

Inhaltsverzeichnis

1. [Warum sind gute Stellenanzeigen wichtig?](#)
2. [Wie ist eine gute Stellenanzeige aufgebaut?](#)
3. [Welche Inhalte gehören in eine Stellenanzeige?](#)
4. [Stellenanzeige schreiben: Der perfekte Jobtitel](#)
5. [Stellenanzeige schreiben: Das perfekte Unternehmensintro](#)
6. [Stellenanzeige schreiben: Das perfekte Anforderungsprofil](#)
7. [Stellenanzeige schreiben: Das perfekte Aufgabenprofil](#)
8. [Stellenanzeige schreiben: Die perfekten Benefits](#)
9. [Stellenanzeige schreiben: Der perfekte Call-to-Action](#)
10. [Stellenanzeigen mit KI erstellen](#)

Warum sind gute Stellenanzeigen wichtig?

Stellenanzeigen zu schreiben, ist nicht nur eine wesentliche Aufgabe im Recruiting – auch eine verantwortungsvolle. Viele Arbeitnehmer finden ihre Jobs nach wie vor über eine Stellenanzeige. Folglich sollten Unternehmen einen hohen Anspruch bei der Erstellung ihrer Anzeigen haben. Denn der erste Eindruck zählt. Nur mit einer durchdachten Struktur, authentischen Formulierungen und einer individuellen [Zielgruppenansprache](#) heben Sie sich von anderen ab.

Doch das Erstellen einer Stellenanzeige ist weitaus komplizierter, als es auf den ersten Blick erscheint. In den nächsten Abschnitten haben wir die Schlüsselemente einer Stellenausschreibung für Sie kompakt zusammengefasst und geben Tipps, dazu, wie Sie die perfekte Stellenanzeige schreiben.

Wie ist eine gute Stellenanzeige aufgebaut?

Fangen wir mit ein wenig Theorie an. Beim Schreiben einer Stellenanzeige fungiert das AIDA-Prinzip als nützlicher Leitfaden. Ursprünglich aus dem Marketing stammend, hat es seinen Weg ins Recruiting gefunden. Denn es ist äußerst effektiv, wenn es darum geht, Menschen zu einer bestimmten Handlung zu motivieren – sei es der Kauf eines Produkts oder eben die Bewerbung auf eine Stelle. Das AIDA-Prinzip folgt stets einem durchgängigen roten Faden.

STELLENANZEIGE

1 **NEXT LEVEL RECRUITING** **Raven51** Dein nächstes Karriere-Level: Recruiting-Innovation gestalten

2 

3 Zur Verstärkung unserer Teams suchen wir ab sofort in Frankfurt am Main einen engagierten

4 **Junior Projektmanager Personalmarketing (m/w/d)**

Arbeitgeber positionieren, Kandidaten begeistern, Personalmarketing neu denken: Raven51 hebt Recruiting auf ein neues Level. Mit über 50 Jahren Markterfahrung, Standorten in Berlin, Frankfurt am Main, Karlsruhe und der geballten Kompetenz von mehr als 150 Recruiting-Spezialisten sind wir eine der TOP 5 HR-Marketing-Agenturen in Deutschland. Unsere Kernkompetenzen sind Employer Branding, Job Advertising und Recruiting Services mit digitalem Footprint. Lass uns Dein nächstes Karrierelevel sein.

5 **Dein Job: NEXT LEVEL RECRUITING in der Praxis**

- Generell: Mit Deinem Organisationstalent sorgst Du mit dafür, dass Projekte reibungslos laufen.
- Koordinieren: Du unterstützt unsere Grafik-, Text- und Projektmanagement-Kolleginnen und Kollegen bei Employer Branding Kampagnen, Personalmarketing-Maßnahmen und aufmerksamkeitsstarker Personalwerbung.
- Projektieren: Wie Deine Kolleginnen und Kollegen bringst Du Dich flexibel ein – zum Beispiel bei Recherchen, Präsentationsvorbereitungen, Analysen, in der vorbereitenden Konzeption oder bei Telefonaten mit unseren Kunden.
- Analysieren: Du beobachtest aktuelle HR-Trends und lässt Kunden und Kollegen an Deiner Expertise teilhaben.

