in der Sie auf begrenztem Raum so viel wie möglich über Ihr Unternehmen erzählen, um es an einen potentiellen Bewerber zu „verkaufen“. Schließlich werden die meisten Bewerber Ihre Stellenanzeige wahrscheinlich nach relevanten Keywords überprüfen. Von einer gut geschriebenen Stellenanzeige profitieren sowohl die Bewerber als auch Sie als Unternehmen: Die Kandidaten können besser abschätzen, ob es sich um eine Position handelt, für die sie sich gerne bewerben würden. Und Sie verhindern durch eine möglichst genaue Beschreibung der Tätigkeit eingehende Bewerbungen von Kandidaten, die für die zu besetzende Stelle nicht relevant sind. Eine gute Stellenanzeige wird damit nicht nur Zeit sparen, sondern Ihnen auch dabei helfen, Kosten zu reduzieren.

Die folgende Checkliste soll Ihnen eine Orientierung geben, wie Sie Ihre Stellenanzeigen effizienter gestalten und so qualifizierte, relevante Kandidaten ansprechen – und diese dazu bringen, sich auf Ihre offenen Stellen zu bewerben.

1 Der Jobtitel

2 Beschreibung der Tätigkeit

3 Anforderung an den Bewerber

4 Präsentation Ihres Unternehmens

5 Stärken Ihres Unternehmens

6 Kontakt

Der Jobtitel

Der Jobtitel ist das erste, was Kandidaten wahrnehmen und somit die wichtigste Komponente Ihrer Stellenausschreibung. Mit den folgenden Tipps erstellen Sie Jobtitel, die Kandidaten neugierig machen werden:

- Vermeiden Sie Jobtitel wie „Stargate“ und „Visionär“. Diese Begriffe sind nicht nur bedeutungslos, sie werden auch Ihre Chancen minimieren, dass Ihr Stellenangebot auf dem Jobportal in der organischen Suche auftaucht, da Kandidaten online einfach nicht nach solchen Begriffen suchen.

- Verwenden Sie konventionelle und gebräuchliche Jobtitel. Wenn außergewöhnliche Jobtitel in Ihrem Unternehmen die Norm sind, betonen Sie dies im Text der Stellenanzeige, nicht im Jobtitel. Behalten Sie im Hinterkopf, welche Suchbegriffe Kandidaten bei der Online-Jobsuche eingeben und nutzen Sie dieses Wissen, um Ihre Jobtitel entsprechend zu formulieren.
- Konzentrieren Sie sich auf die Haupt-Verantwortungsbereiche. Jobtitel, die sich auf die wichtigsten Tätigkeits- und Verantwortungsbereiche der Position beziehen, werden Ihnen die relevantesten Kandidaten bringen.

Die Tätigkeitsbeschreibung

Die Tätigkeitsbeschreibung ist eine wichtige Komponente der Stellenanzeige, da Bewerber genau wissen möchten, wie ihr potentieller Job aussehen wird.

- Detaillierter Überblick über die Verantwortlichkeiten der Position
- Angaben zur Arbeitszeit, den Benefits und zur Reisebereitschaft
- Interessante Herausforderungen und besondere Aspekte des Jobs
- Hierarchische Eingliederung der Position und der Abteilung innerhalb des Unternehmens
- Potentielle Weiterentwicklungsmöglichkeiten innerhalb des Unternehmens

Schreiben Sie niemals eine Stellenanzeige, um die breite Masse anzusprechen. Behalten Sie Ihren idealen Kandidaten im Hinterkopf und schreiben Sie eine Anzeige, um genau die Charaktereigenschaften, Fähigkeiten und Erfahrungen dieser Person anzusprechen. Falls Sie beispielsweise nach einem Mitarbeiter suchen, der mehr als fünf Jahre Berufserfahrung und ein Studium nachweisen kann, geben Sie dies in der Stellenanzeige an. Auf diese Weise werden Sie ganz einfach die Kandidaten aussortieren, die Ihren Vorstellungen nicht entsprechen.

Anforderung an den Bewerber

Jede Stellenanzeige sollte auf die Fähigkeiten hinweisen, die notwendig sind, um der Position gerecht zu werden.

- Grenzen Sie diesen Bereich ab: Stellen Sie sicher, dass sich dieser Teil vom Rest der Stellenanzeige abhebt, sodass Kandidaten in jedem Fall darauf aufmerksam werden.
- Bedenken Sie: Je schwerer eine Position zu besetzen ist, desto flexibler sollten Sie sein, was die zwingend notwendigen Fähigkeiten betrifft. Bevor Sie die Anzeige veröffentlichen, überlegen Sie genau, welche Fähigkeiten auch über Trainings erreicht werden können und notieren Sie diese als wünschenswerte Zusatzqualifikationen.
- Vermeiden Sie Firmen-Jargon. Viele Unternehmen haben intern ihre eigene Sprache. Stellen Sie sicher, dass Ihre Tätigkeitsbeschreibungen keine Begriffe beinhalten, die nur Ihre Mitarbeiter verstehen würden.
- Verwenden Sie Aufzählungszeichen: Je einfacher die Anforderungen für Kandidaten zu lesen und „abzuhaken“ sind, desto unwahrscheinlicher ist das Risiko, dass sie die Anzeige bloß überfliegen und möglicherweise wichtige Informationen überlesen.

