

HOW-TO STELLENANZEIGE

Hilfestellungen & Erklärungen, wie Sie
Ihre Stellenanzeige optimal gestalten

INHALTSVERZEICHNIS

1. AUFBAU	3
1.1. AIDA-MODELL	3
2. INHALTE	4
2.1. DER TITEL	4
2.2. DER HAUPTTEIL	4
2.3. WEITERE TIPPS	5
3. DIE GESTALTUNG DER STELLENANZEIGE	7
3.1. BILDER & VIDEOS	7
4. DIE STELLENANZEIGE BEWERBEN	7
5. BEISPIEL	9
6. CHECKLISTE	11

1. AUFBAU

Die Stellenanzeige ist der erste direkte Kontakt zu möglichen neuen Auszubildenden. Sie ist das Gesicht Ihres Unternehmens und zeigt, wer Sie sind und was Sie zu bieten haben. In der heutigen Zeit suchen sich die Arbeitnehmenden ihren zukünftigen Arbeitgebenden aus und nicht umgekehrt. Aus dem Grund ist es wichtig, Ihre Stellenanzeige mit den erforderlichen Informationen ansprechend und zielgruppengerecht zu gestalten, damit sie auch ins Auge springt.

Wir zeigen Ihnen, was es zu beachten gilt, um erfolgreich neue Azubis für Ihr Unternehmen zu gewinnen.

1.1. AIDA-MODELL

Eine Stellenanzeige kann nach dem **AIDA-Modell** gestaltet werden. Dieses Konzept wurde entwickelt, um Menschen zu einer gewünschten Handlung zu bewegen – in unserem Fall, um sich zu bewerben. AIDA steht dabei für:

- **A – Attention (Aufmerksamkeit)**
Erst einmal soll die Aufmerksamkeit der Kandidat:innen gewonnen werden, wie z. B. durch die Überschrift Ihrer Anzeige. Diese sollte möglichst präzise wiedergeben, um welchen Job geworben wird.
- **I – Interest (Interesse)**
Hier soll Interesse generiert werden. Dies erreichen Sie durch die ersten prägnanten Sätze Ihrer Stellenanzeige, mit denen Sie die Ausbildungsstelle beschreiben und angeben, wen genau Sie suchen. Des Weiteren sollten in diesem Abschnitt die Tätigkeitsfelder und positiven Aspekte Ihres Unternehmens, wie z. B. Nachhaltigkeitsbemühungen (durch die Nutzung von Photovoltaikanlagen), genannt werden.
- **D – Desire (Verlangen)**
Im Hauptteil der Anzeige stellen Sie die Ausbildung bei sich sowie Ihr Unternehmen attraktiv dar, um das Verlangen bei den Leser:innen zu erzeugen, sich die Stelle genauer anzuschauen bzw. sich zu bewerben. Beschreiben Sie hier möglichst konkret die Arbeitsaufgaben, erforderlichen Qualifikationen und was Sie der/dem Bewerber:in bieten können (z. B. Übernahmegarantie, Weiterbildung, Aufstiegschancen).

- **A – Action (Handlung)**

Im letzten Schritt rufen Sie zu einer Handlung auf. In diesem Fall: Bewerben Sie sich jetzt! Beschreiben Sie zusätzlich, wie Kandidat:innen sich bei Ihnen bewerben können, welche Unterlagen (Lebenslauf, Anschreiben, Motivationsschreiben, Abschlusszeugnisse, usw.) einzureichen sind und welche Schritte im Bewerbungsprozess erfolgen. Geben Sie am Ende die Kontaktdaten des Ansprechpartners/der Ansprechpartnerin mit Telefonnummer und E-Mailadresse an. Falls erforderlich, nennen Sie die Bewerbungsfristen.

Unser Tipp: Ein „Jetzt Bewerben“-Button fordert unmittelbar zu einer Handlung auf und lenkt die Interessent:innen z. B. direkt zu Ihrer Website, Ihrer E-Mailadresse oder dem Bewerbermanagementsystem des Bewerbungsportals.

2. INHALTE

2.1. DER TITEL

Gestalten Sie den Titel der Anzeige klar und deutlich, z. B.

