

CHECKLISTE STELLENANZEIGEN

(Stand 04/2025)

Der Arbeitsmarkt ist den letzten Jahren zunehmend knapp geworden, die Suche nach Top Talents immer schwerer. Verschiedene Methoden versprechen Abhilfe. Eine der einfachsten und effektivsten Maßnahmen um den Inflow an Bewerbungen zu erhöhen, ist die strategische Anpassung der Stellenanzeigen.

In diesem Dokument haben wir die besten Tipps & Tricks für Sie zusammengefasst, mit denen Sie Ihre Stellenanzeige zu wahren Bewerbermagneten machen können. Bei weiteren Fragen können Sie sich gerne jederzeit an das Team der DNHK-Personalberatung wenden, die DNHK hilft Ihnen gerne beim Optimalisieren Ihrer Stellenanzeigen.

TITEL UND SPRACHE DER ANZEIGE

Der Titel und die Sprache sind die ersten Anhaltspunkte, die Ihre Kandidaten und Kandidatinnen haben. Um beides so effektiv wie möglich zu gestalten, ist es wichtig, ein gutes Verständnis von der Zielgruppe und von der Stelle selber zu haben.

- Vermeiden Sie lange Sätze. Halten Sie die Stellenanzeige möglichst kurz und knapp.
- Adressieren Sie die Bewerber direkt.
- Gestalten Sie die Anzeige durch Überschriften und Stichpunkte übersichtlich. Faustregel: Pro Überschrift sollten nicht mehr als fünf Stichpunkte genannt werden.
- Der Titel der Stelle sollte verständlich, präzise und branchen-bekannt sein.
- Stellen Sie sicher, dass Ihre Anzeige geschlechterneutral formuliert ist. Dies kann bspw. durch das Binnen-I oder das Gender* erreicht werden.
- Motivieren Sie Ihre Kandidaten und Kandidatinnen durch Call to actions zum Bewerben. Das kann u.a. durch „Jetzt bewerben“ oder „Interessant? Melde dich gerne bei [Kontaktperson]“ erreicht werden.

BENEFITS UND UNTERNEHMENSKULTUR

Bewerber und Bewerberinnen entscheiden sich mehr und mehr für ein Unternehmen, das zu ihren Werten, Vorstellungen und Wünschen passt. Die Identifikation mit dem Unternehmen gewinnt so an Wert. Hierfür ist es wichtig, dass Ihr Unternehmen ein klares Selbstbild hat, und dieses deutlich vermitteln kann.

- Vermeiden Sie Allgemeinplätze wie bspw. den Obstkorb. Zeigen Sie Ihren Kandidaten, was Ihr Unternehmen einzigartig und zu einem tollen Arbeitgeber macht.
- Nennen Sie wenn möglich konkrete Beispiele. „Enger Kollegenzusammenhalt durch regelmäßige Teamevents wie bspw. unser monatliches Padel-Turnier“ geben den Kandidaten ein besseres Gefühl für Ihre Organisation als „angenehme Arbeitsatmosphäre“.
- Inkludieren Sie nur Eigenschaften und Benefits, die sich auch im tatsächlichen Arbeitsleben wiederfinden.
- Der wichtigste Benefit ist und bleibt das Gehalt. Nennen Sie hierzu am besten eine Gehaltsspanne.
- Schneiden Sie die genannten Benefits und Kultureigenschaften auf Ihre Target Audience zu. Weiterbildungsmöglichkeiten bspw. sind für Junioren wichtiger als für Senioren.

AUFGABENPROFIL

In diesem Teil der Stellenanzeige ist das Ziel, Ihren Kandidaten erste Einblicke in die Stelle zu geben, und Spannung auf mehr zu erzeugen.

- Geben Sie einen präzisen Überblick über das Aufgabenprofil.
- Definieren Sie im Vorhinein die wichtigsten fünf Punkte. Beschreiben Sie diese jeweils in Stichpunkten.
- Auch hier gilt: Je konkreter, desto besser. Nennen Sie bspw. anstelle von „Projektarbeit“ auch mal ein konkretes Projekt, mit dem sich der/die Bewerber/in beschäftigen wird.
- Finden Sie die Balance zwischen konkret und präzise, aber auch kurz und knapp.

KANDIDATENPROFIL

Studien zeigen, dass sich weibliche Bewerberinnen nur dann auf eine Stelle bewerben, wenn sie sich zu 90% mit den Anforderungen im Kandidatenprofil identifizieren können. Hier zeigt sich die Schwierigkeit in der Formulierung: Das Profil muss konkret, aber nicht zu exklusiv gehalten sein.

