

STELLENANZEIGEN – GRUNDLAGEN UND GESTALTUNG

Stellenanzeigen sind ein zentrales Element des Personalbeschaffungsprozesses. Sie dienen dazu, offene Positionen in einem Unternehmen zu besetzen, indem sie potenziellen Bewerber*innen eine Vielzahl an Informationen vermitteln. Darüber hinaus tragen sie zur Markenbildung und zur Wahrnehmung des Unternehmens bei potenziellen Bewerber*innen bei. Im Zuge des Fachkräftemangels in vielen Branchen und des intensiven Wettbewerbs um Talente gewinnt eine gut gestaltete Stellenanzeige daher zunehmend an Bedeutung.

So fungieren Stellenanzeigen als Visitenkarte eines Unternehmens, indem sie erste Eindrücke vermitteln und potenzielle Bewerber*innen motivieren können, sich näher mit dem Unternehmen zu befassen. Eine ansprechende und gut strukturierte Stellenanzeige kann daher die Wahrscheinlichkeit erhöhen, qualifizierte Bewerber*innen anzuziehen, während eine schlecht gestaltete Anzeige dazu führen kann, dass sich die besten Talente für andere Angebote entscheiden. Eine inhaltlich sowie visuell gut gestaltete Stellenanzeige besitzt folglich ein großes Potenzial, den Personalbeschaffungsprozess zu optimieren:

- 🌀 **Erhöhte Reichweite:** eine ansprechende Stellenanzeige kann durch virale Effekte, Empfehlungen und soziale Netzwerke eine größere Reichweite erzielen
- 🌀 **Attraktivität für Bewerber*innen:** klar formulierte und optisch ansprechende Anzeigen ziehen tendenziell mehr qualifizierte Bewerber*innen an
- 🌀 **Wahrnehmung des Unternehmens:** die Qualität der Stellenanzeige spiegelt die Professionalität und Kultur des Unternehmens wider
- 🌀 **Zeit- und Kostenersparnis:** effektive Stellenanzeigen reduzieren die Anzahl ungeeigneter Bewerbungen und damit den Zeitaufwand im Auswahlprozess

INHALTLICHE GESTALTUNG VON STELLENANZEIGEN

Die inhaltliche Gestaltung einer Stellenanzeige ist entscheidend, um die richtigen Bewerber*innen anzusprechen. Sie sollte sich eng am Anforderungsprofil orientieren und die wichtigsten Eigenschaften und Fähigkeiten der Bewerber*innen klar herausstellen.

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

STELLENBEZEICHNUNG

Die Stellenbezeichnung ist das erste, was potenzielle Bewerber*innen sehen. Sie sollte prägnant und aussagekräftig sein und bereits Hinweise auf die spezifischen Aufgaben oder Anforderungen der Stelle geben. Eine präzise Bezeichnung kann die Zielgruppe klar definieren und die Qualität der Bewerbungen erhöhen.

Beispiele:

- ☞ Produktionsmitarbeiter*in (m/w/d) in der Härterei
- ☞ Erfahrene(r) Produktionsmitarbeiter*in (m/w/d) für die Wärmebehandlung von Metallen

UNTERNEHMENSPRÄSENTATION

Eine gut formulierte Unternehmenspräsentation gibt den Bewerbern einen Einblick in die Kultur, die Vision und die Alleinstellungsmerkmale des Unternehmens. Neben grundlegenden Informationen sollte auch beschrieben werden, was das Unternehmen von anderen unterscheidet, um sich positiv abzuheben.

Inhalte der Unternehmenspräsentation:

- ☞ Größe und Geschichte des Unternehmens
- ☞ Kernkompetenzen und Spezialgebiete
- ☞ Unternehmenswerte und -kultur
- ☞ besondere Leistungen und Auszeichnungen

STELLENBESCHREIBUNG

Die Stellenbeschreibung ist das Herzstück der Stellenanzeige. Aus ihr sollte klar hervorgehen, welche Aufgaben und Verantwortungsbereiche die Stelle umfasst. Es ist wichtig, die Aufgaben so konkret wie möglich zu formulieren, damit sich potenzielle Bewerber*innen ein realistisches Bild von ihrer zukünftigen Tätigkeit machen können.

Struktur der Stellenbeschreibung:

- ☞ **Hauptaufgaben:** konkrete, alltägliche Aufgaben und Verantwortungsbereiche
- ☞ **Projekte:** eventuelle Sonderaufgaben oder Projekte, für die Bewerber*innen verantwortlich sein werden
- ☞ **Zusammenarbeit:** Angabe der Abteilungen oder Teams, mit denen eng zusammengearbeitet wird

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

ANFORDERUNGEN UND QUALIFIKATIONEN

Bei den Anforderungen und Qualifikationen sollte klar zwischen „erforderlichen“ und „gewünschten“ Eigenschaften unterschieden werden. Durch die Differenzierung können Bewerber*innen besser einschätzen, ob sie für die Stelle geeignet sind, wohingegen das Unternehmen gezielt qualifizierte Bewerber*innen anziehen kann.