„Wir suchen Dich für eine Ausbildung zum Kfz-Mechatroniker (m/w/d)“.

Verwenden Sie keine internen Begriffe oder Abkürzungen, die Außenstehende nicht kennen. Entsprechende Schlagworte sind auch für das Auffinden für Google wichtig.

2.2. DER HAUPTTEIL

- **Wer sind Sie bzw. was macht Ihr Unternehmen?**

Beschreiben Sie in diesem Teil Ihr Unternehmen:

- In welcher Branche sind Sie tätig?
- Welche Produkte oder Dienstleistungen bieten Sie an?
- Wie viele Mitarbeiter:innen und Auszubildende arbeiten bei Ihnen?
- An wie vielen und an welchen Standorten?
- Was zeichnet Sie als Arbeitgeber:in aus? Was macht Sie für Mitarbeiter:innen besonders?

- **Wen genau suchen Sie?**

Um die Tätigkeiten ausführen zu können, müssen potenzielle Kandidat:innen bestimmte Voraussetzungen erfüllen und erste Qualifikationen mitbringen. Beschreiben Sie diese im besten Fall in einer absteigenden Reihenfolge nach ihrer Wichtigkeit. Bitte beachten Sie, dass zu hohe Erwartungen auch Kandidat:innen abschrecken können. Beschreiben Sie zudem möglichst konkret die zukünftigen Arbeitsaufgaben.

- Welche sind Ihre Anforderungen (z. B. Schulabschluss, Fächer, Noten, Führerschein)?
 - Was sollten Kandidat:innen auf jeden Fall mitbringen und welche Qualifikationen sind wünschenswert, aber kein Muss?
 - Welche konkreten Aufgaben und Tätigkeiten erwarten den/die neue/n Mitarbeiter:in?
 - Passen die Anforderungen und die Tätigkeiten zusammen?
- **Was bieten Sie?**
Zählen Sie auf, was Sie als Arbeitgebenden und Auszubildenden attraktiv macht.
 - Was macht Ihr Unternehmen bzw. Ihre Ausbildung so besonders?
 - Welche Vorteile haben Auszubildende und Mitarbeiter:innen bei Ihnen?
 - Ihre Unternehmenskultur & Arbeitsatmosphäre, flexible Arbeitszeiten, Weiterbildungsmöglichkeiten & Perspektiven, Nahverkehrsticket, kostenloses Wasser & Obst, Rabatt auf die eigenen Produkte usw.
 - **Wie bewirbt man sich bei Ihnen?**
Auf vielen Websites oder auch in Stellenanzeigen ist oft nicht klar zu erkennen, wie der Bewerbungsprozess abläuft. Damit können Sie potentielle Kandidat:innen verlieren. Beschreiben Sie den Bewerbungsprozess also möglichst detailliert:
 - Welche Schritte durchlaufen die Bewerber:innen?
 - Welche Bewerbungsunterlagen sollen eingereicht werden?
 - Wann können Bewerber:innen mit einer Antwort rechnen?
 - Bis zu welchem Datum können Bewerbungen eingereicht werden?
 - Geben Sie Kontaktdaten des Ansprechpartners/der Ansprechpartnerin an.
 - Call-to-action: Fügen Sie den „Jetzt Bewerben“-Button hinzu! Alternativ fordern Sie den/die Bewerber:in auf: „Bewerben Sie sich jetzt bei uns!“

2.3. WEITERE TIPPS

- **Das Allgemeine Gleichbehandlungsgesetz (AGG)**
Beachten Sie, dass aus Ihrer Stellenausschreibung klar hervorgehen muss, dass sich jede:r unabhängig von **Geschlecht, Alter, ethnischer Herkunft, Religion, sexueller Identität und körperlicher/geistiger Behinderung** auf diese Stelle bewerben darf und auch keine Nachteile durch diese Aspekte entstehen.

- **Inklusive Sprache**

Leicht kann es zu indirekten Diskriminierungen kommen, die überhaupt nicht so gedacht waren. Wenn Sie z. B. als Anforderung schreiben „Deutsch als Muttersprache“ könnte man annehmen, dass Sie keine Bewerber:innen einstellen, die nicht deutscher Abstammung sind. Nutzen Sie stattdessen die Formulierung „Deutschkenntnisse fließend in Wort und Schrift“. Für geschlechtsneutrale Stellenausschreibungen verwenden Sie am besten bereits im Titel den Zusatz **(m/w/d)**, denn so ist verständlich, dass jedes Geschlecht gemeint ist.

- **Bewerbungsfoto**

Ein weiterer Punkt, den es zu beachten gilt, ist, dass Sie nicht mehr auf ein Foto der Bewerber:innen bestehen dürfen. Viele Kandidat:innen fügen dieses zwar freiwillig hinzu, aber es darf keine Bewerbungsanforderung darstellen.

- **Siezen oder doch duzen?**

Hier kommt es darauf an, wie Sie im Unternehmen untereinander kommunizieren und welche Werte Sie vermitteln wollen. Jüngere Organisationen mit flachen Hierarchien und kleinere Unternehmen nutzen meistens die „Du“-Form. Beachten Sie aber, dass Sie wahrscheinlich ebenfalls geduzt werden, wenn Sie es in der Stellenanzeige tun. Entscheiden Sie sich in jedem Fall für eine Variante und behalten diese den gesamten Bewerbungsprozess über bei.

- **Design und Wortwahl**

Weniger ist mehr – das gilt auch für Stellenanzeigen. Nutzen Sie nicht mehr als eine DIN A4-Seite und verwenden Sie nicht zu viel Text, um die Bewerber:innen nicht bereits auf den ersten Blick zu verschrecken. Nutzen Sie kein Fachvokabular – sofern es nicht unbedingt erforderlich ist – und setzen Sie auf eine authentische Sprache. Verwenden Sie ein ansprechendes Design, wählen Sie Farbkontraste und Formatierungen (**fett**, *kursiv*, unterstrichen), um interessante Passagen hervorzuheben. Fügen Sie keine Verlinkungen ein, die den/die Bewerber:in vom „Bewerbungsklick“ ablenken könnten.

- **Rückmeldung**

Antworten Sie dem/der Bewerber:in frühzeitig (max. 2-3 Tage nach Bewerbungseingang). Können Sie noch keine konkrete Rückmeldung zu der Bewerbung geben, teilen Sie dem Kandidaten/der Kandidatin den Beantwortungszeitraum mit.

3. DIE GESTALTUNG DER STELLENANZEIGE

3.1. BILDER & VIDEOS

Um Ihren Textinhalt zu unterstützen und anschaulicher zu gestalten, können Sie Fotos in Ihre Anzeige integrieren, die z. B. typische Tätigkeiten oder das Team zeigen. Nutzen Sie jedoch maximal zwei aussagekräftige und passende Bilder, um die Ausschreibung nicht zu überladen. Achten Sie darauf, keine Stock-Fotos zu verwenden, sondern eigene, realistische und authentische Bilder. Diese kommen wesentlich besser bei den Bewerber:innen an als gekaufte Fotos, die man schon 20 Mal gesehen hat 😊. Ein weiterer Vorteil von eigenen Fotos ist, dass gezielt Personen unterschiedlicher Nationalitäten sowie unterschiedlichen Geschlechts und Alters abgebildet werden können. Damit können sogar bildlich einige Vorurteile entkräftet und die Vorgaben des AGG berücksichtigt werden. Natürlich darf auch Ihr Logo in der Stellenanzeige nicht fehlen! Sollten Sie zudem über Videos verfügen, die die Informationen der Stellenausschreibung unterstützen, ist es ein Plus, wenn Sie diese in der Stellenanzeige verlinken und dem Kandidaten/der Kandidatin somit ermöglichen, das Video direkt auf dieser Seite anzuschauen. Sie können auch die gesamte Stellenausschreibung als Video gestalten – holen Sie sich dazu die Unterstützung von aktuellen Azubis und lassen Sie diese Ihre Tätigkeiten präsentieren und die Arbeitsatmosphäre aufzeigen. Teilen Sie dieses Video unbedingt auf Ihren Social-Media-Kanälen! Ein Beispiel für eine Stellenanzeige im Videoformat finden Sie z. B. unter <https://www.youtube.com/watch?v=o-n7bi753Vg>

