



StepStone

Die perfekte Stellenanzeige







Haben Sie gewusst, dass rund **50 % der Bewerber*innen ihre Bewerbung abbrechen**, weil ihnen wichtige Informationen in der Stellenanzeige fehlen?

Im Jahr 2021 nicht überraschend: Gut zwei Drittel der Bewerber*innen suchen auf Jobplattformen im Internet nach einer neuen Stelle¹. Online-Stellenanzeigen sind für Unternehmen somit nach wie vor das Medium Nummer eins für die Suche nach qualifizierten Mitarbeiter*innen.

Das heißt: Online-Stellenanzeigen sind ein zentrales Element für ein erfolgreiches Recruiting sowie ein wichtiger Kanal für Ihr Employer Branding – und aus der Sicht von Kandidat*innen eine Entscheidungsgrundlage für oder gegen eine Bewerbung.

Eine Online-Stellenanzeige muss – unabhängig davon, ob sie auf einer Jobplattform oder einem anderen Portal erscheint – sowohl aus inhaltlicher als auch aus optischer Sicht eine Reihe

von Kriterien erfüllen. Bewerber*innen wollen schnell wissen, ob die Stelle zu ihnen passt, und sich ein Bild vom potenziellen Arbeitgeber machen. Die Anforderungen, die Aufgaben und das Unternehmen müssen genau beschrieben werden.

Wer sich als attraktives arbeitgebendes Unternehmen positionieren und passende Mitarbeiter*innen für offene Stellen finden möchte, sollte das Interesse der Leser*innen der Anzeige

wecken und bereits im Vorfeld in der Stellenanzeige möglichst viele Fragen zum Job und dem Unternehmen beantworten.

Auf den folgenden Seiten zeigen wir Ihnen, worauf Sie als Unternehmen achten müssen, um Bewerber*innen die Entscheidung für eine Ihrer offenen Stellen einfacher zu machen. Gleichzeitig geben wir Ihnen Beispiele, Tipps und Muster zur direkten Umsetzung an die Hand.

¹ Quelle: StepStone Studie „Kandidaten im Fokus“, 2017

Unser Know-how für Sie

Alle Inhalte auf einen Blick

SEITE 04 | 05

Mit der richtigen Struktur zu mehr Bewerbungen

SEITE 06 | 07

Gewähren Sie Einblicke in Ihr Unternehmen

SEITE 08

Punkten Sie mit Corporate Benefits

SEITE 09

Anforderungen an den Jobtitel

SEITE 10

Lassen Sie keine Fragen offen:
die richtige Aufgabenbeschreibung

SEITE 11

Zielgenau Kandidat*innen ansprechen:
das richtige Anforderungsprofil

SEITE 12

Die Frage nach dem Gehalt

SEITE 13

AGG-Checkliste für Stellenanzeigen

Mit der richtigen Struktur zu mehr Bewerbungen

Eine Stellenausschreibung ist häufig der erste Kontaktpunkt zwischen Kandidat*innen und Unternehmen und damit eine entscheidende Visitenkarte der Arbeitgeber.

Für Online-Stellenanzeigen gilt, was auch für alle anderen Internetseiten gilt: Eine einheitliche und übersichtliche Darstellung von Informationen wirkt sich positiv auf die Lese- bzw. Verweildauer aus – und damit auch

auf den Recruitingserfolg. Je angenehmer Sie die „Lektüre“ einer Stellenanzeige gestalten, desto größer ist die Chance, dass sich Jobsuchende für eine Bewerbung bei Ihrem Unternehmen entscheiden.



Das ergab unsere Studie²



60% der **Fachkräfte** geben an, dass eine ansprechende optische Gestaltung der Stellenanzeigen zur Entscheidung für oder gegen einen Job beiträgt.



Nur **35%** der **Kandidat*innen** sagen, dass die Informationen zum Unternehmen in den Stellenanzeigen übersichtlich gestaltet sind.

Eine Stellenanzeige muss sowohl **inhaltlich** als auch **optisch** überzeugen.