Beispiele:

- 🌀 **Erforderlich:** abgeschlossene Ausbildung im Metallbereich, Erfahrung in der Wärmebehandlung
- 🌀 **Gewünscht:** Kenntnisse in der Bedienung von Härteanlagen, Erfahrung im Schichtbetrieb

VORTEILE UND ZUSATZLEISTUNGEN

Dieser Abschnitt sollte die Vorteile und Zusatzleistungen hervorheben, die das Unternehmen bietet. Eine klare Darstellung der Anreize macht die Stelle attraktiver und erhöht die Bewerbungsquote.

Beispiele

- 🌀 attraktive Vergütung und Zusatzleistungen
- 🌀 betriebliche Altersversorgung und Gesundheitsvorsorge
- 🌀 Weiterbildungs- und Aufstiegsmöglichkeiten
- 🌀 flexible Arbeitszeitmodelle bzw. Schichtpläne

ARBEITSORT UND EINSATZORT

Der Arbeitsort ist für viele Bewerber*innen ein wichtiges Kriterium. Neben der genauen Ortsangabe sollten auch Angaben zu Arbeitszeiten, Schichtmodellen und eventuellen Möglichkeiten der Telearbeit enthalten sein.

BEWERBUNGSHINWEISE

Klarheit in den Bewerbungshinweisen ist entscheidend. Es sollten genaue Anweisungen gegeben werden, welche Unterlagen einzureichen sind und wie der Bewerbungsprozess abläuft. Auch die Nennung einer Kontaktperson kann das Vertrauen in den Bewerbungsprozess stärken.

GENDERGERECHTE SPRACHE UND DIVERSITY

Die Verwendung einer geschlechtergerechten Sprache ist wichtig, um Diskriminierung zu vermeiden und eine breite Zielgruppe anzusprechen. Das Format „(m/w/d)“ hat sich bewährt, um deutlich zu machen, dass alle Geschlechter willkommen sind. Auch ein Hinweis auf die Förderung von Diversity kann ein positives Signal setzen. Zudem sollte

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

in der gesamten Stellenanzeige auf eine einheitliche, gendergerechte Sprache geachtet werden, da dadurch u. a. die Bewerbungsabsicht von Frauen erhöht werden kann.

Duzen oder Siezen?

Die Entscheidung, ob in Stellenanzeigen geduzt oder gesiezt wird, ist für viele Unternehmen heute eine strategische Überlegung. Während das Siezen früher als Standard galt und förmliche Distanz sowie Professionalität vermittelte, setzt sich das Duzen immer mehr durch. Besonders moderne, innovative Unternehmen nutzen das Duzen, um eine offene, nahbare und zeitgemäße Unternehmenskultur zu betonen. Es signalisiert flache Hierarchien und kann besonders bei jüngeren, dynamischen Zielgruppen gut ankommen.

Das Siezen bleibt jedoch in bestimmten Branchen und Zielgruppen von Bedeutung, insbesondere dort, wo formelle Strukturen und traditionelle Werte geschätzt werden. Hier wirkt das Siezen seriös und respektvoll, was insbesondere in konservativen oder stark reglementierten Bereichen von Vorteil ist. Wichtig ist, dass die gewählte Ansprache nicht nur zur Zielgruppe, sondern auch zur internen und externen Kommunikation des Unternehmens passt. Ein Bruch zwischen der Tonalität der Stellenanzeige und der alltäglichen Kommunikation kann Verwirrung stiften. Daher sollten alle Kanäle – von der Website über E-Mails bis hin zur direkten Ansprache von Beschäftigten – eine einheitliche Linie verfolgen, die die Unternehmenswerte klar widerspiegelt.

VISUELLE GESTALTUNG VON STELLENANZEIGEN

Neben dem Inhalt spielt auch die visuelle Gestaltung eine zentrale Rolle. Eine ansprechend gestaltete Anzeige kann dazu beitragen, dass die Informationen schneller erfasst werden und das Interesse der Bewerber*innen geweckt wird.

LAYOUT UND STRUKTUR

Ein klares und strukturiertes Layout gewährleistet eine einfache Lesbarkeit und hilft, die wichtigsten Informationen hervorzuheben. Dabei sollte darauf geachtet werden, Absätze, Zwischenüberschriften und Listen zu verwenden, um den Text übersichtlich zu gliedern.