6 **Dein Profil: Junior Projektmanager mit Organisationstalent**

- Abgeschlossene Berufsbildung, z. B. als Kaufmann (m/w/d) für Marketingkommunikation.
- Erste Projektmanagementerfahrungen im Marketing oder Agenturumfeld, z. B. durch Praktika.
- Gute MS Office Kenntnisse.
- Offenheit, Teamfähigkeit und Lust auf Neues.

7 **Unser Angebot: Perfekte Rahmenbedingungen**

- Sicherheit – in einem Unternehmen mit einer über 50-jährigen Geschichte.
- Freiräume – in unserem E-Recruiting-Team, das auch in Zukunft wachsen wird.
- Work-Life-Balance – durch 30 Tage Urlaub pro Jahr und klar geregelte Arbeitszeiten.
- Wertschätzung – z. B. durch eine betriebliche Altersvorsorge und kostenloses Firmenhandy ab einem Jahr Betriebszugehörigkeit.

8 **Haben wir Dein Interesse geweckt?**

Dann bewirb Dich unter Angabe der genauen Stellenbezeichnung, Deiner Gehaltsvorstellung und des frühestmöglichen Eintrittstermins – vorzugsweise einfach und schnell **online**. Sollte dies nicht möglich sein, sende uns Deine Bewerbung per **E-Mail** oder per Post.

9 **Jetzt bewerben!**

Noch Fragen? Lass es uns wissen!

Unser Recruitingteam hilft Dir gerne weiter:
Tel. 030.230009-20
E-Mail: tm@raven51.de

Raven51 AG
Stützelackerweg 12-14
60489 Frankfurt am Main
www.raven51.de

Raven51

ATTENTION

Aufmerksamkeit erzeugen

Formulieren Sie einen gut auffindbaren Jobtitel und wählen Sie ein ansprechendes Bildmotiv – idealerweise mit aufmerksamsstarker Headline.

- 1 Headline**
Kurze, präzise und aussagekräftige Überschrift
- 2 Header-Bild**
Emotionaler Einstieg in Ihr Karriereangebot
- 3 Jobtitel**
Klar, informativ, aus Bewerberperspektive formuliert

INTEREST

Interesse hervorrufen

Zeigen Sie Kandidaten, dass Ihr Angebot für sie genau das richtige ist und machen Sie sie mit interessanten Unternehmens-, Aufgaben- und Qualifikationsprofilen neugierig auf Ihr Karriereangebot.

- 4 Einleitungstext**
Ihr „Elevator Pitch“ als Arbeitgeber
- 5 Tätigkeitsprofil**
Ansprechend und aktivierend
- 6 Anforderungen**
Kurz, knapp, sinnvoll gegliedert

DESIRE

Aus Interesse wird Verlangen

Präsentieren Sie Ihre besonderen Arbeitgeberleistungen, um Ihre Zielgruppe endgültig zu überzeugen.

- 7 Benefits**
Konkrete Argumente für Ihre Arbeitswelt

ACTION

Zur Bewerbung bewegen

Machen Sie es Ihren Kandidaten so leicht wie möglich, mit Ihnen Kontakt aufzunehmen – mit einem Call-toAction, der Lust auf eine Bewerbung macht.

- 8 Call-to-Action**
Brücke in Ihr Unternehmen
- 9 Kontakt**
Ansprechpartner, E-Mail- und Postadresse

Aufbau einer Stellenanzeige nach dem AIDA-Prinzip

Nach diesem besteht eine Stellenanzeige aus aufeinander abgestimmten Bestandteilen:

- Jobtitel
- Unternehmensintro
- Aufgabenprofil

- Anforderungsprofil
- Benefits
- Call-to-Action

Diese Bestandteile einer Stellenanzeige sollen zunächst die Aufmerksamkeit (A) und das Interesse (I) wecken, dann das Verlangen – im Englischen Desire (D) – auslösen, bei einem Arbeitgeber arbeiten zu wollen. Und im besten Fall folgt eine Aktion (A) – nämlich die Bewerbung.

Welche Inhalte gehören in eine Stellenanzeige?

