



UP-TO-DATE

DIE PERFEKTE STELLENANZEIGE

2024

Vorwort



Die Stellenanzeige ist nach wie vor das Hauptmittel im deutschen Recruiting. Über 98% der Talente entscheiden sich nach Sichtung der Stellenausschreibung für oder gegen einen Arbeitgeber.

Der agile Bewerbermarkt verlangt nun mehr als eine Liste von Anforderungen und Aufgaben; sie repräsentiert Ihre Arbeitgebermarke im Taschenformat – ansprechend, authentisch und informativ.

Damit Ihre Anzeige diesen Ansprüchen gerecht wird, müssen alle enthaltenen Elemente perfekt harmonisieren, von der Bildauswahl über den Jobtitel bis zur Aufgabenbeschreibung und dem Handlungsauftrag. Wie das geht, erfahren Sie in unserem E-Book.

Wir hoffen, dass wir Ihnen damit einige hilfreiche Tipps für Ihre tägliche Arbeit geben können und wünschen viel Spaß beim Lesen!

Herzliche Grüße,
Franziska Linow von OVB24

F. Linow

Inhalt

- 1 | Back to Basics - Bestandteile Ihrer Stellenanzeige
- 2 | AISDAS-Modell - Was? Keine Sorge, wir erklären es!
- 3 | Anzeigen-Texte - Worauf es beim Wording ankommt
- 4 | Was für's Auge - Mit starken Bildern überzeugen
- 5 | Exkurs: Gen Z - Stellenanzeigen für Young Talents
- 6 | Beispiel-Anzeigen - Positiv-Beispiele aus der Praxis
- 7 | Take-Aways - Was Sie mitnehmen können
- 8 | OVB24 Pakete
- 9 | Kontaktdaten



Back to Basics

Bestandteile Ihrer Stellenanzeige

Jobtitel

Um welche Stelle geht's?

Emotionales Header-Bild

nur Text wirkt direkt
abschreckend

Einleitung

"Mini-Pitch"

Tätigkeitsprofil

ansprechend
& vielfältig

Benefits

Was wird alles
geboten?

Text

alle Infos
kurz & knapp

Anforderungen

Welche Fähigkeiten
sind gefragt?

Call-to-Action

z.B. "Hier bewerben",
"Beratung per Telefon" & Co.



AISDAS-Modell

Was? Keine Sorge, wir erklären es!

Der AISDAS-Ansatz ist eine angepasste Version des ursprünglichen AIDA-Modells. Durch die Digitalisierung haben sich die Erwartungen und die Art, wie sich potentielle Bewerber:innen Informationen bei der Jobsuche beschaffen, massiv verändert. Deshalb bietet das AISDAS-Modell eine moderne Variante, in welcher neue Phasen des Nutzerverhaltens enthalten sind.

A	Attention (Beachtung)	Ihre Anzeige muss auf den ersten Blick mit Titel & Design überzeugen.
I	Interest (Interesse)	Fakten! Bereiten Sie alle relevanten Informationen übersichtlich auf.
S	Search (Recherche)	Nutzen Sie Bewertungsplattformen und Auszeichnungen.
D	Desire (Verlangen)	Zum Überzeugen ist die Attraktivität Ihrer Mitarbeitervorteile entscheidend.
A	Action (Handlung)	Mithilfe eines klaren CTAs erfolgt eine Bewerbung auf Ihre Anzeige.
S	Satisfaction (Zufriedenheit)	Senden Sie eine kurze Bestätigung mit Infos zu den nächsten Schritten.

Anzeigen-Texte

Worauf es beim Wording ankommt (1/2)

Viele Stellenanzeigen wirken durch zu viel Text abschreckend, besonders für mobile Kandidat:innen mit geringer Aufmerksamkeitsspanne. Konzentrieren Sie sich also auf das, was die Zielgruppe am meisten interessiert. Die Anzeige sollte vor allem als Einladung für potentielle Talente verstanden werden und nicht als ermüdender Image-Text aufbereitet sein. Auf den folgenden 2 Seiten gehen wir kurz auf alle wichtigen Puzzelteile ein, aus denen sich Ihre Stellenanzeige optimal zusammensetzt.



