

[Punktlandung Vorstellungsgespräch – Teil 3: Wie schreibe ich eine außergewöhnliche, authentische Stellenanzeige?](#)

von [Jan Schmidt-Gehring](#) | 23.08.2019



Fünf Fragen, die jede Stellenanzeige beantworten sollte!

Viele Unternehmen sind bei der Schaltung einer Stellenanzeige voller Hoffnung, endlich einen passenden und qualifizierten Bewerber auf diesem Weg für sich gewinnen zu können. Nicht selten folgt jedoch eine zeitnahe Ernüchterung von den Rückläufen ihrer Ausschreibung: keine, wenige oder nur die falschen Bewerbungen. Das ist nicht verwunderlich, im heutigen, hart umkämpften Markt um die richtigen Talente. Denn ein simples „Mitarbeiter für Position XY gesucht!“ in einer Stellenanzeige reicht in einer Jobbörse nicht mehr aus. Neben einer Mediaplanung und einer passenden Jobbörsenauswahl, ist die Stellenanzeige selbst der maßgebliche Faktor für eine erfolgreiche Personalsuche und ist heutzutage fester Bestandteil eines strategischen Mitarbeitermarketings. Wie ist also eine Stellenanzeige zu gestalten und aufzubauen, um genau den Rücklauf von qualifizierten Bewerbern zu erhalten, den ein Unternehmen sucht bzw. sich wünscht?

Wie ist eine erfolgreiche Stellenanzeige zu schreiben?

Eine stimmige Gliederung, ein ansprechender, formulierter Text sowie ein attraktives Erscheinungsbild in Form von Layout und Design, sind heutzutage Grundvoraussetzungen, um den passenden Bewerber auf die Stellenanzeige aufmerksam zu machen. Eine Anzeige zu verfassen ist keine lästige Pflicht, sondern Marketing! Die Zeiten, auf denen sich auf Anzeigenschaltungen unzählige Bewerber gemeldet haben, sind schon lange vorbei. Wer qualifizierte und motivierte Mitarbeiter für sich gewinnen möchte, hat sich dafür ausreichend Zeit zu nehmen, sich mit der Thematik auseinanderzusetzen und professionell zu gestalten. Je konkreter, persönlicher, individueller und ansprechender eine Stellenanzeige ausgearbeitet wird, desto höher steigen die Erfolgchancen, den richtigen Kandidaten für eine Position im „war for talents“ zu finden.



Fünf elementare Fragen, die jede Anzeigenschaltung beantworten sollte

Die nachfolgenden fünf Fragen sind in einer erfolgreichen Stellenanzeige vom Unternehmer für den potentiellen Bewerber grundsätzlich zu beantworten:

1. **Wer sind wir?** (Hier geht es um die Vorstellung des Unternehmensprofils)
2. **Wen suchen Sie?** (Die wichtigsten Fakten zur Stellenbeschreibung)
3. **Was erwarten Sie von einem Bewerber?** (Was sind die Anforderungen an den Bewerber?)
4. **Was bieten Sie dem Bewerber?** (Leistungsangebot des Unternehmens an den neuen Mitarbeiter):
5. **Wie kann sich ein Kandidat bewerben?**

Wer sich im Vorwege bereits intensiv und nachhaltig mit diesen Fragen beschäftigt hat, hat schon mal einen wichtigen Grundstein für die grundlegendsten Anforderungen einer Stellenanzeige gelegt. Im zweiten Schritt geht es darum, die gesammelten Informationen in einen schlüssigen sowie zum Stil des Hauses passenden Text zu formulieren. Wichtig ist, dass alle Fragen in der Stellenanzeige konkret beantwortet werden.

Checkliste für die Erstellung einer zielführenden Stellenanzeige

Bei der nachfolgenden Checkliste werden alle Teilbereiche einer Anzeige näher aufgezeigt, die es zu beachten bzw. zu erfüllen gilt:

Das Unternehmensprofil

Das Unternehmensprofil steht in der Regel zu Beginn einer jeden Anzeige und leitet den Einstieg in die eigentliche Anzeige ein. Dieses sollte sowohl sprachlich als auch inhaltlich kurz sowie prägnant formuliert sein und das

Interesse zukünftiger Mitarbeiter am potentiellen, neuen Arbeitgeber wecken. Es beschreibt die Tätigkeitsbereiche, den Standort sowie das Umfeld des Unternehmens. Bei den textlichen Ausführungen ist zu beachten, dass nicht nur an trockenen Fakten entlanggehängt wird, sondern Neugierde und Emotionen bei den Bewerbern aufkommen. Zudem sind „abgenutzte“ Floskeln wie führend, innovativ, erfolgreich etc. zu meiden, da diese in fast jeder Stellenanzeige zu finden sind.

