

CHECKLISTE

Stellenanzeigen

Seien Sie beim Aufbau Ihrer Stellenanzeige klar und kreativ.
Stechen Sie mit Ihrer individuellen Stellenanzeige aus der Masse heraus!

Inhalt

- Die Stellenanzeige hat einen aussagekräftigen und **allgemeinverständlichen Titel**. Dieser spricht alle Geschlechter an. So kann nach dem Titel der Hinweis (m/w/d) eingefügt werden. Das steht für männlich, weiblich, divers.
- Bei der Formulierung der Stellenanzeige achten wir auf das **Allgemeine Gleichbehandlungsgesetz (AGG)**. Wir benachteiligen niemanden aus Gründen der Rasse oder wegen der ethnischen Herkunft, des Geschlechts, der Religion oder Weltanschauung, einer Behinderung, des Alters oder der sexuellen Identität.
- In unserer Stellenanzeige stellen wir uns als **attraktiver Arbeitgeber** vor. Wir zeigen, was uns auszeichnet und wie unsere Unternehmenskultur aussieht.
- Du oder Sie?** Immer häufiger werden Interessenten in Stellenanzeigen geduzt. Schauen Sie, was am besten zu Ihrer Unternehmenskultur passt. Sie nutzen alle das „Du“ im Unternehmen und haben flache Hierarchien, dann sprechen Sie ruhig die Bewerbenden persönlich an. Haben Sie eher einen formellen Ton im Unternehmen, dann bleiben Sie authentisch beim „Sie“.
- Was wir unseren Mitarbeitenden bieten**, listen wir auf; beispielsweise Weiterbildungsmöglichkeiten, Nahverkehrsticket, Angebote zur Work-Life-Balance etc. Dabei werden wir so konkret wie möglich: Was heißt Work-Life-Balance bei uns genau im Unternehmen?
- Die Aufgaben sind in einer **einfachen Sprache** zusammengefasst. Die Sätze sind nicht verschachtelt, sondern einfach und kurz. Interne Abkürzungen werden nicht genutzt.
- Auf **unnötige Füllwörter**, Fremdwörter und Floskeln haben wir verzichtet.
- Bei den Qualifikationen und Erwartungen unterscheiden und kennzeichnen wir deutlich zwingende **Muss-Anforderungen und wünschenswerte Kenntnisse**. Wir geben schon hier die Information, dass diese auch noch während des Arbeitsprozesses erworben werden können.
- Für eine **einfache Kontaktaufnahme** nennen wir einen persönlichen Ansprechpartner mit direkter Telefondurchwahl und/oder E-Mail-Adresse.
- Wir ermöglichen **einfache Bewerbungswege**: E-Mail, Online-Portal, Bewerbung ohne Anschreiben, Rückruf bei Hinterlassen des Namens und der Telefonnummer etc.
- Welche **Informationen wir von den Kandidatinnen und Kandidaten** benötigen, geben wir konkret an (bspw. gewünschtes Eintrittsdatum oder Gehaltsvorstellungen).

Gestaltung

- Die Sprache ist an unser Unternehmen und unsere Zielgruppe angepasst.
- Wir verwenden nur so viel Text wie nötig.
- Eigene Fotos zeigen in der Stellenanzeige unseren Arbeitsalltag und unsere Unternehmenskultur. Wir nutzen keine gekauften Bilder aus dem Internet.
- Wir lassen Mitarbeitende selbst zu Wort kommen. Mit einem Foto und Zitat wird schnell klar, warum diese gerne im Unternehmen arbeiten. Bei Print-Anzeigen führt ein QR-Code zu weiteren Informationen wie beispielsweise unserer (Karriere-) Webseite, Videos oder direkt auf die digitale Möglichkeit die Bewerbung einzureichen.
- Die Stellenanzeige ist in unserem Corporate Design gestaltet und unser Logo ist darauf gut zu sehen.



HINWEISE ZUM AUFBAU

Seien Sie beim Aufbau Ihrer Stellenanzeige kreativ. Schauen Sie nicht zu sehr darauf, wie es andere machen.

Zeigen Sie im Aufbau viel ...

- ... Einblicke in Ihr Unternehmen
- ... persönliche Fotos und Beschreibungen aus Sicht Ihrer Mitarbeitenden.
- ... Punkte, die Sie als Arbeitgeber attraktiv machen.

Zeigen Sie weniger ...

- ... Aufgabenbeschreibungen
- ... Qualifikationen und erforderliche Kenntnisse



HINWEISE ZUR VERÖFFENTLICHUNG:

Schauen Sie: Wo ist Ihre Zielgruppe unterwegs und könnte auf die Stellenanzeige aufmerksam werden? Sie müssen nicht alle Verbreitungswege nutzen, sondern nur die, die zu Ihrem Unternehmen, der Zielgruppe und der Stellenanzeige passen.

Mögliche Verbreitungswege:

- Karriere- bzw. Unternehmenswebseite
- Arbeitgeber-Service der Agentur für Arbeit
- Regionale und/oder fachspezifische Stellenbörsen
- Persönliche Empfehlungswege Ihrer Mitarbeitenden
Regionale und/oder fachspezifische Stellenbörsen
- Social-Media-Kanäle
- Regionale und/oder Fachzeitung bzw. -zeitschrift