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Tipps für das Layout:

- 🕒 *Verwendung von Weißraum:* ein aufgeräumtes Layout wirkt einladender und erleichtert die Orientierung
- 🕒 *Hervorhebung wichtiger Informationen:* Fett- oder Kursivschrift sollten sparsam verwendet werden, um zentrale Punkte hervorzuheben
- 🕒 *Einheitliche Schriftart und -größe:* es sollte auf eine gut lesbare und konsistente Schriftart geachtet werden

FARBGESTALTUNG

Die Farbgestaltung sollte zum Corporate Design des Unternehmens passen und eine ansprechende Atmosphäre schaffen. Farben können gezielt eingesetzt werden, um bestimmte Stimmungen zu erzeugen und die Aufmerksamkeit zu lenken.

BILDER UND GRAFIKEN

Bilder und Grafiken können eine Stellenanzeige visuell aufwerten und einen Einblick in das Unternehmen bieten. Dabei sollten authentische und relevante Bilder verwendet werden, um den Text sinnvoll zu ergänzen und das Interesse zu wecken.

Tipps zur Bildauswahl:

- 🕒 *Authentizität:* Gestellte Stockfotos sollten nach Möglichkeit vermieden werden. Vielmehr sollte versucht werden, echte Szenen aus dem Arbeitsalltag zu zeigen.
- 🕒 *Relevanz:* Es sollten Bilder gewählt werden, die zur Position oder zum Unternehmen passen und einen Mehrwert bieten.
- 🕒 *Bildunterschriften:* Kurze Bildunterschriften können helfen, den Kontext zu erklären und zusätzliche Informationen zu liefern.

CORPORATE IDENTITY UND BRANDING

Eine konsistente Verwendung von Corporate-Branding-Elementen stärkt die Wiedererkennbarkeit und vermittelt Professionalität. Die Stellenanzeige sollte die Werte und das Erscheinungsbild des Unternehmens widerspiegeln.

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Elemente des Corporate Branding:

- ☞ **Firmenlogo:** Das Logo prominent sollte sichtbar positioniert werden, um die Unternehmensidentität zu stärken.
- ☞ **Farben und Schriftarten:** Die Farben und Schriftarten sollten denen im Corporate Design festgelegten Farben und Schriftarten entsprechen.
- ☞ **Sprache und Ton:** Der Ton der Stellenanzeige sollte zur allgemeinen Kommunikation des Unternehmens passen. Herrscht im Unternehmen beispielsweise eine allgemeine Duz-Kultur und sollen eher jüngere Bewerber*innen in einer jungen Branche angesprochen werden, bietet sich ebenfalls das Du in der Stellenanzeige an.

STRATEGISCHE VERBREITUNG VON STELLENANZEIGEN

Die strategische Verbreitung der Stellenanzeige ist der letzte, aber entscheidende Schritt, um die richtigen Bewerber*innen zu erreichen. Hierbei sollten verschiedene Kanäle genutzt werden, um die Reichweite zu maximieren.

- ☞ **Online-Jobbörsen:** Online-Jobbörsen sind eine bewährte Methode, um eine breite Zielgruppe zu erreichen. Neben allgemeinen Plattformen gibt es spezialisierte Jobbörsen, die sich auf bestimmte Branchen oder Berufsgruppen fokussieren.
- ☞ **Unternehmenswebsite:** Die eigene Karriereseite ist ein wichtiger Kanal, um Stellenanzeigen zu veröffentlichen. Hierbei kann den potenziellen Bewerber*innen auf den passenden Unterseiten ein tieferer Einblick in das Unternehmen gegeben werden.
- ☞ **Soziale Medien:** Soziale Netzwerke sind ein wertvolles Instrument, um eine gezielte Ansprache zu ermöglichen und die Reichweite zu erhöhen. Durch gezielte Werbeanzeigen und interaktive Inhalte kann die Stellenanzeige effektiv verbreitet werden.
- ☞ **Netzwerke und Empfehlungen:** Beschäftigtenetzwerke und persönliche Empfehlungen sind oft eine der effektivsten Methoden, um qualifizierte Kandidat*innen zu finden. Empfehlungen durch bestehende Beschäftigte tragen dazu bei, dass das Unternehmen als attraktiver Arbeitgeber wahrgenommen wird.

AUFBAU EINER STELLENZEIGE

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Der Aufbau einer Stellenausschreibung variiert je nach Corporate Design. Insgesamt sollten jedoch einige Grundregeln beachtet werden. So lassen sich klassische Stellenausschreibungen in drei Bereiche unterteilen: dem Kopfbereich, dem inhaltlichen Bereich sowie dem Abschluss.