Von der Theorie zur Praxis: Viele Stellenanzeigen teilen ein gemeinsames Merkmal – sie sind textlastig und häufig fehlt der rote Faden. Das kann abschreckend wirken. Ein Überfluss an unstrukturierten Informationen führt dazu, dass Bewerber Stellenanzeigen entweder oberflächlich überfliegen oder direkt wegklicken. Das gilt insbesondere für jene, die über mobile Endgeräte auf Stellenausschreibungen zugreifen – ihre Aufmerksamkeitsspanne ist äußerst begrenzt.

Wie geht es besser? Präsentieren Sie stattdessen in Ihrer Anzeige vor allem die Inhalte, die Ihre Zielgruppe am meisten interessieren und rücken Sie diese in den Fokus. Und das so übersichtlich wie möglich. Betrachten Sie Ihre Anzeige als eine Einladung an potenzielle Kandidaten: Nur wenn sie sich emotional angesprochen fühlen, können Sie sie mit Ihrer Botschaft überzeugen. Wir zeigen Ihnen nun Schritt für Schritt, wie Sie Ihre perfekte Stellenanzeige erstellen. Wir gehen dabei nach dem klassischen Aufbau vor: Jobtitel, Unternehmensintro, Aufgabenprofil, Anforderungsprofil, Benefits und Call-to-Action. Let's go!

Stellenanzeige schreiben: Der perfekte Jobtitel

Die Wahl des Jobtitels zählt zu den essenziellen Bestandteilen beim Schreiben einer Stellenanzeige: Er entscheidet darüber, ob potenzielle Talente auf Ihr Stellenangebot stoßen oder nicht – und beeinflusst somit maßgeblich Ihre Reichweite im Recruiting.

Um den idealen Jobtitel zu wählen, ist es ratsam, sich in die Lage von Jobsuchenden zu versetzen: Welche Bezeichnungen würden qualifizierte Talente wohl verwenden, um nach der von Ihnen ausgeschriebenen Position zu suchen?

Meistens ist eine Kombination aus verschiedenen Elementen empfehlenswert, wie beispielsweise:

- **Berufliche Qualifikation** (z. B. Elektriker, Gesundheits- und Krankenpfleger, Programmierer)
- **Gängige Berufsbezeichnung** (z. B. Projektmanager, Softwareentwickler, Recruiter)
- **Prägnante Fachkenntnisse** (z. B. Intensivpflege, C# / .NET, Active Sourcing)
- **Schwerpunktthemen des Jobs** (z. B. HR-Marketing, Anlagenbau, Digitale Transformation)

Kombinieren Sie beim Verfassen Ihrer Stellenanzeige maximal drei passende Elemente zu einem aussagekräftigen Stellentitel. Sonderzeichen wie Schräg- oder Gedankenstriche helfen dabei, ein hohes Maß an Übersichtlichkeit sicherzustellen. Das Kürzel „(m/w/d)“, das für die **AGG-Konformität** relevant ist, kann üblicherweise am Ende des Stellentitels eingefügt werden.

Die folgenden Beispiele zeigen, wie es geht:

-
- Elektriker als Teamleitung – Instandhaltung (m/w/d)
- HR-Referent Recruiting – Active Sourcing (m/w/d)
- SAP-Berater Successfactors (m/w/d)
- Programmierer Backend – C# / .NET (m/w/d)

Wichtig: Nutzen Sie eine gängige Berufsbezeichnung. Fantasetitel wie „Code Ninja“ für einen Programmierer mög

Die perfekte Länge für Ihren Jobtitel

Die meisten Jobportale ermöglichen zwar Stellentitel mit über 100 Zeichen. Es ist jedoch ratsam, die Titel deutlich zu verkürzen. Warum?

- Auf Smartphones zeigen Jobportale in den Suchergebnissen oft nur die ersten 60 Zeichen des Stellentitels.
- Gleiches gilt bei einer Suche nach einer Stellenanzeige über Google.

Es ist daher sinnvoll, den Stellentitel auf maximal 60 Zeichen zu begrenzen und die wichtigsten Informationen in den ersten 40 Zeichen unterzubringen. Hier ein paar Tipps, die Sie beachten können, wenn Sie Ihre Stellenanzeige schreiben:

- Reduzieren Sie die Verwendung von Füllwörtern, die den Titel unnötig verlängern.
- Verzichten Sie auf interne Begriffe und Abkürzungen, die potenzielle Bewerber möglicherweise nicht kennen – all dies nimmt wertvollen Platz ein und beeinträchtigt die Auffindbarkeit Ihrer Stellenanzeige!