4. DIE STELLENANZEIGE BEWERBEN

Schritt 1

Damit Ihre Stellenausschreibung gefunden wird, müssen Sie darauf achten, Schlüsselwörter („Keywords“) zu nutzen. Die meisten Kandidat:innen nutzen Google für die Jobsuche. Um dort die besten Ergebnisse zu erzielen, muss der Jobtitel unbedingt Wörter beinhalten, nach denen auch gesucht wird, z. B. die Anstellungsart und der Bereich, die Branche, das Unternehmen oder der Standort. Beispiele: „Ausbildung Kfz-Mechatroniker Köln“ oder „Automobilkauffrau Ausbildung Autohaus Mustermann Berlin“

Schritt 2

Definieren Sie die Zielgruppe, die Sie erreichen wollen (z. B. Auszubildende). Jetzt können Sie überlegen, wo und wie Sie diese Zielgruppe am besten mit Ihrer Stellenanzeige erreichen: ob über Social Media, die eigene Website oder Jobportale wie ausbildung.de, azubyio.de, stepstone.de, in der Schule, bei Freizeitveranstaltungen oder auf Ausbildungsmessen. Dort bewerben Sie Ihre Ausbildungsstellen mit den entsprechenden Stellenanzeigen.

Nutzen Sie alle Möglichkeiten, die Ihnen zur Verfügung stehen, um Ihre Stellenanzeige möglichst breit gefächert zu teilen. Damit erhöhen Sie die Reichweite und gleichzeitig die Wahrscheinlichkeit, viele geeignete potentielle Kandidat:innen zu finden!

Gerne bewerben wir Ihre Stellenanzeigen auch über unsere #wasmitautos-Kanäle, die genau für die Zielgruppe erstellt wurden. Nutzen Sie dazu einfach unseren Hashtag (#wasmitautos) und markieren Sie uns (@wasmitautos).

5. BEISPIELE

Stellenausschreibung

Praxis-Beispiel

	
<h3>JOBTTITEL</h3>	
<p>Wer sind Sie?</p> <p>Was erwarten Sie vom Bewerber?</p> <p>Wen suchen Sie?</p> <p>Was bieten Sie?</p>	<p>Wie bewirbt man sich bei Ihnen?</p> <p>Weitere Informationen:</p>
<h2>JETZT BEWERBEN</h2>	

📍 Darmstadt, DE **Jetzt Bewerben**

Consultant bei Startup (m/w) IT Support

Der Name der Firma wird nach deiner Bewerbung veröffentlicht Ohne Anschreiben.
In nur 2 Minuten.

Job merken

IT-Infrastruktur, Cloud, Security oder Digitalisierung - alle reden darüber. Bei uns stecken Sie mitten drin! Denn wir arbeiten produktiv mit den aktuellsten Microsoft Technologien. Mit diesem Konzept sind wir ein erfolgreicher Dienstleister für die IT-Beratung und Microsoft Partner geworden. Mit unseren Mitarbeitern unterstützen wir unsere Kunden bei den täglichen Herausforderungen in der IT und beim vernetzten Arbeiten 4.0.

Ihr Profil

- Sie planen und setzen anspruchsvolle IT-Beratungsprojekte um
- Sie erstellen Konzepte für die Implementierung und den Betrieb von Office 365 in einer bestehenden Kundenumgebung
- Sie sind verantwortlich für die Konfiguration, Implementierung, Migration und dem 3rd Level Support
- Sie analysieren bestehende Prozesse mit anschließender Digitalisierung unter Verwendung von SharePoint Online, Microsoft Flow, Power BI und PowerApps

Wenn Sie..