Diese Inhalte sind in einem Unternehmensprofil relevant:

- Allgemeine Informationen zum Unternehmen (z. B. Standort, Kerngeschäft, Dienstleistungen, Zielgruppen etc.)
- Die Alleinstellungsmerkmale und Vorzüge des Betriebes
- Das Motto und/ oder die Philosophie des Unternehmens

Grundsätzlich entscheidet die Betitelung einer jeden Anzeige in Bruchteilen einer Sekunde darüber, ob das Interesse zum Weiterlesen der Anzeige geweckt wird oder eben auch nicht. Somit ist ein aussagekräftiger Stellentitel ein elementarer Bestandteil einer jeden Stellenanzeige, der nicht zu vernachlässigen ist. Ebenso ist auf eine korrekte Formulierung bezüglich der Konformität mit dem allgemeinen Gleichbehandlungsgesetz zu achten, ansonsten lauern böse Abmahnungen mit nicht unerheblichen Bußgeldern.



Aufgabenprofil

Mit dem Aufgabenprofil ist dem Kandidaten der ausgeschriebene Job schmackhaft zu machen und ihm zu vermitteln, welche Qualifikationen hierfür nötig sind. Auch hier gilt, gängige Floskeln zu meiden.

Diese klingen zwar nett, haben aber meist keinen oder nur geringen Informationsgehalt. Die Tätigkeitsschwerpunkte sollten dabei in fünf bis sieben prägnanten Stichpunkten zusammengefasst werden und folgende Antworten liefern:

- Aufgaben- und Tätigkeitsbereiche, die vom Bewerber zu erfüllen sind
- Verantwortungsfelder des Bewerbers
- Einordnung der Position in das Organigramm und Umfeld des Unternehmens
- Ist die Stelle befristet oder unbefristet?
- Handelt es sich bei der Position um Teilzeit oder Vollzeit?

Das Anforderungsprofil

Im Anschluss folgen die Ausführungen zu der Stellenanforderung. Auch hier gilt der Grundsatz: Klar, präzise und ohne großartigen Worthülsen, wie z.B. flexibel, teamfähig und belastbar. Zeigen Sie deutlich auf, was der Kandidat auf jeden Fall mitbringen muss (Must-have) und was optional gut wäre (Nice-to-have). Überlegt werden sollte, auch

im Austausch mit dem Team, welche Fähigkeiten und Kompetenzen wirklich gefragt sind, um den entsprechenden Job erfolgreich und realistisch meistern zu können. Denn in einigen Profilen werden Bewerber gesucht, die es so nicht geben kann. Die Kunst des Anforderungsprofils liegt also darin, die jeweiligen Anforderungen weder zu hoch noch zu niedrig anzusetzen. Es sollte auf eine ausgewogene Mischung aus Fachkompetenz, sozialer Kompetenz, persönlicher Kompetenz sowie Methodenkompetenz geachtet werden:

Was sind die Benefits bzw. das Leistungsangebot des Unternehmens?

Eine schlüssige Stellenanzeige sollte mit den Angeboten und Benefits des Unternehmens abgeschlossen werden und dem Bewerber darüber Aufschluss geben, was ihm durch das Unternehmen geboten wird. Durch die abschließende Betonung der eigenen Vorteile ist dem potentiellen Kandidaten das Unternehmen nochmals schmackhaft zu machen – und das Verlangen zu wecken, sich hier und nur hier zu bewerben.

- “Was können Sie bieten?”
- Gibt es nennenswerte Auszeichnungen/Awards, die die Entscheidungsfindung eines Bewerbers erleichtern könnte
- Gibt es besondere Annehmlichkeiten, wie kostenlose Getränke, Mitarbeiterrabatte, Team-Events etc.?
- Kann gegebenenfalls eine Unterkunft gestellt werden oder zumindest bei einer Wohnungssuche geholfen werden?
- Was ist Ihre besondere Unternehmenskultur, die sich von den anderen Mitbewerbern unterscheidet?
- Gratifikationen wie Weihnachts- und Urlaubsgeld oder andere Sonderzahlungen
- Aufstiegschancen
- Arbeitszeitmodell
- Vereinbarkeit von Familie und Beruf
- Weiterbildungsangebote

Hier gehört alles das rein, was Ihr Unternehmen einzigartig macht. Ihr Unternehmen ist etwas Besonderes und das sollten Sie auch nach außen kommunizieren!

**Im besten Fall sollte die einzige Frage Ihres zukünftigen Mitarbeiters nach dieser Vorgehensweise sein:
“Wie bzw. wo kann ich mich bewerben?”**

Die Aufforderung zum Handeln – „Call to Action“

Der Schlussteil einer Stellenanzeige ist ebenso wichtig wie der Anfang. Machen Sie es dem Bewerber so einfach wie möglich, sich mit Ihnen in Verbindung setzen zu können. Hierbei sollte darauf geachtet werden, dass die Anzeige alle Kontaktdaten des Unternehmens und der Ansprechperson beinhaltet:

- Die Nennung der Adresse für postalische Bewerbungen
- Eine Mail-Adresse für Online-Bewerbungen
- Eine Telefonnummer mit Ansprechpartner für Rückfragen
- Website