Tatsächlich liegen die Wünsche von Kandidat*innen und die Realität bei Stellenanzeigen noch immer weit auseinander. Dabei kann ein Jobangebot so viel mehr sein als die bloße Auflistung von Anforderungen und Aufgaben: Hier liegt Ihre große Chance, als Arbeitgeber aus der Menge herauszuragen.

²Quelle: StepStone Studie „Erfolgsfaktoren im Recruiting“, 2017

Wie sollte eine Stellenanzeige strukturiert sein?

So stufen Recruiter*innen die Relevanz formeller Aspekte für die Attraktivität von Stellenanzeigen ein:



Übersichtliche Gestaltung der Inhalte in Textblöcken



Ansprechende optische Gestaltung



Muster für Stellenanzeigen am Beispiel der StepStone Liquid-Design-Anzeigenstruktur finden Sie unter stepstone.de/studien

In 6 einfachen Schritten zu einem **übersichtlichen Aufbau Ihrer Stellenanzeige**

1

Inhaltliche Aufteilung

Gliedern Sie Ihre Stellenanzeige in: Stellentitel, Einleitung/Unternehmensvorstellung, Aufgabenbeschreibung, Anforderungsprofil, Benefits, Kontakt (Telefon, E-Mail), zusätzliche Informationen, z. B. Standort oder Call-to-Action/Bewerbungsmöglichkeit.

2

Optische Strukturierung

Teilen Sie die einzelnen Sektionen in getrennte Blöcke auf. So lassen sich die Informationen schneller auf einen Blick erfassen.

3

Farbige Überschriften

Setzen Sie die Überschriften in einer Ihrer Unternehmensfarben ab, um einen zusätzlichen Branding-Effekt zu erzielen.

4

Hervorhebungen

Lassen Sie die wichtigsten Informationen optisch hervortreten – dies gilt vor allem für den Stellentitel.

5

Platzierung

Ordnen Sie die wichtigsten Informationen dem Lesefluss entsprechend von links nach rechts an.

6

Visuelle Unterstützung

Verwenden Sie Bilder oder ein Video, um die Anzeige aufzulockern.

Sichere Erfolgsfaktoren für Ihre Stellenanzeige

³ Quelle: StepStone Studie „Jobsuche im Fokus“, 2018

Gewähren Sie Einblicke in Ihr Unternehmen

Die Einleitung einer Stellenanzeige dient dazu, Aufmerksamkeit auf sich zu ziehen, Interesse bei den richtigen Kandidat*innen zu wecken und das Unternehmen vorzustellen. Neben der Unternehmensgröße und der Beschreibung der Produkte oder der Dienstleistungen, die Sie anbieten, sollten Sie auch auf die Besonderheiten Ihrer Branche eingehen.

Geben Sie ruhig mehr von sich preis! Punkten Sie gleich zu Beginn, indem Sie Ihre Employer Brand schärfen. Kommunizieren Sie Vision, Mission und Werte Ihres Unternehmens. Beschreiben Sie, welchen wichtigen Beitrag Ihr

Unternehmen leistet, um ein übergeordnetes Ziel zu erreichen und welche Rolle einzelne Mitarbeiter*innen dabei spielen. So erhalten Kandidat*innen vorab ein erstes Bild von Ihrer Firmenkultur und bekommen ein Gefühl da-

für, ob sie sich mit dieser identifizieren können. Wecken Sie Emotionen und die Neugier der Bewerber*innen und verzichten Sie auf Standardfloskeln wie „innovativ“ oder „führend“.



Ebenfalls wichtig:

Die Unternehmensbeschreibung sollte für alle Ihre Stellenanzeigen gleich lauten. So erhöhen Sie Ihre Glaubwürdigkeit bei Jobsuchenden. Hier ein Beispiel für die Formulierung einer Mission: **„Als eines der größten deutschen Digitalunternehmen mit weltweit über 3.300 Mitarbeiter*innen arbeiten wir jeden Tag daran, Jobsuchende und Unternehmen zusammenzubringen, um den „Perfect Match“ zu finden.“**

Setzen Sie sich und Ihr Unternehmen
aussagekräftig und **authentisch** in Szene!



