

BAVARIA **X**PERTS

WHITE PAPER

PERFEKTE STELLENANZEIGEN: EIN UMFASSENDER LEITFADEN

Strategien, Techniken und Best Practices zur
Erstellung wirkungsvoller Jobanzeigen, die
die besten Talente anziehen



www.bavaria-xperts.com

Perfekte Stellenanzeigen: Ein umfassender Leitfaden

In der heutigen, wettbewerbsintensiven Arbeitswelt ist die Bedeutung gut gestalteter Stellenanzeigen größer denn je. Eine ansprechende und durchdachte Stellenanzeige kann den Unterschied zwischen einem Strom von qualifizierten Bewerbungen und gähnender Leere im Posteingang ausmachen. Doch was macht eine Stellenanzeige wirklich erfolgreich? Welche Elemente ziehen die besten Talente an und wie kann man sicherstellen, dass die Anzeige sowohl authentisch als auch überzeugend ist?



Gut gestaltete Stellenanzeigen sind entscheidend, um die richtigen Talente anzuziehen. Sie dienen nicht nur als erster Eindruck deines Unternehmens, sondern auch als wichtiges Instrument, um die Unternehmenskultur und die Werte zu kommunizieren. Eine klare, ansprechende und informative Stellenanzeige hilft dabei, die Erwartungen der Bewerber zu steuern und Missverständnisse zu vermeiden. Darüber hinaus tragen gut formulierte Anzeigen dazu bei, die Kandidatenerfahrung zu verbessern und das Vertrauen der Bewerber in das Unternehmen zu stärken.

Dieses Whitepaper richtet sich an alle Recruiter und Personalverantwortlichen, die ihre Fähigkeiten in der Erstellung von Stellenanzeigen auf das nächste Level heben möchten.

Wir bieten dir einen umfassenden Leitfaden, der auf den neuesten Erkenntnissen und bewährten Praktiken basiert. Von der grundlegenden Struktur bis hin zu den Feinheiten des Schreibstils – wir decken alle Aspekte ab, die für die Erstellung einer herausragenden Stellenanzeige notwendig sind.

Darüber hinaus zeigen wir dir, wie du moderne Technologien wie Künstliche Intelligenz nutzen kannst, um den Prozess zu optimieren und deine Anzeigen noch effektiver zu gestalten. Mit praktischen Tipps, anschaulichen Beispielen und einer abschließenden Checkliste möchten wir dir ein Werkzeug an die Hand geben, das dir hilft, deine Stellenanzeigen zu perfektionieren und die besten Talente für dein Unternehmen zu gewinnen.

Lass uns gemeinsam den Weg zu perfekten Stellenanzeigen beschreiten und die Kunst des Recruitings meistern.

Über den Experten: Moritz Blüml

Mein Name ist Moritz Blüml und meine Mission ist es, Unternehmen aus der Foodbranche dabei zu unterstützen, im Recruiting erfolgreich zu sein.

Mit meiner umfassenden Expertise im Recruitmentprozess und einem tiefgreifenden Verständnis für die speziellen Anforderungen der Foodbranche identifiziere ich hochqualifizierte Kandidaten und baue starke, effiziente Teams auf.

Mit über 10 Jahren Erfahrung im Bereich Personalberatung und mehr als 300 erfolgreichen Vermittlungen verfüge ich über ein tiefes Verständnis der Herausforderungen und Anforderungen der Foodbranche.

Ich lege großen Wert auf Employer Branding und setze mich leidenschaftlich dafür ein, starke Arbeitgebermarken zu entwickeln, um die besten Talente anzuziehen.



INHALT

- Grundlagen verstehen
- Gestaltung der Stellenanzeige
- Struktur der Stellenanzeige
- Schreibstil und Sprache
- Visuelle und multimediale Elemente
- Optimierung für digitale Plattformen
- Erfolge messen und kontinuierliche Verbesserung
- Häufige Fehler
- Einsatz von KI
- Checkliste
- Und wenn sich niemand bewirbt?

Grundlagen

Unterschied zwischen Stellenanzeigen und Stellenbeschreibungen

Stellenanzeigen und Stellenbeschreibungen haben unterschiedliche Zwecke und Zielgruppen.

Eine Stellenanzeige ist ein Marketinginstrument, das darauf abzielt, potenzielle Bewerber auf eine offene Position aufmerksam zu machen und sie zur Bewerbung zu motivieren.

Sie enthält eine prägnante Beschreibung der Position, Anforderungen und Benefits und ist darauf ausgelegt, die Vorteile der Position und des Unternehmens hervorzuheben. Die Sprache ist aktiv und ansprechend, oft ergänzt durch visuell ansprechende Elemente, um Emotionen zu wecken und Interesse zu wecken. Ziel ist es, die Stelle "zu verkaufen".

Im Gegensatz dazu ist eine Stellenbeschreibung ein internes Dokument, das detailliert die Aufgaben, Verantwortlichkeiten und Anforderungen einer Position beschreibt. Sie dient als Referenz für Mitarbeiter und Manager und stellt sicher, dass klare Erwartungen gesetzt werden. Die Sprache ist formell und sachlich, um Missverständnisse zu vermeiden.

Zusammengefasst: Während Stellenbeschreibungen präzise interne Dokumente sind, müssen Stellenanzeigen als Verkaufsinstrumente gestaltet werden, die durch ansprechende Sprache und klare Vorteile die besten Talente anziehen.