- Als Faustregel gilt: Je länger das Kandidatenprofil, umso kleiner wird der verbleibende Pool an Kandidaten und Kandidatinnen.
- Überlegen Sie sich vorher gut, welche Kenntnisse als muss kategorisiert werden, und welche als soll.
- Unterscheiden Sie zudem zwischen Hard und Soft Skills. Hard Skills umfassen bspw. die Studienrichtung der Bewerber/-innen, wohingegen Soft Skills das zwischenmenschliche Vermögen beschreiben, bspw. Teamfähigkeit oder eigenständiges Arbeiten.

SEO

Search Engine Optimization, kurz: SEO, bezeichnet Methoden um die eigene Website oder Stellenanzeige so gut wie möglich findbar zu machen für Suchmaschinen wie Google oder Bing.

- Stellen Sie sicher, dass Sie alle relevanten Schlagwörter für Ihre Stelle aufnehmen. Für Vertriebler/-innen könnte dies bspw. Sales, Kundenkontakt oder Außendienst umfassen.
- Nutzen Sie auch mögliche Synonyme der Schlagwörter.
- Auf einigen Social Media-Portalen hilft zusätzlich der Gebrauch von Hashtags, z.B. #sales.
- Optimieren Sie Ihre Stelle auch für Mobilgeräte.
- Auch die URL macht einen Unterschied. Stellen Sie sicher, dass diese zu Ihrem Stellenangebot passt. Für eine Ausschreibung für Sales Manager sollte die URL demnach auch /salesmanager enthalten, und nicht etwa /außendienstler.

MEDIEN

Ein Bild sagt mehr als 1.000 Worte – diese Weisheit gilt auch für Stellenausschreibungen. Auch hier gibt es einige Tipps zu beachten.

- Nutzen Sie Fotos, die Ihre Unternehmenskultur widerspiegeln und mit dem Abschnitt zu den Benefits zusammenpassen. Beschreiben Sie bspw. eine informelle Atmosphäre, erwarten Bewerber/-innen keine Fotos von Mitarbeitenden in Anzug und Kostüm.
- Stellen Sie sicher, dass alle Fotos von hoher Qualität sind.
- Besonders ausdrucksvoll sind Fotos, auf denen die aktuellen Mitarbeitenden des Unternehmens zu sehen sind.
- Kreieren Sie Videos, idealerweise sowohl zu Ihrer Unternehmenskultur als auch über die Stelle. Lassen Sie hier bspw. Kollegen und Kolleginnen aus der jeweiligen Abteilung zu Wort kommen.
- Auch für Videos gilt: Stellen Sie sicher, dass die Videos qualitativ hochwertig sind und zu Ihrer Unternehmenskultur passen. Zudem sollten die Videos nicht zu lang sein – anderthalb bis drei Minuten sollten ausreichen.

KONTAKT

- Geben Sie am Ende der Stellenanzeige immer den jeweiligen Ansprechpartner an. So wissen die Bewerber/-innen, wer ihre Bewerbung liest.
- Nutzen Sie hierzu am besten auch ein Foto des Ansprechpartners.
- Die Kontaktdaten sollten immer eine E-Mail-Adresse und eine Telefonnummer beinhalten.

INDIVIDUELLE BERATUNG FÜR ARBEITGEBER

Sie wollen bequem neue Mitarbeiter in den Niederlanden finden? Dann veröffentlichen Sie Ihr Stellenangebot auf [unserem deutsch-niederländischen Jobportal](#). Deutschsprachige KandidatInnen, die in den Niederlanden wohnen, oder in die Niederlande auswandern möchten, nutzen unsere Jobbörse, um nach geeigneten Stellen zu suchen.

Auch wenn Sie niederländisch-sprachige KandidatInnen für Ihren Standort in Deutschland suchen, ist unser Stellenportal die richtige Wahl. Wir zeichnen uns durch eine hohe Qualität der Kandidaten aus und sind somit ein passender Nischenkanal für Ihre Vakanz. Wir veröffentlichen Ihr Stellenangebot mit Logo und verbreiten es auch über unsere sozialen Medien, was Ihre Reichweite erhöht. Hier erreichen Sie in verschiedenen Postingsformaten bis zu tausend Interessenten. Die Publikation in unseren Social Media-Kanälen ist für unsere Mitglieder gratis.

Sie erreichen uns wie folgt:

AHK Niederlande - Personalberatung

Sunna Henkel

s.henkel@dnhk.org

+31 70 311 4167