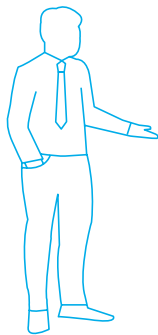
Gehalt und Karriere sind für Jobsuchende nicht alles.
Bewerber*innen wollen sich in ihrem täglichen Arbeitsumfeld wohlfühlen.
Machen Sie diesen „Wohlfühlfaktor“ in der Anzeige erlebbar.

Das oberste Gebot: Authentizität

Seien Sie authentisch! Zeigen Sie in Ihren Stellenanzeigen, wie Ihr Unternehmen wirklich ist und nicht, wie es im Idealfall sein sollte. Aktuelle Studienergebnisse⁴ zeigen, dass Kandidat*innen leere Worthülsen schnell ausfindig machen und sich mangels Glaubwürdigkeit nicht bewerben. Jede Information sollte der Realität entsprechen. Hier einige Beispielsätze, die Kandidat*innen als eher unglaubwürdig einstufen.

75 %

„Bei uns bekommen Sie beides: die Vorteile eines Großkonzerns und den Unternehmergeist eines Start-ups.“



43 %

„Bei uns stoßen Sie auf flache Hierarchien.“

70 %

„Wir vereinen hohe Leistungsorientierung und gelebte menschliche Werte.“

64 % der Kandidat*innen⁵ haben schon einmal bewusst auf eine Bewerbung verzichtet, weil ihnen die Inhalte der Stellenanzeige unglaubwürdig erschienen.



Etwa zwei Drittel der Unternehmen sind der Überzeugung, dass ein ansprechender Standort die Suche nach geeigneten Mitarbeiter*innen vereinfacht. Doch auch hier legen die Kandidat*innen Wert auf eine wahrheitsgetreue Darstellung.

Befindet sich Ihr Unternehmen an einem besonders attraktiven Standort? Dann nehmen Sie auch diesen Aspekt in die Beschreibung mit auf! Handelt es sich um einen Standort in der Peripherie? Dann punkten Sie bei Bewerber*innen mit Angaben zu besonderen Leistungen wie flexiblen Arbeitszeiten, Homeoffice oder besonderer Unterstützung in Sachen Karriere.

Falsche Versprechungen, Übertreibungen und Beschönigungen werden früher oder später entlarvt. Das erzeugt Unzufriedenheit und kann im schlimmsten Fall eine frühzeitige Kündigung nach sich ziehen.

Weitere aktuelle Erkenntnisse rund um das Thema Standort finden Sie online in unserer [Mobilitätsstudie](#).

Punkten Sie mit Corporate Benefits

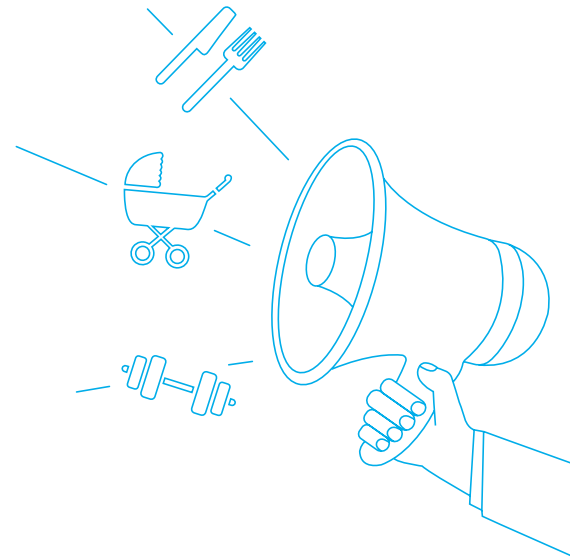
Nur wenige Unternehmen erwähnen in ihren Stellenanzeigen Vorteile und Zusatzleistungen. Dabei helfen solche Benefits, im Wettbewerb um die besten Talente einen Vorsprung zu erzielen.

Beschreiben Sie in der Stellenanzeige nicht nur, was Bewerber*innen mitbringen sollten. Zeigen Sie im Gegenzug auch, was Ihr Unternehmen ihnen bieten kann. Die StepStone Analyse „Jobsuche im Fokus“ hat ergeben, dass sich Mitarbeiter*innen vor allem folgende Leistungen wünschen:

- **Finanzielle Vorteile**
z. B. betriebliche Altersvorsorge, Gewinnbeteiligung, erfolgsbasierter Bonus
- **Verpflegung**
Unternehmenseigene Kantine, kostenfreie Getränke, Essenszuschuss
- **Wohlfühlangebot**
Sport-/Gesundheitsangebote sowie gemeinschaftliche Events für Mitarbeiter*innen

- **Kinderbetreuung, Familienbüro**
- **Unterstützung bei der Karriere**

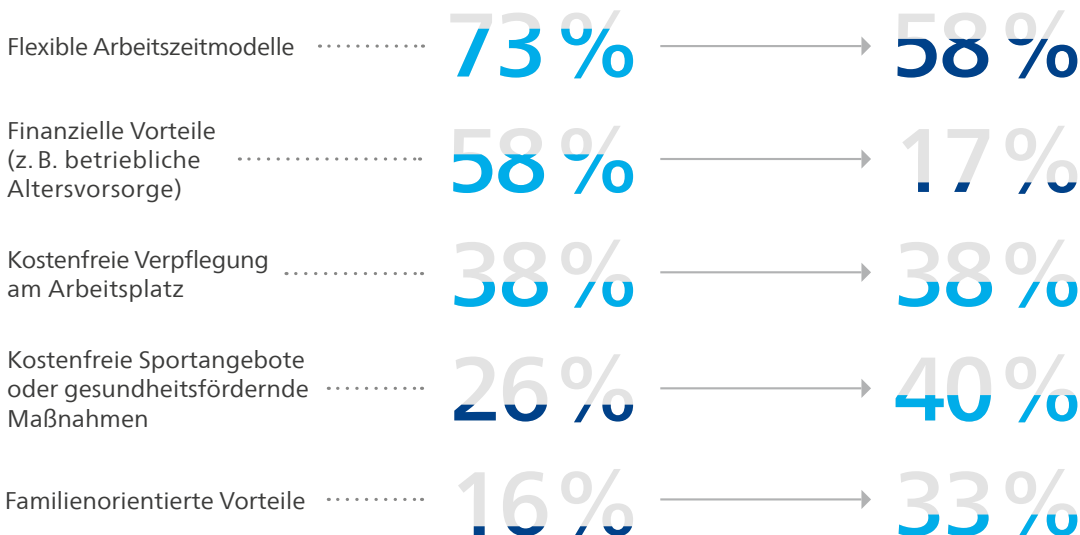
Deutlich weniger interessant finden Bewerber*innen zum Beispiel die Frage, ob sie ein Firmen-Smartphone erhalten. Analysieren Sie die Prioritäten der Zielgruppe, die Sie mit einer Stellenanzeige ansprechen möchten, und nehmen Sie die besonders relevanten Benefits Ihres Unternehmens in die Stellenanzeige auf.



Unternehmen halten sich bedeckt

Anteil der Unternehmen, die diesen **Unternehmensvorteil anbieten**⁶

Anteil der Unternehmen, die diesen **Vorteil auch aktiv kommunizieren**⁶



⁶ Quelle: StepStone Studie „Jobsuche im Fokus“, 2018

Anforderungen an den Jobtitel

Die Suche auf einer Jobplattform läuft in erster Linie über den Jobtitel. Daher sollte dieser optimal formuliert sein.

Der Jobtitel ist das Erste, was Jobsuchende von Ihrer Stellenanzeige sehen und für viele der erste Kontakt zum Unternehmen. Er entscheidet darüber, wie zielsicher die Anzeige (zum Beispiel bei Google) gefunden wird, ob Sie die richtigen Kandidat*innen erreichen und ob diese sich für den Job bewerben. Formulieren Sie den Jobtitel deshalb so aussagekräftig wie möglich, bevor Sie eine Anzeige schalten.

Wussten Sie schon?

Rund 7 von 10 Unternehmen verzichten darauf, den Jobtitel in jeder Stellenausschreibung konsequent zu optimieren. Das sollten Sie ändern – und wir unterstützen Sie dabei.

Mit unserem StepStone Jobtitel-Check können Sie im Kundencenter den perfekten Jobtitel für Ihre Anzeige finden. Als StepStone Kunde haben Sie exklusiv Zugang zum StepStone Kunden-

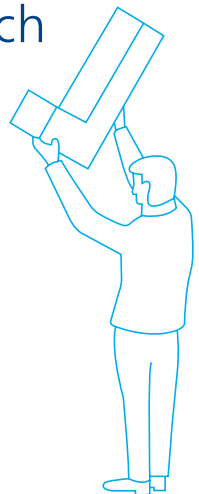
center. Im Bereich Analytics können Sie ganz einfach Ihren Stellentitel auf seine Effektivität prüfen. Probieren Sie es am besten direkt selbst aus in unserem [Kundencenter](#).

Halten Sie den Jobtitel einfach, jedoch **präzise** und **unmissverständlich**.

⋮

Um die richtigen Mitarbeiter*innen zu gewinnen, vermeiden Sie beim Stellentitel am besten:

- › Einen Mix aus verschiedenen Sprachen, zum Beispiel Deutsch und Englisch
- › Berufsbezeichnungen, die nur in Ihrer unternehmenseigenen Sprache vorkommen
- › Ergänzungen wie „Wir suchen“/„Ihre Chance“
- › Die Nennung von Soft Skills wie „teamfähig“ oder „engagiert“
- › Wortverkürzungen wie „Kaufm. Mitarbeiter (m/w/x)“

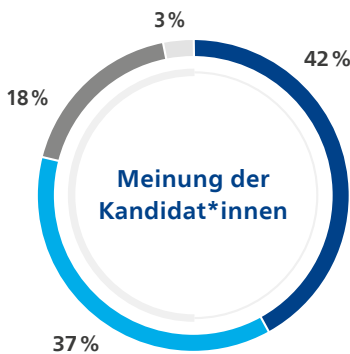


Lassen Sie keine Fragen offen: die richtige Aufgabenbeschreibung

Die Aufgabenbeschreibungen in Stellenanzeigen bieten viel Optimierungspotenzial.

Kandidat*innen bewerten viele Stellenanzeigen eher negativ. Häufig fehlen neben Zusatzinformationen auch konkrete Angaben zu Arbeitsinhalten und Anforderungen an den Job: Mehr als die Hälfte der Kandidat*innen emp-

findet die Informationen als nicht oder nur teilweise ausreichend. Die Hauptaufgaben sollten daher gut verständlich, detailliert und eindeutig beschrieben werden.



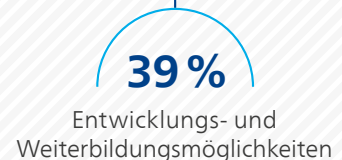
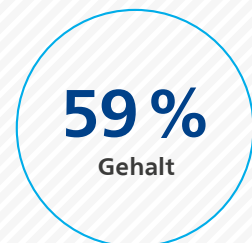
„Die Aufgabenbeschreibungen sind so formuliert, dass ich mir die Arbeitsinhalte gut vorstellen kann.“

- trifft zu
- teils teils
- trifft eher nicht zu
- trifft nicht zu

Quelle: StepStone Studie „Kandidaten im Fokus“, 2017

- In 3 einfachen Schritten zur **detaillierten Beschreibung des Tätigkeitsfelds**
- 1 Nennen Sie in 5–8 Stichpunkten zentrale Schlagworte für die Tätigkeit.
 - 2 Geben Sie den Tätigkeiten eine Rangordnung: die wichtigsten zuerst, die nebensächlichen zuletzt.
 - 3 Ergänzen Sie Informationen zu strategischen Themen, zum Grad an operativer Verantwortung und/oder zu aktuellen Projekten.