Dauer der Stellenbesetzung

120 Tage

Quelle: Statistisches Bundesamt, 2023

Kosten pro unbesetzter Stelle

182.500 € / Jahr

Quelle: Institut der deutschen Wirtschaft, 2022

+45%

**Anstieg offener Stellen
in der
Lebensmittelbranche
(5 Jahres Vergleich)**

Quelle: Bundesagentur für Arbeit, 2023

Grundlagen

Unterschied zwischen Features und Benefits

Einer der häufigsten Fehler in Stellenanzeigen ist die Verwechslung von Features und Benefits. Ein Feature ist ein objektiver Aspekt der Arbeit, wie zum Beispiel die Möglichkeit, drei Tage pro Woche von zu Hause aus zu arbeiten. Ein Benefit hingegen spricht das Bedürfnis des Bewerbers an und erklärt, wie das Feature sein Leben verbessert. Zum Beispiel: "Damit du weniger Zeit im Verkehr verbringst, gibt es bei uns drei Tage Home-Office pro Woche." Diese Formulierung hebt hervor, wie das Feature dem Mitarbeiter nützt, indem es ihm mehr Lebenszeit schenkt.

Viele Stellenanzeigen enthalten nur Features und verpassen die Chance, die Vorteile für die Bewerber klar darzustellen. Um eine wirklich ansprechende Stellenanzeige zu erstellen, sollten beide Aspekte kombiniert werden. Statt nur ein Bedürfnis anzusprechen, ist es noch besser, mehrere Bedürfnisse gleichzeitig zu adressieren. Beispielsweise: "Damit du weniger von deiner Lebenszeit im Verkehr verbringst und trotzdem genug von deinen Kollegen siehst, gibt es bei uns drei Tage Home-Office pro Woche." Diese Aussage spricht sowohl das Bedürfnis nach Flexibilität als auch nach sozialen Kontakten an.

Die Rolle der Authentizität in Stellenanzeigen

Authentizität ist der Schlüssel, um Vertrauen bei potenziellen Bewerbern zu schaffen. Eine authentische Stellenanzeige zeigt echte Einblicke in den Arbeitsalltag und das Team. Vermeide Stockfotos von vermeintlich glücklichen Mitarbeitern mit falschen Lächeln. Stattdessen sollten echte Fotos von echten Mitarbeitern in ihrer tatsächlichen Arbeitsumgebung verwendet werden. Niemand möchte sich in eine Scheinwelt bewerben.

Klare und ehrliche Kommunikation ist ebenfalls entscheidend. Beschreibe die Aufgaben präzise und vermeide Übertreibungen und Floskeln. Nenne die Anforderungen ohne Beschönigungen. Diese Ehrlichkeit schafft Vertrauen, da die Bewerber keine unangenehmen Überraschungen nach dem Arbeitsbeginn erleben möchten.

Teile auch die Werte deines Unternehmens und zeige, wie diese im Alltag gelebt werden. Bewerber möchten wissen, ob sie zur Unternehmenskultur passen. Eine einheitliche Kommunikation im gesamten Employer Branding, sei es durch das Duzen oder das Siezen, ist dabei wichtig. Inkonsistenzen wie das Mischen beider Ansprachen führen zu Verwirrung und können abschreckend wirken.

68%

Laut einer Umfrage von Indeed gaben 68% der Jobsuchenden an, dass sie eher auf eine Stellenanzeige reagieren, wenn die **Benefits klar kommuniziert** werden, im Vergleich zu Anzeigen, die nur die Features der Position beschreiben.

79%

Eine Studie von Glassdoor hat ergeben, dass 79% der Bewerber das **Unternehmensimage und die Authentizität als entscheidend** bei der Entscheidung für oder gegen eine Bewerbung ansehen.

Gestaltung der Stellenanzeigen

Effektive Stellenanzeigen vermitteln Authentizität und Klarheit, indem sie reale Einblicke, präzise Kommunikation und die Werte des Unternehmens hervorheben.

Verwendung echter Fotos

Authentizität ist ein entscheidender Faktor bei der Gestaltung von Stellenanzeigen. Bewerber möchten einen realistischen Eindruck von ihrem potenziellen Arbeitsplatz und den zukünftigen Kollegen erhalten. Stockfotos, die häufig unnatürlich und gekünstelt wirken, können einen gegenteiligen Effekt haben. Echte Fotos von echten Mitarbeitern in ihrer tatsächlichen Arbeitsumgebung hingegen schaffen Vertrauen und vermitteln ein authentisches Bild der Unternehmenskultur. Sie zeigen potenziellen Bewerbern, dass sie in ein echtes Team integriert werden und nicht in eine Scheinwelt eintreten.

Demonstration täglicher Praktiken

Bewerber möchten wissen, ob die Werte eines Unternehmens mit ihren eigenen übereinstimmen. Deshalb ist es wichtig, die Unternehmenswerte nicht nur zu nennen, sondern auch zu zeigen, wie diese im täglichen Arbeitsleben umgesetzt werden. Dies kann durch Beispiele aus dem Arbeitsalltag, Mitarbeiterberichte oder durch die Beschreibung konkreter Projekte und Initiativen geschehen, die die Werte des Unternehmens widerspiegeln.

Präzise Stellenbeschreibungen

Eine präzise und klare Stellenbeschreibung ist das Herzstück jeder effektiven Stellenanzeige. Sie sollte die genauen Aufgaben und Verantwortlichkeiten der Position detailliert darstellen. Dies hilft den Bewerbern, ein klares Bild von den Anforderungen und dem Arbeitsalltag zu bekommen. Vermeide vage Formulierungen und stelle sicher, dass die Beschreibungen so spezifisch wie möglich sind.

