

Frage des Monats

Im Schnitt suchen Unternehmen 5,5 Monate, um eine freie Stelle zu besetzen. Umso wichtiger ist es, die richtigen Kandidaten auf ihre freie Stelle aufmerksam zu machen. Eine gute Stellenanzeige ist hierbei ein wichtiger Bestandteil. Doch was macht heutzutage eine gute Stellenanzeige aus?

Beantwortet von: **Alexander Wrobel**

Sie haben in Ihrem Unternehmen eine offene Stelle und sind dabei, die Vorlage für Stellenanzeigen hervorzuholen, die Sie schon immer benutzen? Bitte machen Sie das nicht. Im noch jungen Jahr 2023 sind nach Angaben von Statista rund 770.000 Stellen frei. Fachkräfte können sich derzeit also ihre Stelle nahezu aussuchen. Umso wichtiger ist es, dass Sie mit Ihrer Stellenanzeige auffallen, dass Sie sich abgrenzen. Dabei ist es wie in der Liebe: Es geht nicht darum, möglichst viele Menschen anzusprechen, sondern den oder die richtige(n). Noch bevor Sie die Stellenanzeige schreiben, sollten Sie sich eine Frage stellen: „Wen suche ich eigentlich?“ Auf dem Arbeitsmarkt sind verschiedene Generationen vertreten, die Sie mit Ihrer Stellenanzeige ansprechen können. Sie und Ihr Unternehmen sollten also genau wissen, wen Sie suchen und welche Eigenschaften die Bewerber mitbringen sollten. Je genauer Sie die Adressaten für Ihre Stellenanzeige kennen, desto zielgerichteter können Sie die Stellenanzeige schreiben und die Plattform wählen, auf der sie ausgespielt wird. Einen 50-jährigen Kraftfahrer erreichen Sie zum Beispiel besser über Facebook, eine 23-jährige Erzieherin besser über Instagram. Kommen wir nun zur Stellenanzeige an sich: In einer Studie von 2020 (Quelle: Softgarden E-Recruiting GmbH) wurden Bewerber gefragt, was Sie von einer Stellenanzeige erwarten und was ihre Neugier weckt. Gut 70 Prozent gaben an, dass sie genau wissen wollen, welche Anforderungen das Unternehmen an sie stellt. Rund 65 Prozent legten Wert



Alexander Wrobel ist einer der Gründer und Geschäftsführer der Online Experience GmbH aus Hagen.

„Sie und Ihr Unternehmen sollten genau wissen, wen Sie suchen und welche Eigenschaften die Bewerber mitbringen sollten. Je genauer Sie die Adressaten für Ihre Stellenanzeige kennen, desto zielgerichteter können Sie die Stellenanzeige schreiben und die Plattform wählen, auf der sie ausgespielt wird.“

darauf, viel über ihre Aufgaben und den Arbeitsalltag zu erfahren. Je konkreter Sie also die Stelle benennen und beschreiben, desto besser erreichen Sie potenzielle Kandidaten. Verzichten Sie deshalb auf blumige Umschreibungen wie „IT-Ass“ oder „Marketing-Künstler“. Sie verspielen die Aufmerksamkeit der Bewerber und Ihre Auffindbarkeit im Internet – Stichwort SEO – gleich mit. Bewerber wünschten sich in der o.g. Studie außerdem Informationen zur Kultur des Unternehmens (ca. 40 Prozent), zu den Arbeitszeiten (ca. 30 Prozent) und zu den Vorteilen und Benefits des Unternehmens (ca. 17 Prozent). Auch wenn in einer Stellenanzeige Kürze und Prägnanz geboten sind, sollten Sie sich Gedanken machen, wie Sie sich und Ihr Unternehmen angemessen darstellen. Zeigen Sie die Vorteile und Chancen auf, die Ihr Unternehmen bietet. Das kann ein 13. Gehalt sein, muss es aber nicht. Nur 25 Prozent der für die Studie Befragten erwarteten konkrete Angaben zum Gehalt. Schauen Sie sich die Antworten zur Unternehmenskultur, den Arbeitszeiten und den Benefits an, die ja in der Kultur und den Arbeitszeiten enthalten sind, wird deutlich, dass mobiles Arbeiten, Homeoffice, Jobräder, Kinderbetreuung, Weiterbildungen und Aufstiegschancen ebenso reizvoll sein können. Ein Recruiting-Video kann helfen, einen offenen und ehrlichen Eindruck zu vermitteln. Lassen Sie darin auch Ihre derzeitigen Mitarbeitenden zu Wort kommen. Niemand vermittelt glaubwürdiger, was die Arbeit in Ihrem Unternehmen ausmacht, als sie. 