

Das perfekte Stelleninserat

Sie sind auf der Suche nach neuen Mitarbeiter*innen, doch Sie erhalten nur eine geringe Anzahl an eingehenden Bewerbungen? Eine mögliche Ursache könnte die Gestaltung Ihrer Stelleninserate sein. Es sind einige Kniffe nötig, damit Ihr Stelleninserat von potenziellen Bewerber*innen nicht nur gesehen, sondern auch als attraktiv empfunden wird.



1 Bild

Sie suchen einen Arbeitgeber, der ...

2

- Text
- Text
- Text
- Text
- Text

Dann kontaktieren Sie uns doch einfach!

3

.....
.....
.....

4 Stellentitel (m/w/d)

Typische Aufgaben: Ihre Qualifikationen:

5

- Text
- Text
- Text
- Text
- Text

Haben wir Ihr Interesse geweckt?

6

.....
.....
.....

Der Aufbau des Inserates lässt sich in sechs verschiedene Bereiche gliedern. Im obersten Abschnitt (**Nummer 1** auf der Abbildung rechts) platzieren Sie ein Foto, welches über eine hohe Qualität verfügt und die Zielgruppe direkt anspricht. Punkten Sie durch ein sympathisches Foto, das „menschelt“.

Im zweiten Abschnitt (**2**) erfolgt eine kurze und prägnante Vorstellung als Arbeitgeber. Achten Sie darauf, dass Sie wirklich individuelle Eigenschaften und Werte Ihres Unternehmens herausstellen, die Sie von anderen Arbeitgebern abgrenzen: Wie werden Ihre Mitarbeiter*innen gefördert? Welche Mitgestaltungsmöglichkeiten gibt es? Wie flexibel ist die Arbeitszeitenregelung?

Nach der Vorstellung der Inhalte, die Sie als Arbeitgeber auszeichnen, erfolgt im dritten Abschnitt (**3**) eine Beschreibung Ihres Unternehmens. Der*die potenzielle Bewerber*in erhält hier einen ersten Eindruck über Ihre Unternehmenstätigkeit, dem Unternehmensumfeld sowie Ihrer Ausrichtung. Nutzen Sie diesen Abschnitt, um sich als attraktives Unternehmen zu präsentieren.

Im folgenden vierten Abschnitt **(4)** folgt die Nennung des Stellentitels. Eine bloße Benennung der Berufsbezeichnung bietet dem*der Kandidat*in oftmals nicht genügend Informationen. Daher ist es sinnvoll, dem Titel eine kleine Ergänzung zur klassischen Berufsbezeichnung hinzuzufügen (Beispielsweise: „Teamleiter Vertrieb Versicherung“). Die Wahl des Stellentitels sollte sorgsam bedacht werden, da dieser auch über die Auffindbarkeit Ihres Inserates in Jobportalen und Suchmaschinen entscheidet.

Im vorletzten Abschnitt **(5)** stellen Sie typische Aufgaben und gewünschte Qualifikationen Ihres*Ihrer Bewerber*in dar. Die Darstellung erfolgt idealerweise zweiseitig und mithilfe von Bullet Points. Formulieren Sie realistische Erwartungen: Über welchen Ausbildungsgrad, welche Arbeitserfahrungen, Fähigkeiten und soziale Kompetenzen sollten diese verfügen?

Im letzten Abschnitt **(6)** des Stelleninserats erhält der*die Bewerber*in Informationen über den Bewerbungsprozess. Wer ist der*die Ansprechpartner*in für die Besetzung der offenen Position Ihres Unternehmens und wie lauten seine oder ihre Kontaktdaten? Über welchen Weg soll die Bewerbung bevorzugt eingereicht werden? Welche Dokumente und Zeugnisse wünschen Sie?

Layout und Design

Gestalten Sie Ihre Anzeige lebendig und machen Sie Ihr Unternehmen greifbar! Am geeignetsten sind hier professionelle Aufnahmen von Ihrem schon bestehenden Team, alternativ hierzu können Sie auch auf

Fotos von Fotoplattformen zugreifen. Wichtig ist, dass diese authentisch und ansprechend wirken. Ebenso ist die Einbindung eines kurzen Videos denkbar.

Das Layout Ihres Stelleninserats sollte potenzielle Interessenten nicht mit Textfluten überfrachten. Fördern Sie den Lesefluss: Abgrenzungen sollten Sie durch entsprechende Absätze oder Zwischenunterschriften kenntlich machen. Wichtige, relevante Schlüsselbegriffe können Sie durch eine größere Schrift, einen Unterstrich oder Fettung markieren. Vermeiden Sie Aufzählungen von mehr als sechs Punkten, hier gilt: Klasse statt Masse!

Sprache und Stil

Versetzen Sie sich in die Zielgruppe, die Sie erreichen möchten – Wie können Sie potenzielle Bewerber*innen am besten abholen? Es gilt, Aufmerksamkeit und eine damit verbundene Neugier zu erzeugen. Passen Sie Ihren Sprachstil an Ihre Zielgruppe an. Versuchen Sie, möglichst einprägsam, eindeutig und verständlich zu formulieren. Die Verwendung vieler Verben macht Ihren Text außerdem lebendiger und greifbarer.



personal-point GmbH

Bachstraße 6
53115 Bonn
0228-6296969
office@personal-point.de

LENA MEHREN



Wirtschaftspsychologin (B.S., Master stud.). Ausbildung zur Bankkauffrau. Acht Jahre Erfahrung bei einer regionalen Sparkasse u. a. in Privatkundenberatung und -vertrieb. Währenddessen Bachelorstudium in Psychologie. Seit 2018 als Consultant/Trainer für personal-point schwerpunktmäßig in Personalsuche und -auswahl, Potenzialtagen, AC, Employer Branding, Workshop-Moderation, Soft-Skill-Trainings tätig.

DR. DIRK VOLKER SEELING



Wirtschaftspsychologe. Seit 2002 geschäftsführender Gesellschafter der personal-point GmbH. Seit 1998 selbstständiger Berater und Trainer, Gründer eines bundesweiten Trainer- und Beraternetzwerks, Promotion im Bereich der Managementdiagnostik, Lehrbeauftragter an der Hochschule Bonn-Rhein-Sieg, Innovations- und Technikkommunikation. Diverse Weiterbildungen, Lizenzen, Autor von Buch- und Zeitschriftenbeiträgen.