Vermeidung von Buzzwords und Übertreibungen

Buzzwords und übertriebene Aussagen können abschreckend wirken und das Vertrauen der Bewerber untergraben. Phrasen wie "dynamisches Umfeld" oder "flache Hierarchien" sind oft überstrapaziert und sagen wenig über die tatsächliche Arbeit aus. Stattdessen sollten konkrete und nachvollziehbare Aussagen verwendet werden, die die tatsächlichen Gegebenheiten im Unternehmen widerspiegeln.

Gestaltung der Stellenanzeigen

Konsistente Kommunikation

Ein einheitlicher Kommunikationsstil ist entscheidend für die Glaubwürdigkeit der Stellenanzeige. Entscheide dich entweder für das Duzen oder das Siezen und halte diese Anrede konsequent durch die gesamte Anzeige hindurch ein.

Inkonsequente Anreden können Verwirrung stiften und den professionellen Eindruck beeinträchtigen.

Informationen von aktuellen Mitarbeitern

Ein authentisches Bild der offenen Stelle kann am besten durch direkte Einblicke von aktuellen Mitarbeitern vermittelt werden. Sammle Feedback und Erfahrungsberichte von Kollegen, die in der gleichen oder ähnlichen Position arbeiten. Diese internen Einblicke können wertvolle Informationen über die tatsächlichen Anforderungen und den Arbeitsalltag liefern, die in die Stellenanzeige eingebaut werden können.

Relevante Fragen an Führungskraft stellen

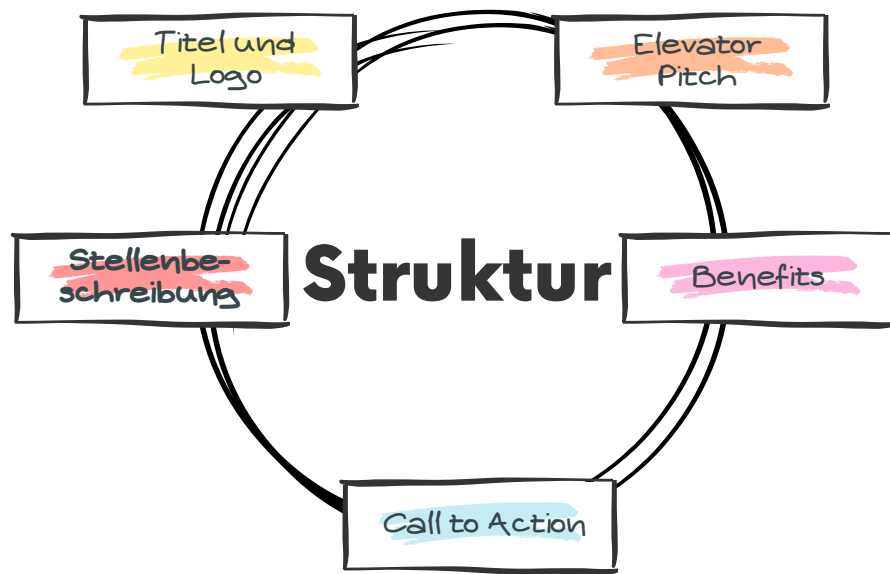
Um ein genaues Bild der offenen Position zu zeichnen, ist es hilfreich, relevante Fragen an die Vertreter der Fachabteilung zu stellen. Beispiele für solche Fragen könnten sein:

- Wo liegen die Schwerpunkte für diese Position in den ersten 6, 12 Monaten?
- Welche Anforderungen sind absolut unabdingbar und welche sind "nice-to-have"?
- Was würde Ihrer Meinung nach am meisten dafür sprechen, den Job bei uns zu machen, statt woanders?

Diese Fragen helfen, die Erwartungen klar zu definieren und sicherzustellen, dass die Stellenanzeige sowohl die Anforderungen des Unternehmens als auch die Bedürfnisse der Bewerber widerspiegelt.

Durch die Umsetzung dieser Strategien wird die Stellenanzeige nicht nur authentischer und ansprechender, sondern sie vermittelt auch ein realistisches Bild von der Position und der Unternehmenskultur. Dies trägt wesentlich dazu bei, die richtigen Talente anzuziehen und langfristig zu binden.

Struktur der Stellenanzeige



1

Titel und Logo

Effektiver Einsatz des Firmenlogos:

Ein gut platziertes Firmenlogo verstärkt die Markenbekanntheit und schafft sofort Vertrauen bei potenziellen Bewerbern. Das Logo sollte prominent und gut sichtbar sein, um die Verbindung zum Unternehmen direkt herzustellen.

Bedeutung eines klaren und prägnanten Jobtitels:

Ein klarer und prägnanter Jobtitel zieht die Aufmerksamkeit auf sich und ermöglicht es den Kandidaten, die Position sofort zu erkennen und zu verstehen. Der Titel sollte spezifisch und aussagekräftig sein, um Missverständnisse zu vermeiden.

Elevator Pitch

Erstellung einer überzeugenden Einführung:

Eine starke Einleitung weckt das Interesse der Kandidaten und motiviert sie, weiterzulesen. Dieser Abschnitt sollte kurz und prägnant die wichtigsten Aspekte der Position und des Unternehmens hervorheben.

Bedürfnisse und Wünsche der Kandidaten ansprechen:

Indem du die Bedürfnisse und Wünsche der Kandidaten ansprichst, kannst du eine emotionale Verbindung herstellen und sie stärker an die Position binden. Betone, wie die Stelle ihre beruflichen und persönlichen Ziele unterstützt.