75 %

Prozent der Kandidaten geben an, dass das Layout und der Eindruck einer Stellenanzeige ihre Entscheidung, sich zu bewerben, maßgeblich beeinflusst. (Quelle: CareerBuilder.de)

Keywords verwenden

Je mehr relevante Keywords bzw. Suchbegriffe Ihre Stellenanzeige beinhaltet, desto höher/öfter wird Ihre Anzeige auf dem Jobportal in den Suchergebnissen angezeigt. Denken Sie einen Moment darüber nach, welche Synonyme ein Kandidat bei der Jobsuche noch verwenden könnte. (Formulieren Sie z.B. „Der Marketing Manager sollte...“ statt „Die Person sollte...“)

Verwenden Sie hierbei Begriffe, die auch ein Jobsuchender verwenden würde und fügen Sie Keywords wie alternative Jobtitel, Verantwortungsbereiche und für die Position benötigte Fähigkeiten ein.

Lesen Sie Korrektur

Grammatik- und Flüchtigkeitsfehler im Lebenslauf werfen kein gutes Licht auf den Kandidaten – genauso verhält es sich bei Ihnen als Unternehmen. Eine Stellenanzeige, die Rechtschreib- oder Grammatikfehler enthält, erweckt den Eindruck, dass Sie keinen großen Wert darauf legen, welchen Eindruck Sie bei den Bewerbern hinterlassen. Zudem wirkt sich dies negativ auf Ihre Arbeitgebermarke aus.

21 % 

Firmenlogos und Slogans können die Anzahl der Bewerbungen von 13% auf 21% erhöhen. (Quelle: CareerBuilder.de)

Das Layout

Für 75 Prozent der Kandidaten haben Design und Eindruck der Stellenanzeige maßgeblichen Einfluss darauf, ob sie sich auf eine Stelle bewerben oder nicht.

- Verwenden Sie Aufzählungszeichen und Fettdruck: Markierungen helfen Ihnen, die Aufmerksamkeit auf bestimmte Abschnitte der Stellenanzeige zu lenken – von „Anforderungen“ über „Benefits“ bis hin zu „Über uns“. Nutzen Sie auch Stichpunkte, um lange Textblöcke aufzulockern und auf die wesentlichen Informationen aufmerksam zu machen. (Vermeiden Sie allerdings auch eine zu lange Liste an Aufzählungen)
- Informationen über Benefits: Für Kandidaten ist es essentiell, mehr darüber zu erfahren, was ein potentieller neuer Arbeitgeber ihnen bieten kann. Flexible Arbeitszeiten, Home Office, gute Aufstiegsmöglichkeiten, ... werden Sie konkret und erwähnen Sie einzigartige Vorteile, die Ihre Mitarbeiter (nur) bei Ihnen haben, bereits in der Stellenanzeige.
- Grafiken. Wann immer es möglich ist, sollten Sie in Ihrer Stellenanzeige Firmenlogos oder Slogans einbinden. Dies kann die Anzahl der Bewerbungen von 13 auf 21 Prozent erhöhen.

Präsentation & Stärken Ihres Unternehmens

Stellenanzeigen bieten eine ideale Möglichkeit, die Position an potentielle Bewerber zu „verkaufen“. Stellen Sie also sicher, dass Sie deutlich machen, warum ein Kandidat genau für Ihr Unternehmen arbeiten wollen würde.

Dies können Sie z.B. über ein Mitarbeiter-Testimonial kommunizieren, eine Liste aller Auszeichnungen aufführen, die Sie gewonnen haben, oder mit einer Selbstpräsentation in die Tätigkeitsbeschreibung einsteigen – eine wirklich effektive Stellenanzeige zeigt dem Bewerber, warum er genau für Ihr Unternehmen tätig werden sollte.

Laut einer Studie von CareerBuilder gaben Bewerber die folgenden Faktoren als die wichtigsten Eigenschaften eines interessanten Arbeitgebers an:

1. **Stabile Marktposition und Erfahrung in der Branche**
2. **Gute Aufstiegsmöglichkeiten**
3. **Gutes Arbeitsklima**
4. **Flexible Arbeitszeiten**

Jetzt loslegen

Ihre Stellenanzeige ist Ihr Aushängeschild. Das NWZ Stellenteam unterstützt Sie bei der Gestaltung professioneller Stellenanzeigen in Ihrem Unternehmenslayout – bei einer Anzeigenschaltung in der Tageszeitung oder online auf dem regionalen Jobportal NWZ-Jobs.de ist die Gestaltung der Anzeige nach Ihren Wünschen im Preis inbegriffen.