Tools für bessere Jobtitel in der Stellenanzeige

Die Formulierung eines geeigneten Stellentitels erweist sich oft als kniffliger als angenommen. Zum Glück gibt es zwei nützliche, kostenfreie Online-Tools für die Auswahl passender Begriffe und für das Kürzen des Stellentitels auf eine angemessene Länge:

- **Google Trends:** Überprüfen Sie leicht und intuitiv, wie häufig bestimmte Begriffe gesucht werden – sowohl im gesamten Internet als auch im Kontext des Recruitings und von Stellenausschreibungen. Analysieren Sie, welche Stellentitel häufig gesucht werden und nutzen Sie diese.
- **Online-Zeichenzähler:** Ermitteln Sie schnell und unkompliziert die Länge Ihres Stellentitels. Optimieren Sie Ihren Titel, bis Sie das Wesentliche in maximal 60 Zeichen zusammengefasst haben – ohne Füllwörter und unnötige interne Begriffe.

Stellenanzeige schreiben: Das perfekte Unternehmensintro

Nun geht's an den Einleitungstext. Er vermittelt Bewerbern einen ersten Eindruck Ihres Unternehmens. Daher ist es von hoher Bedeutung, dass Sie Ihr Unternehmen von seiner besten Seite präsentieren und potenziellen Mitarbeitern die für sie relevanten Informationen genau darlegen.

Studien und Umfragen unter Jobsuchenden verdeutlichen zwar, dass die Vorstellung eines Unternehmens in einer Stellenanzeige für die Mehrheit der Bewerber weniger relevant ist im Vergleich zur detaillierten Beschreibung der Aufgaben oder dem Profil der Tätigkeiten.

Dennoch bestehen mindestens drei überzeugende Gründe, einen ansprechenden Einstiegstext in einer Stellenanzeige zu verfassen:

-
- Viele Jobportale verlangen eine Unternehmensvorstellung als Bestandteil der Anzeige. Fehlt diese, wird das Stellenangebot möglicherweise nicht veröffentlicht.
- Durch das Unternehmensintro bietet sich die Möglichkeit, von Anfang an die entscheidenden Unternehmensmerkmale zu präsentieren, die auf Bewerber attraktiv wirken könnten.
- Einmalig optimierte Unternehmensintros zahlen sich langfristig aus, da sie bei jeder neuen Stellenausschreibung wieder verwendet werden können. Die Investition in einen gut gestalteten Einstiegstext rentiert sich somit bei jedem Schreiben einer Stellenanzeige.

Was macht ein attraktives Unternehmensintro für eine Stellenanzeige aus?

Behandeln Sie im Unternehmensintro Ihrer Stellenanzeige drei Hauptthemen:

-
- Die Tätigkeit Ihres Unternehmens oder die Arbeit Ihrer Organisation
- Die Ziele oder die Mission des Unternehmens
- Die Kultur sowie die Arbeitsumgebung

Auf diese Weise präsentieren Sie die zentralen Elemente Ihrer Arbeitgebermarke und gewähren in knapper Form einen erst

Relevante Unternehmensintros: Ein Beispiel zeigt den Unterschied

Es ist wichtig, sämtliche Facetten im Einführungstext Ihrer Stellenanzeige zu erwähnen, da nur so der Zweck und die Besonderheiten einer Tätigkeit in Ihrem Unternehmen vermittelt werden können. Sollte die Beschreibung ausschließlich das Geschäft betreffen, bleiben die einzigartigen Merkmale Ihrer Arbeitsumgebung für Bewerber unsichtbar. Ein hypothetisches Beispiel aus dem Energiesektor verdeutlicht den Unterschied:

😞 Einführungstext des Unternehmens ohne Beantwortung der Fragen „Warum?“ und „Wie?“:

Die [Beispiel AG] ist seit über 75 Jahren in der Branche tätig. Wir beliefern über 200.000 Haushalte in [Beispielregion] mit Strom und Gas. Unser Team besteht aus 500 Mitarbeitern, und unser jährlicher Umsatz beträgt 500 Millionen Euro. Zusätzlich zu unserem Leistungsangebot konzentrieren wir uns auf E-Mobilität und Smart Homes.

😊 Einführungstext des Unternehmens mit Antworten auf die Fragen „Warum?“ und „Wie?“:

Wir gestalten aktiv die Zukunft der Energie! Mit einem Team von über 500 Mitarbeitern sorgen wir dafür, dass [Beispielregion] zuverlässig mit Strom und Gas versorgt wird. Dies erreichen wir durch kontinuierliche Weiterbildung in unseren Teams, einen offenen Austausch und den Aufbau einer starken Gemeinschaft. Möchten Sie an der Gestaltung der Energiewende mitwirken? Wir sind gespannt auf Ihre Ideen!

Die richtige Länge für Ihr Unternehmensintro

Achten Sie darauf, die Länge des Unternehmensintros zu begrenzen. Fassen Sie die Informationen in drei bis fünf kurzen Sätzen zusammen. Längere Texte führen dazu, dass Bewerber – vor allem auf Smartphones – übermäßig viel scrollen müssen, um die Stellenbeschreibung und Anforderungen vollständig zu erfassen. Als Orientierungswert empfehlen wir eine Textlänge von 500 Zeichen.

Stellenanzeige schreiben: Das perfekte Anforderungsprofil

Ein weiterer wichtiger Punkt, den Sie beachten sollten, wenn Sie eine Stellenanzeige schreiben: Bewerber möchten genau wissen, welche Erwartungen an sie gestellt werden. Daher ist ein strukturiertes Anforderungsprofil von besonderer Bedeutung für eine erfolgreiche Stellenanzeige.

Wir empfehlen zugunsten einer besseren Lesbarkeit die Verwendung von Stichpunkten. Diese sollten sich auf maximal fünf Bullet Points beschränken. Dabei sollten die wichtigsten Punkte an erster Stelle stehen.

Wir empfehlen die folgende Reihenfolge:

-
- Ausbildung (ein Hochschulabschluss oder eine abgeschlossene Berufsausbildung)
- Erfahrung (relevante praktische Erfahrungen aus früheren Festanstellungen oder Praktika)
- Kenntnisse (Kenntnisse einer Sprache oder wichtiger Computerprogramme für die Stelle)
- Softskills (Charaktereigenschaften wie Teamfähigkeit, Kommunikationsfähigkeit oder Zuverlässigkeit)
- Sonstiges (Führerschein oder Reisebereitschaft)

Der richtige Stil: Anforderungen kürzen

Im Anforderungsprofil einer Stellenanzeige ist es vorteilhaft, sich auf stichpunktartige Formulierungen zu konzentrieren, um die entscheidenden Informationen möglichst prägnant zusammenzufassen.

Beispiel 1 – Ausbildung:

😬 Statt: Sie haben erfolgreich ein Studium der Betriebswirtschaft mit dem Schwerpunkt Personalwesen abgeschlossen.

😊 Formulierung: Abschluss in BWL (mit Schwerpunkt HR)

Beispiel 2 – Softskills:

😬 Statt: Sie sind im Kontakt mit Menschen aufgeschlossen und kommunikativ und haben Freude an der Arbeit im Team.

😊 Formulierung: Aufgeschlossenheit, Kommunikationsfähigkeit, Teamfähigkeit

Realistisch bleiben: Welche Anforderungen sind wichtig?

Überlegen Sie, wenn Sie eine Stellenanzeige schreiben, sorgfältig, welche Anforderungen wirklich unerlässlich sind! Vermeiden Sie übermäßige Ansprüche und endlose Listen von Softskills. Setzen Sie stattdessen auf klare Must-have-Kriterien sowie wünschenswerte Qualifikationen.

Tipp: Wollen Sie optionale Eigenschaften in das Anforderungsprofil integrieren? Dann kennzeichnen Sie diese mit Begriffen wie „idealerweise“ oder „wünschenswert“.