2

Struktur der Stellenanzeige

Stellenbeschreibung und Anforderung

Auflistung von Aufgaben und Verantwortlichkeiten:

Eine detaillierte Beschreibung der Aufgaben und Verantwortlichkeiten hilft den Kandidaten, ein klares Bild von der Position zu bekommen. Dies sollte klar und strukturiert dargestellt werden, um die Erwartungen deutlich zu machen.

Unterscheidung zwischen Muss- und Kann-Anforderungen:

Die Unterscheidung zwischen zwingenden und wünschenswerten Anforderungen erleichtert es den Kandidaten, ihre Eignung besser einzuschätzen. Diese Transparenz kann die Anzahl qualifizierter Bewerbungen erhöhen.

3

Benefits

Fokus auf relevante und klare Vorteile:

Relevante und klare Vorteile machen die Position attraktiver und zeigen den Kandidaten, was sie gewinnen können. Diese sollten auf die Bedürfnisse der Zielgruppe zugeschnitten sein.

Verwendung spezifischer Zahlen und Vermeidung vager Aussagen:

Konkrete Zahlen statt vager Aussagen schaffen Vertrauen und Transparenz. Beispiele könnten konkrete Gehaltsbereiche, Urlaubstage oder Weiterbildungsangebote sein.

4

Call to Action

Bewerbungen fördern und nächste Schritte darlegen:

Eine klare Handlungsaufforderung und die Erklärung der nächsten Schritte motivieren die Kandidaten zur Bewerbung. Mach deutlich, wie der Bewerbungsprozess abläuft und welche Unterlagen benötigt werden.

Fördern, dass sich jemand bewirbt, der nicht alle Punkte erfüllt:

Ermutige Kandidaten, sich auch dann zu bewerben, wenn sie nicht alle Anforderungen erfüllen. Dies erweitert den Bewerberpool und kann Talente hervorbringen, die ansonsten übersehen würden. Ein Satz wie "Auch wenn du nicht alle Anforderungen erfüllst, freuen wir uns über deine Bewerbung!" kann hier sehr hilfreich sein.

5



SCHREIBSTIL UND SPRACHE

Sprache

Aktive Sprache ist klarer und direkter als passive Konstruktionen, was die Lesbarkeit und Verständlichkeit erhöht. Anstelle von "Es wird erwartet, dass der Kandidat..." sollte man "Wir erwarten, dass du..." schreiben. Substantivierungen, wie "Durchführung der Aufgaben", können durch aktive Formulierungen wie "Du führst die Aufgaben durch" ersetzt werden, um die Sprache lebendiger und persönlicher zu gestalten.

Satzlänge

Kurze Sätze sind leichter zu lesen und zu verstehen. Sie halten das Interesse des Lesers aufrecht und verhindern, dass wichtige Informationen in langen und komplizierten Sätzen verloren gehen. Ein guter Richtwert ist, Sätze auf eine Länge von 15 bis 20 Wörtern zu beschränken.

Emotion

Emotional und menschlich formulierte Texte schaffen eine Verbindung zum Leser. Verwende Sprache, die Gefühle anspricht und den Leser direkt adressiert. Anstatt "Das Unternehmen bietet flexible Arbeitszeiten" könnte man sagen "Genieße die Freiheit flexibler Arbeitszeiten bei uns". Diese Art der Sprache macht die Stellenanzeige ansprechender und persönlicher.

Buzzwords

Buzzwords wie "dynamisches Umfeld" oder "flache Hierarchien" sind oft überstrapaziert und nichtssagend. Sie können das Vertrauen der Bewerber untergraben und die Glaubwürdigkeit der Stellenanzeige mindern. Stattdessen sollten spezifische und aussagekräftige Begriffe verwendet werden, die klare Bilder und Erwartungen vermitteln.

Visuelle und multimedial Elemente

Die Rolle von Videos in Stellenanzeigen

Videos spielen eine zunehmend wichtige Rolle in Stellenanzeigen, da sie Informationen auf eine dynamische und ansprechende Weise vermitteln können. Ein gut gestaltetes Video kann potenziellen Bewerbern einen lebendigen Einblick in die Unternehmenskultur, das Arbeitsumfeld und die täglichen Aufgaben geben. Es bietet die Möglichkeit, authentische Stimmen von aktuellen Mitarbeitern zu hören und visuelle Eindrücke zu gewinnen, die mit Text allein nicht erreicht werden können. Dies kann besonders nützlich sein, um emotionale Verbindungen zu schaffen und das Interesse der Bewerber zu wecken.



Vorteile

- **Authentizität und Transparenz:** Videos bieten eine echte, unverfälschte Darstellung des Unternehmens und der offenen Stelle. Sie können dazu beitragen, ein authentisches Bild der Unternehmenskultur und des Arbeitsumfelds zu vermitteln.
- **Höhere Engagement-Raten:** Videos können das Engagement der Bewerber erhöhen. Studien haben gezeigt, dass Stellenanzeigen mit Videos eine höhere Klickrate und längere Verweildauer aufweisen.
- **Bessere Informationsvermittlung:** Komplexe Informationen und Aufgaben können durch Videos einfacher und klarer vermittelt werden.



Nachteile

- **Produktionsaufwand:** Die Erstellung professioneller Videos erfordert Zeit, Ressourcen und möglicherweise externe Unterstützung, was mit zusätzlichen Kosten verbunden ist.
- **Zugänglichkeit:** Nicht alle Bewerber haben möglicherweise die Möglichkeit, Videos anzusehen, sei es aus technischen Gründen oder aufgrund von persönlichen Vorlieben.
- **Erwartungsmanagement:** Videos können hohe Erwartungen wecken, die im realen Arbeitsalltag nicht immer erfüllt werden können. Dies kann zu Enttäuschungen führen, wenn die tatsächlichen Arbeitsbedingungen von den im Video gezeigten abweichen.





Best practices

Reale Fotos

Verwende echte Fotos von Mitarbeitern und dem Arbeitsumfeld, um Authentizität zu schaffen. Vermeide Stockfotos, die unpersönlich wirken können.



Infografiken

Nutze Infografiken, um komplexe Informationen, wie Unternehmenswerte oder Benefits, auf einfache und visuell ansprechende Weise darzustellen.



Text- und Bildkombination

Verwende eine ausgewogene Mischung aus Text und Bildern, um das Interesse der Leser aufrechtzuerhalten und wichtige Punkte hervorzuheben.

Die Kombination von visuellen Elementen und Text kann die Wirkung einer Stellenanzeige erheblich steigern. Visuelle Elemente wie Bilder, Infografiken und Diagramme können wichtige Informationen hervorheben und das Verständnis erleichtern. Sie brechen den Textfluss auf und machen die Anzeige optisch ansprechender.

Diese Ansätze tragen dazu bei, dass die Stellenanzeige nicht nur informativ, sondern auch ansprechend und einprägsam ist, wodurch die Chance erhöht wird, die besten Talente anzuziehen.



OPTIMIERUNG FÜR DIGITALE PLATTFORMEN

Einblicke durch Eye-Tracking Studien

Eye-Tracking-Studien bieten wertvolle Einblicke in das Lese- und Navigationsverhalten von Nutzern auf Webseiten, einschließlich Stellenanzeigen. Diese Studien zeigen, wie Benutzer Seiten scannen, welche Elemente ihre Aufmerksamkeit erregen und welche Bereiche sie ignorieren. Typischerweise beginnen Leser oben links und bewegen sich dann in einem F-Muster über die Seite.

Wichtige Informationen an prominenter Stelle platzieren

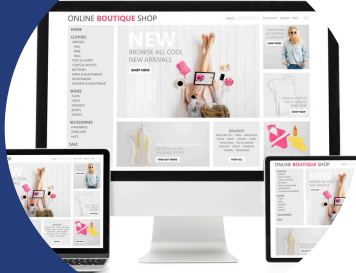
Titel, Firmenlogo und wesentliche Vorteile sollten oben und linksbündig platziert werden, um sofort ins Auge zu fallen.

Visuelle Hierarchie nutzen

Verwende größere Schriftgrößen, fettgedruckten Text und auffällige Farben für wichtige Informationen, um die Aufmerksamkeit der Leser zu lenken.

Konsistente Struktur

Ein klar strukturierter Text mit Absätzen, Überschriften und Bulletpoints erleichtert das schnelle Erfassen der Inhalte.



Best practices

Responsive Design

Stelle sicher, dass die Stellenanzeige auf verschiedenen Bildschirmgrößen gut aussieht und funktioniert.



Kurze Absätze und einfache Navigation

Verwende kurze Absätze und eine klare Struktur, um das Lesen auf kleinen Bildschirmen zu erleichtern.



Große Schaltflächen und Links

Sorge dafür, dass alle interaktiven Elemente leicht mit dem Finger bedient werden können.

Da immer mehr Bewerber mobile Geräte zur Jobsuche nutzen, ist es unerlässlich, dass Stellenanzeigen mobil optimiert sind. Eine Studie von Glassdoor zeigt, dass 45% der Nutzer mobile Geräte für die Jobsuche verwenden. Diese Zahl unterstreicht die Bedeutung der mobilen Optimierung: Kandidaten durchstöbern Jobangebote oft unterwegs oder in kurzen Pausen, und eine nicht mobile-optimierte Stellenanzeige kann schnell übersehen oder abgelehnt werden.

Bedeutung von SEO und Keywords

Suchmaschinenoptimierung (SEO) ist entscheidend, um sicherzustellen, dass Stellenanzeigen in Suchmaschinen wie Google gefunden werden. Durch den Einsatz relevanter Keywords und SEO-Praktiken kann die Sichtbarkeit der Stellenanzeige erheblich verbessert werden.



Fakten

Sichtbarkeit

Laut einer Studie von CareerBuilder erzielen Stellenanzeigen, die für Suchmaschinen optimiert sind, eine um bis zu 41% höhere Sichtbarkeit auf Jobportalen und Suchmaschinen im Vergleich zu nicht optimierten Anzeigen.

+41%

Interaktionsrate

Studien von Glassdoor haben gezeigt, dass mobil optimierte Stellenanzeigen eine um 15% höhere Interaktionsrate haben, da immer mehr Bewerber mobile Geräte für die Jobsuche nutzen.

+15%

Bewerberzahlen

Eine Analyse von Indeed zeigt, dass Stellenanzeigen, die relevante Keywords enthalten, bis zu 30% mehr Bewerbungen erhalten als solche, die keine spezifischen Keywords verwenden.

+30%

SEO-Strategie

- **Relevante Keywords:** Identifiziere und verwende Keywords, die potenzielle Bewerber wahrscheinlich in ihre Suchanfragen eingeben. Dazu gehören Begriffe wie der Jobtitel, Standort und spezifische Fähigkeiten.
- **Klare und prägnante Titel:** Der Titel der Stellenanzeige sollte das Hauptkeyword enthalten und klar und prägnant sein.
- **Meta-Beschreibungen:** Nutze aussagekräftige Meta-Beschreibungen, die die Stellenanzeige zusammenfassen und ebenfalls relevante Keywords enthalten.
- **Interne Links:** Verlinke auf verwandte Inhalte innerhalb der Karriere-Website, um die Nutzerfreundlichkeit zu verbessern und die SEO-Leistung zu steigern.



ERFOLGE MESSEN

Analyse von Bewerbungsmetriken

Die Analyse von Bewerbungsmetriken ist entscheidend, um den Erfolg von Stellenanzeigen zu bewerten und zu verbessern. Zu den wichtigsten Metriken gehören die **Anzahl der eingegangenen Bewerbungen, die Qualität der Bewerber und die Konversionsrate von Ansichten zu Bewerbungen**. Durch das Verfolgen dieser Kennzahlen kannst du herausfinden, welche Anzeigen gut funktionieren und welche optimiert werden müssen. Beispielsweise zeigt eine hohe Absprungrate möglicherweise, dass die Anzeige nicht ansprechend genug ist oder dass wichtige Informationen fehlen.

A/B-Tests verschiedener Formate und Inhalte

A/B-Tests sind eine hervorragende Methode, um verschiedene Versionen einer Stellenanzeige zu testen und herauszufinden, welche am besten funktioniert. Durch das Testen unterschiedlicher Formate, Überschriften, Call-to-Actions und visueller Elemente kannst du feststellen, welche Kombinationen die höchste Bewerberanzahl und -qualität generieren. Diese Tests sollten kontinuierlich durchgeführt werden, um stets die effektivsten Anzeigen zu schalten.

Beispiel für A/B-Test

- **Version A:** Eine Stellenanzeige mit einem Video und einer kurzen Beschreibung.
- **Version B:** Die gleiche Anzeige ohne Video, dafür mit ausführlicherer Textbeschreibung.

Feedback einholen

Das Einholen von Feedback von Bewerbern ist ein wertvolles Instrument zur Verbesserung von Stellenanzeigen. Befrage die Bewerber, wie sie auf die Anzeige aufmerksam geworden sind, was ihnen daran gefallen hat und was verbessert werden könnte.



HÄUFIGE FEHLER



Jobtitel

Fehler:

Ein nicht beschreibender oder unklarer Jobtitel kann potenzielle Bewerber verwirren und dazu führen, dass sie die Anzeige ignorieren. Titel wie "Marketing Ninja" oder "Sales Rockstar" sind zwar kreativ, geben aber keinen klaren Hinweis auf die tatsächliche Position und die damit verbundenen Aufgaben.

Lösung:

Verwende klare, prägnante und beschreibende Jobtitel, die sofort erkennen lassen, um welche Art von Position es sich handelt. Ein guter Jobtitel enthält das Hauptkeyword und eine kurze Beschreibung der Position, z.B. "Senior Marketing Manager" oder "Vertriebsleiter B2B".



Kommunikation

Fehler:

Eine inkonsistente Kommunikationsweise innerhalb der Stellenanzeige kann den Leser verwirren und einen unprofessionellen Eindruck hinterlassen. Die Mischung aus formellen und informellen Stilen kann dazu führen, dass die Bewerber die Ernsthaftigkeit und Konsistenz des Unternehmens infrage stellen.

Lösung:

Entscheide dich für einen einheitlichen Ton und Stil in der gesamten Anzeige. Wenn du eine formelle Sprache verwendest, bleibe dabei. Gleiches gilt für eine informelle Ansprache. Konsistenz in der Kommunikation stärkt das Vertrauen und die Glaubwürdigkeit der Anzeige.





HÄUFIGE FEHLER



Benefits

Fehler:

Wenn Stellenanzeigen mit zu vielen Benefits überladen werden, kann dies den Bewerber überwältigen und den Fokus von den wesentlichen Aspekten der Position ablenken. Zudem könnten potenzielle Kandidaten den Eindruck bekommen, dass die Position selbst weniger attraktiv ist und daher durch zahlreiche Benefits kompensiert werden muss.

Lösung:

Konzentriere dich auf die wichtigsten und relevantesten Benefits, die wirklich einen Unterschied für die Bewerber machen. Hebe die Benefits hervor, die direkt die Bedürfnisse und Wünsche der Zielgruppe ansprechen. Verwende konkrete Zahlen und Fakten, um die Benefits greifbarer zu machen.



Follow-Up

Fehler:

Die Bewerberfahrung endet nicht mit der Einreichung der Bewerbung. Ein mangelndes Follow-Up kann dazu führen, dass Kandidaten das Interesse verlieren oder einen schlechten Eindruck vom Unternehmen bekommen. Dies kann das Employer Branding negativ beeinflussen und die Wahrscheinlichkeit verringern, dass Top-Talente gewonnen werden.

Lösung:

Implementiere ein strukturiertes Follow-Up-System, um die Bewerber regelmäßig über den Stand ihrer Bewerbung zu informieren. Automatisierte E-Mails, persönliche Anrufe oder Updates auf dem Bewerberportal können dabei helfen, die Kandidaten informiert und engagiert zu halten. Eine positive Kandidatenerfahrung kann die Reputation des Unternehmens stärken und die Chancen auf die Gewinnung der besten Talente erhöhen.



Einsatz von KI bei der Erstellung von Stellenanzeigen

Vorteile der Nutzung von KI

Der Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI) bei der Erstellung von Stellenanzeigen bietet zahlreiche Vorteile. KI-gestützte Tools können den Prozess der Erstellung, Optimierung und Verbreitung von Stellenanzeigen erheblich verbessern und effizienter gestalten. Hier sind einige der Hauptvorteile:

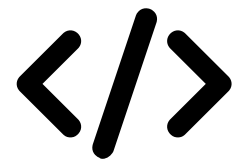
- **Zeitersparnis:** KI kann repetitive Aufgaben automatisieren, wie das Verfassen und Formatieren von Stellenanzeigen. Dies ermöglicht es Recruitern, sich auf strategischere Aufgaben zu konzentrieren.
- **Personalisierung:** KI kann Stellenanzeigen basierend auf dem Profil und den Präferenzen potenzieller Kandidaten personalisieren, was die Relevanz und Attraktivität der Anzeigen erhöht.
- **Datenbasierte Optimierung:** KI-Tools können große Mengen an Daten analysieren, um zu ermitteln, welche Formulierungen und Keywords die besten Ergebnisse erzielen. Dies führt zu optimierten und effektiveren Stellenanzeigen.
- **Verbesserte Sichtbarkeit:** Durch den Einsatz von KI können Stellenanzeigen für Suchmaschinen und Jobbörsen optimiert werden, was die Reichweite und Sichtbarkeit erhöht.
- **Bias-Reduktion:** KI kann helfen, unbewusste Vorurteile in der Sprache von Stellenanzeigen zu identifizieren und zu eliminieren, wodurch inklusivere und diversere Bewerbungen gefördert werden.



KI kann bei der Erstellung von Stellenanzeigen sehr gut unterstützen.



BEISPIELPROMPT



Verhalte dich wie ein äußerst erfahrener Recruiter. Schreibe eine Stellenanzeige, die die Verantwortlichkeiten, Qualifikationen und Erwartungen der Position klar und präzise wiedergibt. Dein Text sollte informativ, ansprechend und fesselnd sein und die einzigartigen Aspekte der Stelle hervorheben, um sie für potenzielle Bewerber attraktiv zu machen. Achte darauf, dass du auch Details zur Unternehmenskultur und alle Vorteile und Vergünstigungen der Position mit einbeziehst. Verwende einen Kommunikationsstil, der eine Zielgruppe im Alter von 30 bis 40 Jahren anspricht. Sehr wichtig! Nutze jede Phrase und Formulierung entsprechend den Regeln des deutschen Arbeitsrechts. Schreibe in der Tonalität, in der sich das Unternehmen im Internet präsentiert. Verwende einfache Wörter, Aufzählungspunkte und Überschriften. Passe deine Wortwahl und den Tonfall dem beruflichen Hintergrund an, auf den sich die Stellenanzeige richtet. Vermeide Kommata. Schreibe in einem starken, handlungsorientierten Stil. Verwende nur aktive Sprache. Begrenze die Anzahl der Aufzählungspunkte auf maximal fünf pro Abschnitt. Beginne jede Aufzählung mit "Du". Strukturiere die Stellenanzeige wie folgt: Beginne mit dem Jobtitel gemäß dem deutschen Gleichstellungsgesetz. Fahre fort mit einer Einleitung, die die Aufmerksamkeit des Kandidaten fesselt. Stelle Fragen, die die Wünsche und Träume der Zielgruppe ansprechen. Betone den wichtigsten Aspekt der Unternehmenskultur für diese Position. Füge einen Call-to-Action ein, um die Leser zum Weiterlesen zu animieren. Nutze hierfür weniger als vier Sätze. Beschreibe als Nächstes die Aufgaben so, dass der geeignete Kandidat ein klares Verständnis davon bekommt. Zeige auf, wie jede Aufgabe das Geschäft beeinflusst. Fahre danach mit den Qualifikationen fort. Sei sehr spezifisch. Teile diesen Abschnitt in "Muss"- und "Nice-to-have"-Kriterien. Motiviere auch Personen, die nicht alle Kriterien erfüllen, sich zu bewerben. Erkläre danach die Vorteile. Sei sehr klar und transparent. Hebe die wichtigsten Vorteile hervor, die für das gesuchte Jobprofil relevant sind. Füge die Anzahl der Urlaubstage und eine Gehaltsspanne hinzu. Erkläre schließlich, was nach dem Absenden der Bewerbung passiert. Schreibe es als Vorlage, ohne Aufzählungspunkte. Verwende Platzhalter, an denen das Unternehmen die E-Mail-Adresse des Recruiters, den Namen, die Dauer des Feedbacks und den Ablauf des Recruiting-Prozesses einfügen kann. Fordere nur den Lebenslauf an, nichts weiter. Schließe mit einem Call-to-Action ab.

CHECKLISTE



Stellt der Jobtitel die Position eindeutig dar und entspricht er den Erwartungen der Zielgruppe?



Zieht die Einleitung die Aufmerksamkeit auf sich und spricht sie die Wünsche und Träume der Zielgruppe an?



Vermitteln die beschriebenen Aufgaben ein klares Bild von der Position und ihrem Einfluss auf das Unternehmen?



Können Bewerber leicht erkennen, welche Qualifikationen zwingend erforderlich und welche wünschenswert sind?



Sind die Benefits und Features klar und spezifisch dargestellt, einschließlich Urlaubstage und Gehaltsspanne?



Werden Bewerber ermutigt, sich zu bewerben, auch wenn sie nicht alle Kriterien erfüllen, und sind der Recruiting Prozess deutlich beschrieben?



Wurde die Anzeige hinsichtlich Rechtschreibung und Grammatik sorgfältig Korrektur gelesen, um eine professionelle Darstellung sicherzustellen?

