

Grundsätzliches zu Stellenanzeigen:

Eine zielgerichtete Stellenanzeige bietet Bewerbern ein umfassendes Bild vom Unternehmen und von der zu besetzenden Position/ Stelle. Sie vermittelt, welche Erwartungen das Unternehmen an Bewerber stellt. Künftig werden Stellenanzeigen auch noch stärker für das Arbeiten im Unternehmen werben müssen – nicht der Arbeitgeber erklärt, welche Anforderungen er an den Bewerber stellt – sondern das Unternehmen/Träger verweist darauf, welche Vorteile es dem Bewerber bietet.

Beim Aufsetzen einer Stellenanzeige hilft das interne Anforderungsprofil der zu besetzenden Stelle. Denn es beinhaltet meist bereits alle relevanten Informationen für eine zielgerichtete Stellenausschreibung: Welche Kernaufgaben beinhaltet die Position? Welche fachlichen und persönlichen Anforderungen ergeben sich daraus für Bewerber? etc. (Alle Aufgaben können nicht aufgeführt werden - sondern ausschließlich die Kernaufgaben).

In der Regel besteht eine Stellenausschreibung aus folgenden sieben Bereichen:

- die Unternehmensdarstellung
- die Stellenbezeichnung
- die Aufgaben
- das Anforderungsprofil
- die Arbeitsbedingungen und Entwicklungsmöglichkeiten
- die Unternehmensleistungen (Was bietet das Unternehmen als Arbeitgeber)
- die organisatorischen Details (In der Regel schließen Stellenanzeigen mit der Erwähnung organisatorischer Details ab -reicht eine Kurzbewerbung aus oder wünscht sich das Unternehmen eine umfangreiche Bewerbungsmappe? Ist ein Onlineformular auszufüllen oder sollen Unterlagen per E-Mail übermittelt werden? Bis wann sind die Unterlagen einzureichen? Und sollen Bewerber Eintrittstermin und Gehaltswunsch nennen? Sinnvoll ist auch, zum Ende der Anzeige Kontaktdaten eines Ansprechpartners für Rückfragen anzugeben).

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass Stellenanzeigen neben der Rekrutierung auch eine Eigenwerbung für das Unternehmen (Einrichtung / Dienst/ Verband) darstellen. Die hier aufgeführten vier Bewertungskriterien sollten in einer „gut gemachten“ Stellenanzeige beachtet werden.

- ein klares Stellenprofil
- konkret gestaltete Inhalte und Glaubwürdigkeit
- schnell erfassbare Informationen und verständliches Profil „Jobtitel“
- gestalterische Kriterien wie Fotos und/oder Bildelemente

Hinweise zur Gestaltung von Stellenanzeigen

1. Ihre Stellenanzeige muss Emotionen wecken.

Nichts motiviert mehr als positive Emotionen. Auch Stellenbewerber handeln – wie alle Menschen – zu einem Großteil unbewusst und angeregt durch positive Emotionen. Schaffen Sie positive Emotionen durch die Verwendung einer Fotografie, einer Zeichnung (Illustration) oder Grafik.

2. Maximal 80% Text in der Stellenanzeige.

Im Verhältnis zur Stellenanzeigengröße, also dem Stellenanzeigenformat, sollte die Textmenge maximal 80 Prozent der zur Verfügung stehenden Fläche ausfüllen. Je weniger, desto besser.

3. Typografie – ein wichtiges Gestaltungselement.

Die Textformatierung, die Textstruktur und die gewählte Schriftart sind wichtige und nicht zu vernachlässigende typografische Gestaltungselemente der Stellenanzeigen.

4. Verschiedene Schriftgrößen verwenden.

Verwenden Sie für den Haupttext eine normale Schriftgröße (8- bis 12-Punkt) und eine um mindestens 10-Punkt größere Schrift für die ausgeschriebene Stellenbezeichnung.

5. Kurzprofil der Organisation. Geben Sie grundlegende Informationen zum Arbeitgeber, seinen Dienstleistungen. Nennen Sie dabei neben dem Dienstleistungsangebot (Versorgungsschwerpunkt) die Anzahl der in Ihrem Unternehmen tätigen Mitarbeiter und das Alter des Unternehmens. Führen Sie auf, wie viele Jahre Ihr Unternehmen bereits existiert (ab 5 Jahren).

6. Positionsbezeichnung oben.

Nennen Sie die Positionsbezeichnung bereits in den oberen Zeilen der Stellenbeschreibung. Der Positionsbezeichnung sollte dabei die größte Schriftgröße in Ihrer Stellenanzeige zugeordnet werden. Sie gleicht so einer Überschrift.

7. Verwenden Sie Zwischenüberschriften.

Gliedern Sie den Text zur Stellenausschreibung optisch durch Zwischenüberschriften. Dieses Werkzeug zur Strukturierung des Fließtextes erleichtert dem Leser das Erfassen der Anzeigeninhalte. (Wir erwarten, Wir bieten etc.)

8. Entwicklungspotenzial für den Stellenbewerber.

Führen Sie in der Stellenbeschreibung die Möglichkeiten zur persönlichen Entwicklung im Unternehmen auf – zeigen Sie Weiterbildungsmöglichkeiten wie z.B. Fachpflege ICW, Palliative-Care etc.

9. Handlungsaufforderung (call-to-action).

Integrieren Sie eine konkrete Handlungsaufforderung. Mit diesem Bewerbungsausschrei geben Sie dem Leser Ihrer Stellenanzeige einen Handlungskick. Schreiben Sie beispielsweise: "Bewerben Sie sich jetzt gleich auf diese attraktive Stelle. Wir freuen uns sehr auf Ihre Bewerbung."

10. Der Weg ist das Ziel.

Bieten Sie mehrere Möglichkeiten zur Übermittlung der Stellenbewerbung an. Bieten Sie mindestens an, die Bewerbung per E-Mail oder auf dem Postweg einzureichen. Je mehr Optionen Sie zur Übermittlung der Stellenausschreibung aufführen, umso mehr Bewerbungen werden Sie erhalten. Sie können auch eine extra E-Mail Adresse einrichten lassen (bewerbungen@.....de). Unter dem Aspekt „Nutzfreundlichkeit“ ist es ratsam, Ansprechpartner direkt zu benennen - an die sich eine interessierte Person für weitergehende Fragen richten kann.

Immer wichtiger wird auch der Kontaktweg über soziale Netzwerke als Teil der Stellenausschreibung. Der Link auf die Karriereseite, auf der gleich eine Online-Bewerbung möglich ist, und das hinterlegte Mailkontaktformular sollten im Netz Standard sein. Ein Hinweis auf das Twitter- und Facebook-Profil des Unternehmens mit der Aufforderung an die Interessenten, mit der Einrichtung in Kontakt zu treten

11. Verweise setzen. Vergessen Sie nicht die Homepage Ihrer Einrichtung /Dienst / Verbandes anzugeben. Auf der Homepage sollte dann auch die Ausschreibung zu finden sein, bzw. wenn Sie auf weiterführende Informationen in der Stellenausschreibung verweisen, dann sollten diese Informationen auf der Homepage auch zu finden sein.

12. QR-Code. Aktuell werden auf Stellenausschreibungen auch die sog. QR-Codes (Quick Response) angegeben. Über einfaches Einlesen mittels Smartphone gelangt man direkt auf die Homepage oder auf die digitale Stellenausschreibung auf der Homepage.

13. Kreativität. Um aufzufallen bzw. um den Leser zu binden, muss heute mit mehr Kreativität gearbeitet werden. Dies schließt nicht nur die Nutzung von Bildern und Slogans ein, sondern gerade auch die Verwendung von einfacher und gut verständlicher Sprache.

Beispiele /Textbausteine:

Üblich verwandte Textbausteine	Neue Textbausteine
Flexible Arbeitszeiten	Verschiedene Arbeitszeitmodelle
Leistungsgerechte Vergütung nach den Richtlinien für Arbeitsverträge in den Einrichtungen des Deutschen Caritasverbandes (AVR)	Eine über den Branchendurchschnitt liegende Vergütung nach den AVR
Fortbildungsangebote	Persönliche Entwicklungsmöglichkeiten über Fortbildungen oder Zusatzqualifikationen
etc.	etc.