Gender Codes in Stellenanzeigen: Frauen besser ansprechen

Männlich konotierte Begriffe	Weiblich konotierte Begriffe
durchsetzungsfähig	kooperativ
eigenständig	engagiert
ehrgeizig	verantwortungsvoll
selbstbewusst	unterstützend
logisch denkend	zuverlässig
kompetitiv	empathisch
analytisch	sympathisch
führungskompetent	gewissenhaft

Oftmals können Anforderungen, die eher männlich gelesen werden, leicht in neutralere Begriffe umformuliert werden. So kann beispielsweise der Softskill „analytisches Denken“ durch den Ausdruck „Spaß an komplexen Aufgaben“ ersetzt werden.

Hier sind einige weitere Beispiele:

- - Anstelle von „Durchsetzungsvermögen“ – „Lösungsorientierung“
 - Statt „Eigenständigkeit“ – „Freude, eigene Ideen einzubringen“
 - Anstatt „Kommunikationsstärke“ – „Begeisterung für direkte Kommunikation“

Kleiner Tipp: Es gibt Tools wie BetterAds, die Sie bei der Texterstellung in der Personalbeschaffung unterstützen. Sie geben Ihren fertigen Text für eine Stellenanzeige ein. Die Software analysiert dann Ihre Formulierungen und schlägt Verbesserungen vor. Die Tools sind unter anderem darauf trainiert, maskulin geprägte Termini herauszufiltern und Ihnen stattdessen geschlechtsneutrale Gender Codes vorzuschlagen.

Stellenanzeige schreiben: Das perfekte Aufgabenprofil

Das Herzstück einer Stellenanzeige ist das Aufgabenprofil. Hier erhalten Kandidaten einen Einblick in Tätigkeiten und den Arbeitsalltag. Bevor Sie mit dem Verfassen des Aufgabenprofils beginnen, ist es ratsam zu überlegen, welche Elemente es unbedingt beinhalten sollte.

Beantworten Sie dazu die folgenden Fragen:

-
- Was sind die genauen Tätigkeiten, die in dieser ausgeschriebenen Position ausgeführt werden müssen?
- Was macht den Job einzigartig?
- Wie trägt der zukünftige Stelleninhaber oder die Stelleninhaberin zum Ziel Ihres Unternehmens bei?

Interessierte Kandidaten schätzen eine klare und konkrete Beschreibung der Aufgaben, damit sie die ausgeschriebene Position realistisch einschätzen können

Mit aktivierendem Sprachstil Bewerber begeistern

Der Sprachstil Ihrer Stellenanzeige hat Einfluss auf Erfolg oder Misserfolg einer Stellenanzeige. Lange und verschachtelte Sätze und bürokratische Ausdrücke laden nicht zum Lesen ein. Vermeiden Sie außerdem, trockene Formulierungen mit Endungen wie -heit, -keit und -ung. Setzen Sie stattdessen auf lebendige Verben, wenn Sie Ihre Stellenanzeige schreiben!

Hier ein konkretes Beispiel:

😞 „Bearbeitung und Prüfung Kundenmaterialien zur Unterstützung des Vertriebs.“

😊 „Sie prüfen eingehende Kundenmaterialien und tragen maßgeblich zum Erfolg Ihrer Kollegen im Vertrieb bei.“

Wirkt die zweite Formulierung auf Sie nicht auch aktiver und ansprechender?
Hier finden Sie eine Auswahl an aktiven Verben, die Ihnen bei der
Formulierung Ihrer Tätigkeitsprofile helfen können:

- unterstützen
- leiten
- koordinieren
- planen
- bearbeiten
- beraten
- organisieren
- gestalten
- entwickeln
- begleiten
- verantworten
- Ermöglichen

Mit der richtigen Stellenanzeigen Formatierung Talente überzeugen

Noch etwas sollten Sie beachten, wenn Sie Stellenanzeigen schreiben: Mit der passenden Formatierung können Sie die Lesbarkeit Ihrer Stellenanzeige erheblich verbessern. Eine klare und gut gegliederte Darstellung in bis zu 5 Bullet Points unterstützt Ihre Kandidaten, den Inhalt leicht und schnell zu erfassen. Durch das Hervorheben von Besonderheiten und Zielen der Position können Sie es Bewerbern erleichtern, sich für eine Bewerbung zu entscheiden.

😞 Beispiel: „Prüfung der Anforderungskataloge unserer Kunden und Entwicklung entsprechender technischer Lösungen, mit dem Ziel einer hohen Kosteneffizienz.“

😊 Besser: „Produktentwicklung: Basierend auf den Anforderungen unserer Kunden gestalten Sie innovative Lösungen – kosteneffizient und auf dem neuesten Stand der Technik.“

Stellenanzeige schreiben: Die perfekten Benefits

Ein wesentlicher Bestandteil einer Stellenanzeige: Die Auflistung Ihrer Benefits. Sie haben Ihren Mitarbeitenden etwas Besonderes zu bieten? Sprechen Sie darüber! Überzeugen Sie potenzielle Bewerber von Ihren Vorteilen und Leistungen.

Es ist vielleicht erstaunlich, aber es gibt viele Arbeitgeber, die nicht genau im Bilde darüber sind, welche Vorteile sie ihren Mitarbeitern tatsächlich bieten. Daher haben sie Schwierigkeiten, überzeugende Benefits in ihren Stellenanzeigen herauszustellen.

In einem solchen Fall ist es hilfreich, alle bestehenden Arbeitgeberleistungen im Unternehmen systematisch zusammenzutragen. Ein ganzheitlicher Blick, der alle möglichen Benefits berücksichtigt, kann dabei unterstützen. Wir haben eine Tabelle mit praktischen Beispielen erstellt, die Ihnen als Grundlage dienen kann, um Ihren eigenen Katalog an Benefits zu entwickeln.

Attraktive Rahmenbedingungen:	Flexible Arbeitszeiten:	Weiterbildungsangebot:	Kollegiales Miteinander:	Familienfreundliches Umfeld:	Exzellente Ausstattung:
Urlaubs- und Weihnachtsgeld	Gleitzeit (Kernarbeitszeit?)	Eigener Weiterbildungskatalog	Sommer- und Weihnachtsfeste	Eltern-Kind-Arbeitszimmer	Besondere Räumlichkeiten
30 Tage Urlaub	Teilzeit-Möglichkeit	Partnerschaft mit externem Anbieter	Regelmäßige Team-Events	Ferienlager für Kinder	Smartphone / Laptop
Teamboni	Home-Office	Coachings	Duz-Kultur	Parenting-Kurse	Firmenwagen

Benefits für Ihre Stellenanzeigen auswählen

Stellen Sie sicher, dass Ihre Benefits einen echten Mehrwert für potenzielle Kandidaten bieten. Überzeugend wirken vor allem Mitarbeitervorteile, die Hand in Hand mit Ihrer Unternehmenskultur gehen und als Alleinstellungsmerkmale herausstechen.

Beachten Sie zudem, dass für verschiedene Zielgruppen verschiedene Benefits relevant sind: Softwareentwicklerinnen interessieren sich beispielsweise für andere Mitarbeitervorteile als Krankenpfleger; Bauingenieure legen auf andere Aspekte Wert als Bürokaufleute.

Platzieren Sie in Ihrer Stellenanzeige immer genau die Benefits, die zur jeweils ausgeschriebenen Position passen – und nennen Sie die Arbeitgeberleistung als erstes, die für Ihre Kandidaten am relevantesten ist.

Benefits an Ihre Zielgruppe anpassen

Noch ein kleiner Tooltip: Mit den datenbasierten [Candidate Personas](#) von Raven51 in Kooperation mit dem Persona Institut können Sie herausfinden, welche Benefits zu Ihrer Zielgruppe passen. Candidate Personas sind fiktive Charaktere, die die Vertreter einer Zielgruppe möglichst detailliert beschreiben. Dazu gehört auch, auf welche Arbeitgebervorteile Sie Wert legen.

Die Candidate Personas von Raven51 beruhen auf wissenschaftlich erhobenen Umfragen, Statistiken, Web-Analysen und Social-Media-Kennzahlen. Mit diesem Wissen erhalten Sie einen tiefen Einblick in die vielfältigen Merkmale Ihrer Zielgruppen und können beim Schreiben einer Stellenanzeige genau darauf eingehen.

