

Arbeitsblatt: Informationsübersicht für die Erstellung einer Stellenanzeige

Standardinhalte:

- **Berufsbezeichnung/Titel** der Stelle: Wer wird gesucht? / Welche Branche? / Welches Unternehmen? / befristet oder unbefristet?
- **Kurzbeschreibung des Unternehmens:** Größe und Branche des Unternehmens, Unternehmenszweck und -ziele, Marktposition, vorhandene Standorte, Arbeitsatmosphäre
- **Tätigkeitsbeschreibung:** Auflistung der wichtigsten Aufgaben und Tätigkeiten / Karrieremöglichkeiten / Kompetenzen / Einsatz an welchem Standort?
- **persönliches Anforderungsprofil:** Auflistung der Kenntnisse und Fähigkeiten, die für die Durchführung der beschriebenen Tätigkeiten erforderlich sind (z. B. selbständige Arbeitsweise, Belastbarkeit)
- **fachliches Anforderungsprofil:** Auflistung der vorausgesetzten Aus-/Weiterbildung und der Berufserfahrung (z. B. Studium, mehrjährige Berufserfahrung, Weiterbildungen)
- **Leistungen und Benefits:** Beschreibung der Leistungen, die Sie dem Bewerber bieten (z. B. Aufstiegschancen, leistungsgerechte Entlohnung, freiwillige Sozialleistungen)
- **Bewerbungsprozess und Kontaktaufnahme:** Beschreibung, wie man sich bewerben kann (z. B. schriftlich, per E-Mail, telefonisch, Kurzbewerbung)
- **Kontaktperson:** Kontaktdaten des Ansprechpartners (Name, Telefonnummer, Emailadresse)
- Berücksichtigung der **Inhalte des Allgemeines Gleichbehandlungsgesetz [AGG - Allgemeines Gleichbehandlungsgesetz \(gesetze-im-internet.de\)](http://gesetze-im-internet.de)**

Richtige Gestaltung zur Ansprache der Zielgruppe

Nicht nur die Inhalte der Stellenanzeige sind wichtig – wesentlich entscheidender ist oft die **Wirkung**. Eine Stellenanzeige ist wie Werbung. Das Unternehmen wirbt um neue Mitarbeiter*innen und will sie davon überzeugen, dass das Unternehmen als Arbeitgeber attraktiver ist als die Konkurrenz.

Der **Schreibstil** sollte der Zielgruppe entsprechend gewählt werden. Vermieden werden sollten Fachausdrücke, wenn sie der Zielgruppe nicht geläufig sind. Wenn der/die Leser*in direkt anspricht, wird ebenfalls eher Interesse geweckt, als wenn im Passiv formuliert wird. Je kürzer die Sätze ausfallen, desto aktiver und moderner wirkt die Stellenanzeige. Lange Schachtelsätze hingegen kommen beim Leser antiquiert und überholt an – und diese Eigenschaften bringt er dann auch mit dem Unternehmen in Verbindung.

Ein sehr häufig in Stellenanzeigen verwendeter Stil sind kurze, **übersichtliche Aufzählungen**. Sie wirken kurz und knackig, aber auch relativ eintönig. Stellenanzeigen, die in Fließtext geschrieben werden, werden leider gerne übersehen. Abbildungen können eine sehr textlastige Stellenanzeige auflockern und inhaltlich unterstützen. Zusätzlich wecken sie das Interesse der Bewerber*innen und zeigen den Charakter des Unternehmens.