Zusätzliche Informationen, die sich Bewerber*innen in Stellenanzeigen wünschen:



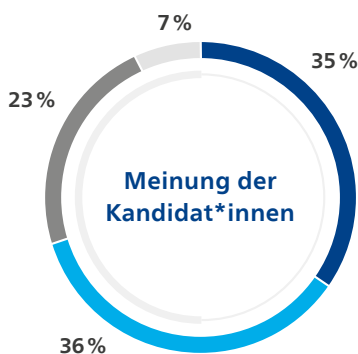
Quelle: StepStone Studie „Erfolgsfaktoren im Recruiting“, 2017

Zielgenau Kandidat*innen ansprechen: das richtige Anforderungsprofil

Was erwarten Sie von Bewerber*innen? Die geforderten Fachkenntnisse, die Berufserfahrung sowie die gewünschte Ausbildung müssen klar aus dem Anforderungsprofil hervorgehen.

Verzichten Sie auf naheliegende Floskeln wie „teamfähig“, „kommunikativ“ oder „belastbar“. Es gibt kaum einen Job, bei dem diese Fähigkeiten nicht gefragt sind. Nehmen Sie sich mehr Zeit und definieren Sie – am besten gemeinsam im Team –, welche speziellen Kompetenzen für die Stelle wirklich von Bedeutung sind.

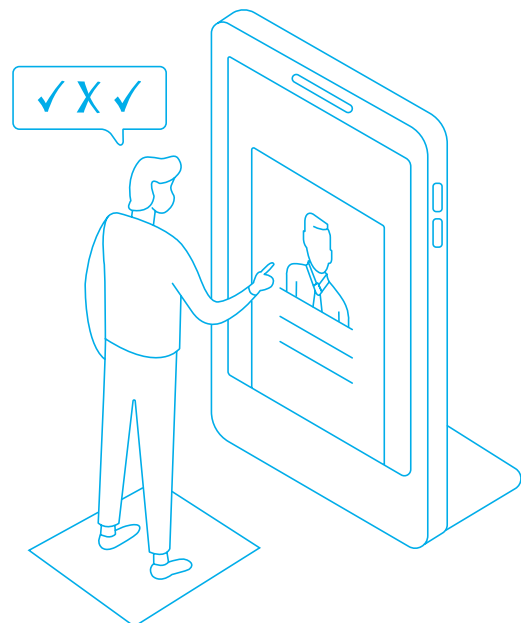
Fragen Sie sich: Was müssen neue Mitarbeiter*innen konkret mitbringen, um ihre Aufgaben zu bewältigen und sich ideal ins Team einzufügen? Beachten Sie immer, dass sowohl zu hohe als auch zu niedrige Anforderungen Bewerber*innen abschrecken. Hier muss die berühmte goldene Mitte gefunden werden.



„Die genannten Anforderungen sind realistisch.“

- trifft zu
- teils teils
- trifft eher nicht zu
- trifft nicht zu

Quelle: StepStone Studie „Kandidaten im Fokus“, 2017



Beschreiben Sie mindestens den geforderten Abschluss und die auf die Position bezogenen Fachkenntnisse.

Geben Sie an, wie viel Berufserfahrung ideale Kandidat*innen für die Stelle mitbringen sollten.

Weisen Sie klar darauf hin, wenn kein Abschluss oder keine Vorkenntnisse notwendig sind.

Machen Sie deutlich, was ein Must-have und was lediglich wünschenswert ist.

Die Frage nach dem Gehalt

Über Geld spricht man nicht? Unsere Analysen zeigen, dass das Thema „Gehalt“ bei Kandidat*innen unangefochten an erster Stelle steht. Sie wünschen sich nicht nur ein attraktives Grundgehalt, sondern auch eine transparente Angabe der Verdienstmöglichkeiten in der Stellenanzeige.