- Technologiebegeistert sind und es lieben, immer auf dem neuesten Stand zu sein
- Vertiefte Erfahrungen in den Bereichen Microsoft SharePoint (Online), Office365, Power Bi, PowerApps, Active Directory und Azure haben
- Mehrjährige Berufserfahrung in der IT Beratung vorweisen können
- Mindestens ein Bachelorstudium im Bereich der Wirtschaftsinformatik, der Informatik, des Ingenieurwesens oder eines gleichwertigen Studienganges vorweisen können
- Improvisieren und auf Veränderungen eingehen können
- Über eine pragmatische Hands-on Arbeitsweise verfügen
- Spaß bei Ihrer täglichen Arbeit haben

Bekommen Sie von uns:

- Kontinuierliche Weiterbildung und Förderung
- Moderne Arbeitsplatzausstattung
- Interessante Projekte unter Einsatz der neuesten Technologien
- Schnelle Entscheidungswege
- Förderung von Gesundheitsmaßnahmen und Fitnessstudiozuschuss
- Homeoffice
- Dienstwagen und -handy mit privater Nutzung
- Anteilige Kostenübernahme von Kindergartenbeiträgen

Wenn diese Stelle Ihr Interesse weckt, bewerben Sie sich gerne über Campusjäger bei uns! Wir freuen uns auf Sie!

Über das Unternehmen

Wir setzen mit Ihnen die digitale Transformation zum vernetzten Unternehmen um. Unsere Berater erarbeiten mit Ihnen Strategien in den Bereichen Enterprise Collaboration sowie Prozessoptimierung und unsere Projektmanager setzen diese um. Wir realisieren produktive Anwendungen für den digitalen Arbeitsplatz und kümmern uns um eine hohe Akzeptanz bei Ihren Mitarbeitern. Wir unterstützen Sie bei der Auswahl der richtigen Software, erarbeiten Einführungsstrategien zum Change Management, realisieren die technologische Integration und passen die Lösungen, unter anderem durch die Eigenentwicklung von Add-ons und Apps, genau Ihren individuellen Bedürfnissen an.

Jetzt Bewerben

Ohne Anschreiben. In nur 2 Minuten.

Attention

Interest

Desire

Action

Quelle: <https://hire.workwise.io/hr-praxis/personalsuche/stellenanzeige-schreiben>

6. CHECKLISTE

- ✓ Die Stellenausschreibung ist einfach auf der Karriereseite zu finden.
- ✓ Die Stellenausschreibung wurde auf verschiedenen Portalen geteilt, um eine maximale Reichweite zu erzielen.
- ✓ Der Jobtitel fällt sofort ins Auge und ist durch Keywords so beschrieben, dass jede:r weiß, was gemeint ist → keine Nutzung von internen Begriffen oder Abkürzungen.
- ✓ Der Jobtitel ist AGG-konform.
- ✓ Alle nötigen Informationen sind gegeben und es werden alle relevanten Fragen beantwortet (wer Sie sind, was Sie erwarten, wen Sie suchen, was Sie anbieten und wie man sich bei Ihnen für diese Stelle bewirbt).
- ✓ Die Anzeige wird durch Bilder und/oder Videos unterstützt und das Logo des Betriebes ist klar zu sehen.
- ✓ Die Anzeige ist optisch gesehen gut angeordnet, ansprechend und spiegelt einen Teil des Unternehmens wider.
- ✓ Alle wichtigen Informationen können einfach gelesen werden (Mischung aus Stichworten und Fließtext).
- ✓ Sie haben die Kontaktdaten eines Ansprechpartners/einer Ansprechpartnerin angegeben.
- ✓ Der „Jetzt Bewerben“-Button ist klar sichtbar und funktioniert einwandfrei → dieser leitet den Bewerber direkt durch den Bewerbungsprozess.
- ✓ Online-Bewerbungen sind durch 1-Klick möglich.
- ✓ Die Stellenausschreibung kann von Nutzer:innen geteilt werden.
- ✓ Text sowie Bild- und Videomaterial wird benutzt und passt zum Unternehmen.
- ✓ Die Stellenausschreibung lässt keine Fragen offen.
- ✓ Die Aussagen sind authentisch, individuell, glaubwürdig und nicht austauschbar.
- ✓ Die Stellenausschreibung weckt das Interesse von Außenstehenden.

Bei Fragen wenden Sie sich gerne an uns:

Zentralverband Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe e. V. (ZDK)
Initiative AutoBerufe – Zukunft durch Mobilität
Franz-Lohe-Straße 21
53129 Bonn

www.autoberufe.de

information@autoberufe.de

www.wasmitautos.com

hello@wasmitautos.com

Erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit.