

## Ihr Spickzettel für die ultimative Stellenanzeige



### Struktur und Übersicht bieten:

#### Starker Einstieg:

Was macht die Rolle spannend und einzigartig? Wecken Sie Interesse!

#### Das erwartet Bewerber:

Beschreiben Sie die Hauptaufgaben klar.

#### Ihre Anforderungen:

Fokussieren Sie auf „Muss“- statt „Kann“-Kriterien.

#### Das bieten Sie:

Zeigen Sie Ihre echten Benefits und eine authentische Unternehmenskultur auf.



### Geschlechtsneutrale Sprache nutzen:

Worte wirken – und entscheiden mit: Frauen springen oft auf andere Formulierungen an als Männer. Übertrieben wettbewerbsbetonte oder rein leistungsorientierte Sprache kann abschrecken und wertvolle Talente kosten. Wer stattdessen auf ausgewogene, geschlechtsneutrale Begriffe setzt, spricht mehr qualifizierte Bewerberinnen an.

**Übrigens:** Das ist nicht nur klug, sondern laut AGG auch Pflicht.



aufmunternd

kommunikationsstark

empathisch

verlässlich

sozial

unterstützend

sorgfältig

loyal



dominant

ehrgeizig

analysierend

logisch

entscheidungsfreudig

unabhängig

selbstbewusst

### Gendergerechte Sprache wirkt:

Laut einer Studie von Applied steigen die Bewerbungszahlen insgesamt – und es bewerben sich im Schnitt 10 % mehr Frauen, wenn Stellenanzeigen neutral oder weiblich formuliert sind.



### Red und Green Flags in Stellenanzeigen:

#### Authentisch statt plakativ:

- Green Flag: Zeigen Sie in Bildern und Videos, wie Ihr Unternehmen wirklich tickt.
- Red Flag: Verzichten Sie auf Stockfotos – sie wirken unauthentisch!

#### Angebote statt zu hoher Erwartungen:

- Green Flag: Sagen Sie klar, was Sie bieten (Gehaltsspanne, konkrete Benefits).
- Red Flag: Fordern Sie nicht zu viel – Sie suchen Menschen, keine Superhelden.

#### Kultur sichtbar machen:

- Green Flag: Kommunizieren Sie Ihre Unternehmenskultur klar und glaubwürdig.
- Red Flag: Falsche Versprechungen oder Übertreibungen kommen gar nicht gut an.

#### Klarheit statt Floskeln:

- Green Flag: Beschreiben Sie den Arbeitsalltag konkret und die spezifischen Aufgaben.
- Red Flag: „Ergänzen Sie unser dynamisches Team“ – sorry, das will keiner mehr hören. Vermeiden Sie abgedroschene Floskeln.

#### Orientierung statt Rätselraten:

- Green Flag: Die Aufgaben sind klar beschrieben und der Impact der Rolle ist erkennbar.
- Red Flag: Schwammige To-dos locken Bewerber nicht an.



### Zielgruppenanalyse & Kanäle:

#### Wen suchen wir?

Junior, Senior, Spezialist? – Definieren Sie Ihre Wunschkandidaten präzise.

#### Wo erreichen wir sie?

LinkedIn, Xing, Indeed, Stepstone, Fachportale, eigene Karriereseite, Social Media? – Wählen Sie die passenden Kanäle.

#### Welche Vorlieben haben Ihre Talente?

Richten Sie Ihre Stellenanzeige und Ihre Ansprache darauf aus – so wecken Sie Begeisterung.



### Keywords & SEO-Optimierung:

#### Relevante Keywords

Welche Begriffe würden potenzielle Bewerber suchen? Berufsbezeichnungen, Skills, Technologien, Branchen.

#### Strategische Platzierung

Nutzen Sie Keywords im Titel, in der Aufgabenbeschreibung und in den Anforderungen – natürlich und sinnvoll, nicht überoptimiert.



### Call-to-Action (CTA) & Bewerbungsprozess:

#### Klarer, einfacher CTA

Was kommt als Nächstes? „Jetzt bewerben!“, „Senden Sie Ihre Unterlagen an...“, „Klicken Sie hier!“.

#### Klare Erwartungen an Unterlagen

Was wird benötigt (CV, Zeugnisse, Portfolio)? Vermeiden Sie unnötige Anforderungen.

#### Transparenter Ablauf, kurzer Prozess

Beschreiben Sie die Schritte nach der Bewerbung, eliminieren Sie Hürden.

#### Ansprechpartner

Nennen Sie eine Kontaktperson, Telefonnummer und E-Mail-Adresse für Rückfragen.

Alles Wichtige auf einen Blick!

”

Ein prägnanter, relevanter Jobtitel erhöht die Sichtbarkeit und Auffindbarkeit um **bis zu 30 %**. Wählen Sie ihn klug!

Matthias Schröder,  
Chief Sales &  
Innovation Officer