Arbeitsblatt: Informationen für die Erstellung einer Stellenanzeige

**Mindestinhalte:**

* **Unternehmensbeschreibung**: Größe und Branche des Unternehmens, Unternehmenszweck, Marktposition, vorhandene Standorte
* **Berufsbezeichnung**: Titel der Stelle (z. B. Buchhalter/in, Projektleiter/in, Maschinen­bediener/in)
* **Tätigkeitsbeschreibung**: Auflistung der wichtigsten Tätigkeiten, Karrieremöglich­keiten, Kompetenzen
* **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**: Beschreibung der Leistungen, die Sie dem Bewerber bieten (z. B. Aufstiegschancen, leistungsgerechte Entlohnung, freiwillige Sozialleistungen)
* **Kontaktaufnahme**: Beschreibung, wie man sich bewerben kann (z. B. schriftlich, per Email, telefonisch, Kurzbewerbung)
* **Kontaktperson**: Kontaktdaten des Ansprechpartners (Name, Telefonnummer, Emailadresse)

**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 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.

Ein sehr häufig in Stellenanzeigen verwendeter Stil sind kurze Aufzählungen. Sie wirken kurz und knackig, aber auch relativ eintönig. Stellenanzeigen, die in Fließtext geschrieben werden, werden leider gerne übersehen, da beim Blättern durch die Zeitung viele Leser nicht allzu viel Text lesen möchten.

Wenn man den Leser direkt anspricht, weckt man eher Interesse 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.