Benefits in Stellenanzeigen kompakt und attraktiv formulieren

Um sicherzustellen, dass Ihre exklusiven Benefits in Ihrer Stellenanzeige optimal zur Geltung kommen, können Sie einige Kniffe anwenden:

1.

1.

1. **Kompakte Formulierungen** Ihrer Benefits sind von Vorteil und vermeiden vage Umschreibungen. Potenzielle Bewerber schätzen konkrete Details darüber, was sie erwartet.

2.

2.

2. Eine **übersichtliche Auflistung** in Bullet Points ist empfehlenswert, da so Ihre Benefits leicht erfassbar sind.

3.

3.

3. Nutzen Sie **Fettungen**, um sicherzustellen, dass Bewerber bei einem schnellen Überflug Ihrer Stellenanzeige die für sie relevanten Benefits sofort erkennen können.

4.

4.

4. Ihre Arbeitgeberleistungen werden noch anschaulicher, wenn Sie jeden Benefit mit einem passenden **Icon** visualisieren.

Sollten Sie Gehaltsangaben in Ihre Stellenanzeige schreiben?

Übrigens: Wenn Sie ein konkretes Gehalt oder eine Gehaltsspanne nennen, sichern Sie sich bei vielen Zielgruppen einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil! Laut Erkenntnissen des Jobportals [Stepstone](#) würden 63 Prozent der Talente eher eine Stelle in Betracht ziehen, wenn sie bereits früh im Recruiting-Prozess Informationen über das Gehalt erhalten. Sechs von zehn Kandidaten erwarten in Stellenanzeigen oder auf der Karriere-Website konkrete Informationen über das Gehalt, bevor sie sich bewerben.

Unser Tipp: Heben Sie das Thema [Gehalt in Ihrer Stellenanzeige](#) hervor, damit potenzielle Talente unmittelbar darauf aufmerksam werden. Eine effektive Methode dazu wäre, eine visuell ansprechende Grafik zu nutzen, um die Gehaltsstruktur in Ihrem Unternehmen zu veranschaulichen. Zudem können interaktive Elemente wie ein Gehaltspotenzial-Rechner eingebunden werden. Mit einem solchen Werkzeug können Bewerber nachvollziehen, wie sich ihr Gehalt mit zunehmender Erfahrung und Verantwortung in Ihrem Unternehmen entwickeln könnte.

Stellenanzeige schreiben: Der perfekte Call-to-Action

Wenn Sie bis hierhin alles richtig gemacht haben, ist aus einem anfänglichen Interesse inzwischen echte Begeisterung geworden. Jetzt bleibt nur noch der finale Schritt – die Bewerbung. Zu dieser können Sie Ihre Zielgruppe mit einem einladenden Call-to-Action ermuntern.

Hier ein paar Beispiele:

-
- „Bringen Sie Ihre Karriere auf das nächste Level!“ – Ansprechend für Bewerber, die nach einer Möglichkeit suchen, sich beruflich weiterzuentwickeln.
- „Gestalten Sie die Zukunft mit uns!“ – Perfekt für innovative Unternehmen, die Wert auf Kreativität und zukunftsorientiertes Denken legen.
- „Lassen Sie uns gemeinsam Großes erreichen!“ – Ein motivierender CTA, der das Potenzial für bedeutende Leistungen und Erfolge hervorhebt.
- „Ihre Expertise ist gefragt – Bewerben Sie sich jetzt!“ – Zielt auf Fachkräfte ab, die sich durch ihre besonderen Kenntnisse und Fähigkeiten auszeichnen.
- „Machen Sie den nächsten Schritt in Ihrer Karriere – heute!“ – Unterstreicht Dringlichkeit und fordert Bewerber auf, nicht zu zögern.
- „Verändern Sie Ihre Welt – Beginnen Sie bei uns!“ – Ein inspirierender CTA für diejenigen, die nach einem Job suchen, der einen wirklichen Unterschied macht.
- „Ihre neue Herausforderung wartet – ergreifen Sie sie jetzt!“ – Spricht Bewerber an, die nach einer neuen und aufregenden Herausforderung in ihrer Karriere suchen.

Wichtig ist, einen CTA zu wählen, der in der Tonalität zu Ihrem Unternehmen passt.