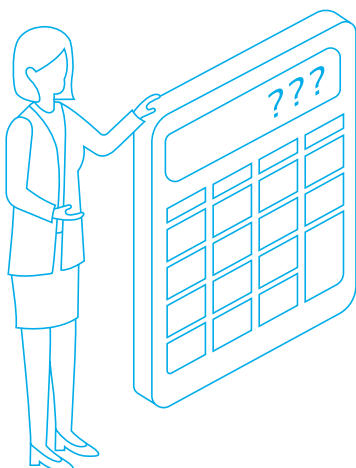
Lediglich 2 von 10 Unternehmen veröffentlichen in ihrem Stellenprofil eine Gehaltsangabe. Stattdessen stoßen Bewerber*innen häufig auf schwammige Begriffe wie „attraktives Gehalt“ oder „leistungsgerechte Bezahlung“. Um die Entgelt-Transparenz ist es in Deutschland also nicht besonders gut

bestellt. Aus Unternehmenssicht gibt es nachvollziehbare Gründe für die Zurückhaltung in Sachen Gehalt. Fehlende Transparenz kann jedoch den Anschein erwecken, dass ein Unternehmen Bewerber*innen zu möglichst niedriger Bezahlung einstellen möchte.

Über Geld sollte man also doch sprechen.

Für eine Gehaltsangabe in einer Stellenanzeige ist es wichtig, das marktübliche Gehalt für die jeweilige Position und Region genau zu kennen.

Sie benötigen eine bessere Orientierung bei der Frage nach dem richtigen Gehalt? Werfen Sie einen Blick in unseren [StepStone Gehaltsreport 2021](#). Dieser zeigt die durchschnittlichen Gehälter in Deutschland, aufgeteilt nach Berufsfeld, Region, Branche und Berufserfahrung.



Auch wir von StepStone wissen:

Die beste Grundlage für erfolgreiches Bewerben und Recruiting sind die richtigen Informationen. Daher veröffentlicht StepStone seit dem 10. März 2021 Gehaltsprognosen in Stellenanzeigen.

Die wichtigsten Kriterien, ob Bewerber*innen sich für oder gegen einen Job entscheiden:

96 %

Gehalt (+ sonstige finanzielle Leistungen)

91 %

Karriere- und Weiterbildungsmöglichkeiten

90 %

Flexible Arbeitszeiten

90 %

Unternehmenskultur

89 %

Sinnstiftende Aufgaben

AGG-Checkliste für Stellenanzeigen

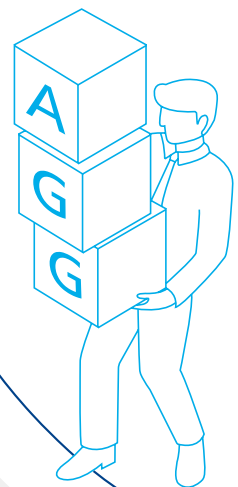
Eine optimierte Stellenanzeige muss natürlich nicht nur in Sachen Inhalt und Optik überzeugen, sondern auch mit dem Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetz (AGG) konform sein.

Sie sollte nur veröffentlicht werden, wenn einige wichtige Punkte berücksichtigt wurden. Die rechts aufgeführten Angaben dürfen Sie in Ihrer Stellenausschreibung weder einschränken noch ausschließen, wenn keine sachlichen Gründe dafür vorliegen.



Diese Aspekte haben entsprechend auch Einfluss auf den Datenschutz in Ihrer Organisation. Achten Sie gut auf Ihre Formulierung! Sprechen Sie in Ihrer Stellenanzeige nicht davon, dass Sie ein „junges Team“ sind oder gezielt nach einem „deutschen Muttersprachler“ suchen, da sich solche Beschreibungen in einem etwaigen Rechtsstreit zu Ihren Ungunsten auswirken können.

- Geschlecht/sexuelle Identität
- Ethnische Herkunft
- Alter
- Behinderungen
- Religionszugehörigkeit oder Weltanschauung



Ebenfalls wichtig:

Passen Sie auch die Einstellungs- und Auswahlverfahren, Fragen in Vorstellungsgesprächen, Absageschreiben an Bewerber*innen sowie Fragen bezüglich des Gehalts an die Vorschriften an.



Zusätzliche Tipps und Tricks zur Stellenanzeige und viele Artikel zu weiteren Themen rund um den Bereich Recruiting finden Sie auf unserem

› [StepStone Blog](#).

StepStone Deutschland GmbH

Vöklinger Straße 1

40219 Düsseldorf

Telefon: +49 211 93493-5802

E-Mail: service@stepstone.de

› [stepstone.de](https://www.stepstone.de)