- > Unternehmenskultur präsentieren
- > Alleinstellungsmerkmale betonen
- > Verzicht auf Standard-Image-Tonus
- > Fokus auf Bewerberinteressen
- > klare Ausrichtung auf den Mehrwert
- > Arbeitgeberpersönlichkeit herausstellen

- > entscheidend für Auffindbarkeit (SEO)
- > Bewerberperspektive einnehmen:
Welche Suchbegriffe würden potentielle Talente typischerweise verwenden?
- > Anpassung Zielgruppe: Deutsch/Englisch
- > Suchverhalten-Analyse mit Google Trends
- > effektive Nutzung der Zeichenanzahl



>>> Auf der nächsten Seite geht's weiter mit dem "Puzzle"... 👁️

Anzeigen-Texte

Worauf es beim Wording ankommt (2/2)

TÄTIGKEITS- PROFIL



- > max. 5 gut ausformulierte Punkte
- > bloße Auflistung (To-Do-Liste) vermeiden
- > zielgruppengerechte Formulierung
- > Kommunikation "Purpose" (Sinn) des Jobs
- > zu technische Formulierungen vermeiden
- > Beitrag mit eigenen Fähigkeiten betonen

- > Icons nutzen für abwechslungsreiche Optik
- > Berücksichtigung unterschiedlicher Relevanz je nach Berufsgruppe
- > so konkret wie möglich benennen, z.B. "vielfältige Weiterbildungen" = WELCHE?
- > Möglichkeit der Entwicklung für zielgruppenspezifische Benefit-Kataloge



BENEFITS

QUALIFIKATIONS- PROFIL



- > nur die wesentlichsten Anforderungen max. 5
- > Vermeidung von selbstverständlichen Fähigkeiten (positionsbezogen), z.B. "Teamfähigkeit", "selbstständiges Arbeiten"
- > angebotene Weiterbildungen hervorheben, z.B. für benötigte Führerscheine

- > unkomplizierte Formulare sicherstellen
- > Alternative zur "harten" Bewerbung: informelle Kontaktaufnahme ermöglichen, z.B. per Messenger oder Telefon
- > persönlichen Kontakt inkl. Telefonnummer für Rückfragen bereitstellen
- > kurze Bestätigung an die Bewerber:innen



CALL-TO- -ACTION

Was für's Auge

Mit starken Bildern überzeugen

Bilder sind der emotionale Einstieg in Ihre Stellenanzeige, da sie einen unmittelbaren Eindruck vermitteln. Im Headerbereich ist ein großes Bild als zentraler Blickfang besonders effektiv. Mitarbeiterfotos aus Ihrem Unternehmen sind authentisch und geben wertvolle Einblicke in die Arbeitswelt. Stock- oder KI-generierte Bilder sind zwar eine verlockende, günstige Alternative, jedoch weniger wirkungsvoll und nicht authentisch. Eigene Illustrationen, Text- und Grafikelemente bieten hier kreative Möglichkeiten.

Was gut funktioniert:

- > Fotos der eigenen Angestellten
- > konkrete Tätigkeiten des Jobs bildlich darstellen
- > Elemente mit gewissem Überraschungseffekt
- > Emotionen & Gesichter
- > wenn passend, Bilder von eigenen Räumlichkeiten
- > Arbeitgeber-Claim, der präsent platzieren

Was Sie vermeiden sollten:

- > Stock-Bilder (Abnutzungseffekt)
- > KI generierte Bilder geben keinen authentischen Eindruck
- > schlechte Lesbarkeit bei Textelementen (z.B. wenig Kontrast)
- > "Reizüberflutung" durch zu viele (bunte) Gestaltungselemente
- > zu gestellte/inszenierte Bilder



Exkurs: Gen Z

Stellanzeigen für Young Talents

Die Generation Z stellt ihre ganz eigenen Anforderungen an neue Jobs. Deshalb sollten Ihre Stellanzeigen auch gezielt an diese jungen Talente angepasst werden. Wir liefern Ihnen nun einige Tipps zur Gestaltung ansprechender und inklusiver Anzeigen, um die besten Young Talents zu gewinnen:

“Money, Money, Money!” – Geld wird auch bei den jungen Talenten ein immer größeres Thema. Gute Verdienstmöglichkeiten sind mit der wichtigste Faktor bei der Jobsuche. Laut einer Umfrage gaben **81%** an, dass das Gehalt entscheidend für ihre Berufswahl ist.



“Kein Bla Bla!” Für die Gen Z ist es entscheidend, dass eine Stellanzeige glaubwürdig und relevant wirkt. Vermeiden Sie dabei Buzzwords und unnötige Details. Beschreiben Sie anschaulich die Arbeitsatmosphäre und geplante Aufgabenbereiche.



Heute werden Benefits als Standardleistung erwartet. Nur noch **2%** der 18- bis 24-Jährigen halten Benefits für etwas Besonderes, während **41%** es als selbstverständlich ansehen, dass Unternehmen solche Zusatzleistungen anbieten. Ihre Benefits müssen folglich in der Stellanzeige prominent platziert werden.



Die Gen Z legt großen Wert auf Diversität und Inklusion. Deshalb ist es wichtig, in Stellanzeigen genderneutrale Sprache zu verwenden, um alle anzusprechen. Mittlerweile ist auch KI-gestütztes Gendern für Jobanzeigen möglich. Hierzu beraten wir Sie gerne!



Beispiel-Anzeigen

Positiv-Beispiele aus der Praxis (2/2)

DAS BRINGST DU MIT

- Du hast ein abgeschlossenes Studium oder eine abgeschlossene Ausbildung und **Erfahrung** im **Recruiting**. Sales-Bewerbung ist hier ein Plus.
- Du möchtest über dich **Nikotinsuchen** und es spornet dich an, Deine Erfolge gemeinsam mit Deinem Team zu feiern. Du hast Lust auf einen Job, der **Präzision** erfordert.
- Du bist **organisiert** und gleichzeitig **flexibel** - bei vielen Themen parallel behältst Du stets den Überblick und findest es spannend, Dich in verschiedene Themen hineinzuversetzen.
- Du hast ein sehr gutes Gespür für **Menschen** und kannst ihre Fähigkeiten auch in kurzer Zeit einschätzen.
- Du hast eine hohe **Frustrationsgrenze**, bist **selbstreflektiert** und **konstruktiv**.

DEINE BENEFITS BEI KRONGAARD

- Level-Up für Deine Karriere**
Du hast einen direkten Einfluss darauf, wie Du Deine Entwicklung bei KRONGAARD gestalten willst bis zu deiner Branchenkarriere.
- Attraktives Bonusmodell**
Deine Leistung wird bei uns durch ein attraktives Bonusmodell belohnt. Ausgezeichnet wird Dein Bonus pro Quartal.
- Unbefristeter Arbeitsvertrag**
Wir möchten langfristig mit Dir zusammenarbeiten und bieten Dir von Anfang an einen unbefristeten Arbeitsvertrag.
- Das 49-Euro-Ticket**
Das 49-Euro-Ticket gibt's bei KRONGAARD eben nicht.
- Level Up für Deine Karriere**
Ein dynamisches Vertriebsumfeld, in dem Du Deine Karriere auf das nächste Level bringst - so als Team Lead oder High Performance Key Account Manager liegt in Deiner Hand.
- Flexible Arbeitszeiten**
Deine 40-Stunden kannst Du flexibel nach Deinem Bedarf planen, solange Du Deine Bereitschaft für Deine Kunden und Dein Team behältst. So im Blick behalten.
- Hybrides Arbeiten**
Homeoffice oder doch lieber im Büro? Deinen Arbeitsort kannst Du selbst planen. In der ersten Arbeitswoche findet die Einarbeitung hauptsächlich im Office statt, so wirst Du schnell auf Deine Sales Karriere bei KRONGAARD vorbereitet.
- 30 Tage Urlaub**
Erholung ist wichtig. Deswegen bekommst Du bei uns 30 Tage Urlaub.

DAS SIND WIR

Unsere Welt ist schnelllebig, digital und geprägt vom disruptiven Wandel. Und wir glauben, dass der Zugang zu hochspezialisiertem Wissen auf der Suche nach der entscheidenden Entdeckung ist. Wir glauben auch, dass nur durch die Zusammenarbeit von Menschen die Nähe freigesetzt werden, die es braucht, um die Zukunft nachhaltig zu gestalten. Und wir wissen, aus Erfahrung, dass es für jede Herausforderung menschliche gibt, die mit ihren Fähigkeiten passgenaue Antworten geben können.

UNSERE VISION

WE DRIVE PROGRESS BY DELIVERING THE ECOSYSTEM OF TOP-TIER EXPERTS.

Aber wie tun wir genau? Wir sind strategische Partner für hochspezialisierte externe Expert*innen und bieten unseren Kunden direkten Zugang zu besten, einsetzbaren Innovationen und Umsetzungsfähigkeit. Das ist unsere Antwort auf die Herausforderungen unserer Zukunft. Und genau dafür begeistern wir uns jeden Tag - gemeinsam als Team und aus voller Überzeugung.

CC: krongaard

Benefits übersichtlich mit Übersichtlichkeit, direkte Ansprache, Vision

Was macht ein Frontend Engineer bei cosee?

Du verstärkst ein **cross-funktionales agiles Team** und arbeitest mit KollegInnen aus den Bereichen Backend, DevOps, Mobile, Marketing und Design zusammen.