Zu guter Letzt: Das Layout einer Anzeige

Eine Stellenanzeige sollte nicht nur eine trockene Materie in Form von vielen Informationen sein, sondern auch und gerade die Emotionen ansprechen. Bilder und Infografiken können lange Textreihen aufbrechen und gleichzeitig inhaltlich unterstützen. Außerdem ziehen sie bei der richtigen Bildauswahl das Interesse des Lesers an und können zudem den Charakter des Unternehmens unterstreichen. Diese sollten aber auch in den Gesamtkontext passen. So wird dem Bewerber ein erster, authentischer Einblick in das Unternehmen gewährt. Hierzu sollte die Bildauswahl auf die Position der Ausschreibung passend eingesetzt werden. Maximal zwei aussagekräftige und thematisch passende Bilder sollten eingesetzt und entsprechend prominent platziert werden. Das fängt die Aufmerksamkeit des Lesers besser ein und stört den Lesefluss weit weniger, als wenn mehrere kleine Bilder ausgewählt werden. Damit sich der potentielle Kandidat besser und somit schneller mit der ausgeschriebenen Position identifizieren kann, sollten auch Bilder mit Personen, vorzugsweise mit den eigenen Mitarbeitern, verwendet werden.

Und zu guter Letzt, ist an die richtige Platzierung des Firmenlogos zu denken. Studien haben gezeigt, dass das

Logo die meiste Aufmerksamkeit erhält, wenn es in der linken oberen Ecke oder mittig platziert wird.

Eine Stellenanzeige prägt den ersten und damit den entscheidenden Eindruck, den ein potentieller Kandidat mit Ihrem Unternehmen verbindet. Probieren Sie sich aus und finden Sie Ihren eigenen Stil. Seien Sie dabei mutig aber authentisch! Blicken Sie über den Tellerrand hinaus und schauen auch mal, was andere Branchen so an Ideen haben, um auf sich aufmerksam zu machen. Schon mit kleinen Anpassungen und Veränderungen kann man sich als Arbeitgeber von der breiten Konkurrenz abheben und sich einen eigenen, entscheidenden Vorteil bei der Findung seines „Wunschkandidaten“ verschaffen! Ich wünsche Ihnen viel Erfolg bei der Gestaltung Ihrer einzigartigen Stellenanzeige.

Herzlichst,
Ihr Jan Schmidt-Gehring

Über den Autor



[Jan Schmidt-Gehring](#)

Jan Schmidt-Gehring's Schwerpunkte in der strategischen und operativen Hotelberatung: Positionierung, Qualitätsmanagement, Personalmanagement, F&B-Management, Hotel-Interim-Management

[> Alle Blogbeiträge dieses Autors](#)

Jan Schmidt-Gehring eine E-Mail senden

jan.schmidt-gehring [at] unternehmer-manufaktur.de

Das könnte Sie auch interessieren

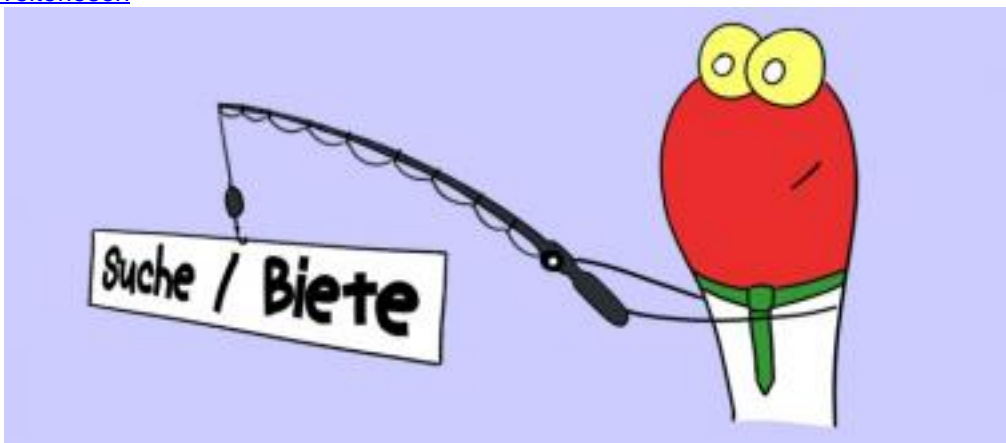
Weitere Blog-Einträge



[Punktlandung Vorstellungsgespräch – Teil 2: Anforderungsprofil in drei Schritten entwickeln](#)

Das Anforderungsprofil: wichtige Voraussetzung für die passgenaue Stellenbesetzung

[Weiterlesen](#)



[Punktlandung Vorstellungsgespräch – Teil 1: Arbeitgebermarketing](#)

Mit gezieltem Arbeitgebermarketing (die richtigen) Mitarbeiter auf sich aufmerksam machen

[Weiterlesen](#)

Teil-3-Stellenanzeige