Was tun, wenn die tollste Stellenanzeige nicht zum Erfolg führt?

Du hast eine hervorragende Stellenanzeige erstellt, sie auf der Unternehmenswebsite und auf den wichtigsten Stellenportalen veröffentlicht – und trotzdem bleibt die Position unbesetzt? Das kann verschiedene Gründe haben:

1. Keine aktiven Bewerber: Der passende Kandidat könnte derzeit einfach nicht aktiv auf Jobsuche sein und daher deine Stellenanzeige nicht sehen.
2. Begrenzte Reichweite: Selbst die beste Stellenanzeige erreicht nicht immer die richtigen Kandidaten oder eine ausreichend große Anzahl von Bewerbern.
3. Sichtbarkeit: Möglicherweise wird deine Anzeige in der Masse anderer Angebote nicht genug wahrgenommen.

Warum es mehr braucht als nur Stellenanzeigen

Das Posten von Stellenanzeigen ist nur ein Teil des Recruitingmixes. Active Sourcing ist eine wichtige Ergänzung, bei der potenzielle Kandidaten direkt angesprochen werden. Dies ist zeitaufwändig und erfordert spezielle Tools und Know-how.

Hier komme ich ins Spiel. Als erfahrener Personalberater unterstütze ich dich dabei, die besten Talente für dein Unternehmen zu finden und anzusprechen.

Ich übernehme das Active Sourcing, die Vorauswahl und das Management des gesamten Bewerbungsprozesses.

Meine Vorteile für dich

- **Zeitersparnis:** Du kannst dich auf dein Kerngeschäft konzentrieren, während ich den Rekrutierungsprozess übernehme.
- **Spezialisierte Expertise:** Mit meinem tiefen Verständnis der Branchenanforderungen finde ich die besten Kandidaten für deine spezifischen Bedürfnisse.
- **Netzwerk und Reichweite:** Mein umfangreiches Netzwerk ermöglicht es, auch passive Kandidaten zu erreichen, die nicht aktiv auf Jobsuche sind.

Ich wollte dir noch was sagen!

Wenn du trotz aller Bemühungen Schwierigkeiten hast, die richtige Person zu finden, lass uns die Herausforderung gemeinsam angehen. Mit meiner Unterstützung als Personalberater erhöhen wir die Chancen, die perfekte Besetzung für deine offene Position zu finden. Ich freue mich darauf, von dir zu hören!
Herzliche Grüße

Moritz





VORTEILE DER ZUSAMMEN- ARBEIT MIT SPEZIALISIERTEN PERSONALVERMITTLUNGEN

Exklusives Netzwerk

Personalberater verfügen über umfangreiche Netzwerke und Beziehungen in der Lebensmittelbranche, die Unternehmen sonst nicht erreichen würden. Diese Verbindungen ermöglichen den **Zugang zu hochqualifizierten Kandidaten, die nicht aktiv auf Jobsuche sind.**

Zeit- und Kostenersparnis

Die Zusammenarbeit mit Personalvermittlern reduziert den Rekrutierungsaufwand erheblich. Sie übernehmen die Vorauswahl und Bewertung der Kandidaten, was die **Zeit bis zur Einstellung verkürzt und die internen Kosten senkt.**

Fachliche Expertise

Personalberater sind Experten in der Branche und verstehen die spezifischen Anforderungen und Herausforderungen der Lebensmittelindustrie. Diese Expertise ermöglicht eine **präzisere Kandidatenauswahl und bessere Passung der Bewerber.**

Bessere Verhandlung

Personalvermittler unterstützen bei den Verhandlungen und der Vertragsgestaltung, um sicherzustellen, dass **beide Parteien zufrieden sind und langfristige Bindungen** eingegangen werden.

LEISTUNGSPORTFOLIO

**BAVARIA XPERTS**

Vertragsarten

Wir vermitteln sowohl festangestellte als auch freiberufliche Mitarbeiter (m/w/d) .

Perm & Freelance

Skills

Unsere Fokusskills sind:

**Sales. Marketing,
Office & HR, Finance,
Industry & Operations**

Sales

Key Account Manager (m/w/d)
Gebietsverkaufsleiter (m/w/d)
Sales Manager (m/w/d)
Channel Sales Manager (m/w/d)
Export Sales Manager (m/w/d)
uvm.

Marketing

Online Marketing Manager (m/w/d)
Social Media Manager (m/w/d)
eCommerce Manager (m/w/d)
Brand Manager (m/w/d)
Trade Marketing Manager (m/w/d)
uvm.

Office & HR

Assistent (m/w/d)
Office Manager (m/w/d)
Recruiter (m/w/d)
HR Business Partner (m/w/d)
Personalreferent (m/w/d)
uvm.

Finance

Finanzbuchhalter (m/w/d)
Bilanzbuchhalter (m/w/d)
Controller (m/w/d)
Kreditoren-/Debitorenbuchhalter (m/w/d)
Teamleiter Finanzen (m/w/d)
uvm.

Operations

Teamleiter Produktion / Technik (m/w/d)
Schichtleiter (m/w/d)
Linienleiter (m/w/d)
Produktentwickler (m/w/d)
Projektingenieur (m/w/d)
uvm.

Industry

Einkäufer (m/w/d)
Supply Chain Manager (m/w/d)
Logistik Manager (m/w/d)
Quality Manager (m/w/d)
uvm.

KONTAKT



Moritz Blüml



BAVARIA XPERTS



Pacellistraße 2, 80333 München



+49 174 31 53 460



mbluendl@bavaria-group.com



www.bavaria-xperts.com

LET'S TALK!