Dein Team und du entwickelt langfristige Web-Anwendungen, achtest auf **Performance**, **Cross-Browser Kompatibilität** und eine optimale **User Experience**.

Bei cosee bedeutet Frontend Engineering, dass du den gesamten **Software Lifecycle** mitgestaltest - von der **Planung** und **Architektur** über die **Entwicklung** und das **Testing** hin zur **Wartung**.

Einiges davon ist neu für dich? Kein Problem. **Neue, spannende Technologien** ausprobieren, **Weiterbildungen** und **Konferenzen**, dich und dein Team weiterentwickeln - für diese Dinge hast du Raum bei cosee.

Das bieten wir dir:

- FLEXIBLE ARBEITSZEITEN**
Wir entschleunigen.
- VONEINANDER LERNEN**
Wir treffen uns in unserem Community und tauschen unser Fachwissen mit Kollegen aus anderen Bereichen aus.
- VIELE LECKEREIEN & DRINKS**
Bei cosee stehen täglich frisches Obst, Gemüse und Mittagessen bereit. Außerdem gibt es jede Menge Getränkesorten.
- GEMEINSAM ENTSCHIEDEN**
In regelmäßigen Meetings und Retrospektiven treffen wir wichtige Entscheidungen für das Unternehmen.

CC: cosee

Farbkontraste, kurze Beschreibungstexte, Visualisierung Benefits

Du hast noch Fragen?

Fragen zum Bewerbungsprozess beantwortet dir Daniela Faber aus dem HR-Team. Sie freut sich auch auf deinen Anruf +49 89 479 008 18 oder deine E-Mail an hr@diva-e.com. Vernetze dich gerne direkt auf [LinkedIn](https://www.linkedin.com/company/diva-e) mit ihr oder schau dir an, was Mitarbeiter und Bewerber auf [karriere](https://www.karriere.diva-e.com) über uns sagen.

*Das Geschlecht ist uns übrigens egal. Wichtig ist, dass du für deinen Job brennst und zu uns passt!

Daniela Faber
+49 89 479 008 18
hr@diva-e.com

Kaffeedate?

Besuche uns an einem unserer Standorte für einen Kaffee und lerne uns persönlich kennen.

→ **JETZT TERMIN VEREINBAREN**

CC: diva-e

ansprechende Kontaktdaten & Möglichkeit für persönliches Kaffeedate



Beispiel-Anzeigen

Positiv-Beispiele aus der Praxis (1/2)



CC: 123kinderzahn

Element der Überraschung & an Stelle angepasst (Arbeit mit Kindern)

humorvoller Einstieg, der Identifikation erzeugt & Interesse weckt



CC: Harzer Hof

humorvoller Einstieg & aktuelles KI-Thema



CC: Schröder Elektrotechnik

starke Bildsprache & erzeugt Emotionen



CC: Diakonie-Pflege Verbund Berlin

Take-Aways

Was Sie mitnehmen können

So ein Whitepaper bietet ganz schön viel Input auf einmal. Genau deshalb haben wir nun zum Abschluss Ihre persönliche Checkliste für die Praxis erstellt, damit Sie die wichtigsten Infos immer auf einen Blick haben.

- 📌 Elemente Stellenanzeige: Header-Bild, Jobtitel, Einleitung, Tätigkeitsprofil, Anforderungen, Benefits & Call-to-Action
- 📌 AISDAS-Modell als gute Orientierung zum Nachvollziehen des Bewerberverhaltens: Attention (Beachtung), Interest (Interesse), Search (Recherche), Desire (Verlangen), Action (Handlung), Satisfaction (Zufriedenheit)
- 📌 Jobtitel: Suchbegriffe & SEO entscheidend für Auffindbarkeit
- 📌 Einleitungstext: Arbeitgeberpersönlichkeit herausstellen
- 📌 Tätigkeitsprofil: Bedeutung hervorheben (Sinn im Job)
- 📌 Benefits: konkret formulieren & Icons zur Visualisierung nutzen
- 📌 Qualifikationsprofil: offensichtliche Fähigkeiten vermeiden
- 📌 Call-to-Action: einfache Formulare & Kontaktaufnahme
- 📌 Bildsprache: emotional, kreativ, humorvoll, nicht zu viel Stock



Kontakt Daten

Bei Fragen und Anregungen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung!



FRANZISKA LINOW

OVB24 GmbH

Telefon: +49 (0) 8031 - 40 904 - 252

E-Mail: franziska.linow@ovb24.de

Web: www.ovb24.de