- ☉ **Kopfbereich:** Der Kopfbereich dient vor allem der visuellen Ansprache der Bewerbenden. Hier sollten Logos, Bilder, vorhandene Slogans oder kurze Informationen zum Unternehmen das Unternehmen und sein Corporate Design direkt widerspiegeln. Ebenso sollte im unteren Bereich der Titel der Stelle prominent hervorgehoben werden, um eine einfache Ansprache zu ermöglichen.
- ☉ **Inhaltlicher Bereich:** Im inhaltlichen Teil der Stellenausschreibung werden die zu bewältigenden Aufgaben, die erforderlichen und erwünschten Kompetenzen, Fähigkeiten und Eigenschaften sowie die Leistungen des Unternehmens dargestellt.
- ☉ **Abschluss:** Den Abschluss bilden alle Informationen zum Bewerbungsprozess in Form von Bewerbungsadresse, Bewerbungsfrist, Ansprechpartnern und weiteren relevanten Informationen (z. B. mögliche Kennziffer etc.).

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Header

Unternehmenslogo

Der Kopfbereich dient dazu, sofort die Markenidentität zu kommunizieren und visuell das Interesse der potenziellen Bewerber*innen zu wecken. Zudem kann das Unternehmen kurz vorgestellt werden

Bild(er)
 Bilder helfen dabei, die Stellenanzeige visuell ansprechender zu gestalten. Sie sollten ein authentisches, zum Unternehmen passendes Bild zeigen und nach Möglichkeit eine ansprechende Botschaft vermitteln (z. B. Kollegialität, Modernität etc.)

Stellenbezeichnung (m/w/d)
 Die Stellenbezeichnung sollte hervorgehoben werden (Schriftgröße, Fettungen). Oberhalb der Bezeichnung sollten weitere Informationen wie der gewünschte Einstiegstermin oder der genaue Standort gegeben werden

Inhaltsbereich

Aufgaben
 kurze, prägnante und vollständige Aufzählung der Arbeitsaufgaben, die im Rahmen der Tätigkeit anfallen

Profil
 Beschreibung der notwendigen Qualifikationen (Ausbildung, Abschluss, Berufserfahrung), Soft-Skills sowie optionaler bzw. wünschenswerter Fähigkeiten und Eigenschaften

Benefits/Angebot
 Das Angebot des Unternehmens zur Erhöhung der Bewerbungsabsicht. Die dargestellten Benefits sollten möglichst konkret und spezifisch auf die Anforderungen der Zielgruppe ausgerichtet sein

Kontakt
 Darstellung relevanter Daten wie der Bewerbungsfrist, Adresse oder relevanter Ansprechpersonen.

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
 des Deutschen Bundestages



Härterei Sommer ist ein führendes Unternehmen in der Metallverarbeitung und spezialisiert auf die Wärmebehandlung von Stahl und anderen Metallen.



Zum nächstmöglichen Zeitpunkt suchen wir für unser Werk in Solingen eine*
Produktionsmitarbeiter*in (m/w/d)

Ihre Aufgaben:

- Bedienen und Überwachen von Härteanlagen
- Vorbereiten der Werkstücke einschließlich Reinigen und Vorwärmen
- Durchführen von Qualitätskontrollen
- Dokumentieren von Prozessparametern und Arbeitsabläufen
- Warten und Pflegen der Maschinen und des Arbeitsumfeldes
- Mitarbeit bei der Optimierung von Produktionsprozessen und Arbeitsabläufen

Ihr Profil:

- abgeschlossene Ausbildung in einem metallverarbeitenden Beruf (z.B. Industriemechaniker, Werkzeugmacher o. ä.) oder vgl. Qualifikation
- erste Berufserfahrung in der Metallverarbeitung oder einem vergleichbaren Produktionsumfeld
- Kenntnisse im Bereich der Wärmebehandlung von Metallen sind von Vorteil
- Teamfähigkeit und hohe Motivation

Wir bieten:

- eine abwechslungsreiche Tätigkeit in einem modernen und zukunftssicheren Unternehmen
- attraktive Vergütung inkl. Schichtzulagen und Sonderzahlungen
- umfassende Einarbeitung und kontinuierliche Weiterbildungsmöglichkeiten
- ein freundliches und kollegiales Betriebsklima
- betriebliche Altersversorgung und Gesundheitsvorsorge

Bitte senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen (Lebenslauf, Anschreiben, Zeugnisse) unter Angabe Ihres frühestmöglichen Eintrittstermins bis zum 15.04.24 per E-Mail an: [bewerbung@haertereisommer.de]. Ihre Ansprechperson ist Frau Schmitz (schmitz@haertereisommer.de)

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie fördert TRAIBER.NRW im Rahmen der Förderbekanntmachung „Transformationsstrategien für Regionen der Fahrzeug- und Zulieferindustrie“ mit 4,1 Mio. EUR bis Ende 2025.

Weitere Informationen zum Projekt finden Sie unter www.traiber.nrw

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages