



## Checkliste

# Online-Stellenanzeigen

# Checkliste

## Online-Stellenanzeigen

### Passende Bewerber mit Online-Stellenanzeigen anziehen

Online-Stellenanzeigen bieten gegenüber Print-Stellenanzeigen eine Vielfalt an zusätzlichen Möglichkeiten. Im Gegensatz zu Printanzeigen ist die Online-Stellenanzeige veränderbar und daher offen für kontinuierliche Verbesserungen oder Aktualisierungen. Online-Stellenanzeigen bieten zudem Möglichkeiten zur Verlinkung mit anderen online verfügbaren Inhalten.

Online-Stellenanzeigen können sich daher weit mehr als Printanzeigen auf das wirklich Wesentliche beschränken. Das müssen Sie auch, denn im Internet herrschen andere Lese-gewohnheiten als bei Magazinen oder Zeitungen. Diese Anforderungen sind sowohl bei Stellenanzeigen auf Stellenportalen als auch auf Karrierewebsites zu beachten.

### Online-Stellenanzeigen auf Stellenportalen und Karrierewebsites

Während der Inserent bei Stellenanzeigen auf Online-Stellenportalen durch die dort gesetzten Rahmenbedingungen eingeschränkt ist, steht der optimal auf die Ziele des Personalmarketings ausgerichteten Gestaltung der Online-Stellenanzeigen auf der Karriere-Website des Unternehmens kaum etwas im Wege.

Stellenportale verfolgen eigene Ziele, die durchaus von denen der Inserenten abweichen können. Daher präsentieren sie dem Stellensuchenden beispielsweise weitere interessante Stellenanzeigen -auch die anderer Unternehmen. Auf der unternehmenseigenen Karriere-Website hingegen wird der Personalmarketer das Spektrum der denkbaren Mehrwerte nutzen: Er wird sinnvolle Verbindungen zu weiteren eigenen Stellenangeboten herstellen, zu für den Bewerber relevanten Informationen, zu Möglichkeiten der Kontaktaufnahme usw.

***Online-Stellenanzeigen auf Stellenportalen sollten darauf ausgerichtet sein, die zum Unternehmen passenden Bewerber auf die eigene Karrierewebsite zu ziehen.***

Diese Checkliste unterstützt Sie bei der Gestaltung von Online-Stellenanzeigen, sowohl auf unternehmenseigenen Karriere-Websites wie auf Stellenportalen. Dies betrifft sowohl das Design als auch den Inhalt wie Texte, Bilder oder Videos. Sie bietet ausreichend Freiraum für die Berücksichtigung spezieller Rahmenbedingungen und Einschränkungen der einzelnen Stellenportale und für die Ergänzung unternehmensspezifischer Besonderheiten.

Bei dieser Checkliste handelt es sich lediglich um Denkanstöße und nützliche Aspekte rund um die Gestaltung von Online-Stellenanzeigen auf Karrierewebsites und Stellenportalen. Im Einzelfall empfiehlt sich eine Anpassung möglichst nach entsprechender Beratung. Jedwede Verwendung dieses Textes geschieht auf eigenes Risiko und unter jeglichem Haftungsausschluss der Wolf I.O. Group GmbH.

Bitte kontaktieren Sie uns, wenn Sie sich über Online-Stellenanzeigen mit einem Experten austauschen wollen oder professionelle Unterstützung bei Online-Stellenanzeigen anfordern möchten.

© Wolf I.O. Group GmbH | Engelsstraße 6 | D-42283 Wuppertal | +49 (0)202 4796290 | www.wiog.de. Alle enthaltenen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Kopieren oder Nachdruck verboten; Ausnahmen nur mit ausdrücklicher Genehmigung. Das Zitieren von Auszügen kann nur gestattet werden, wenn die Wolf I.O. Group GmbH als Quelle genannt wird.

# Vorüberlegungen zur Online-Stellenanzeige

## Administration

- Welche Abteilung hat die Vakanz gemeldet? Bis wann soll die Stelle besetzt werden?
- Welche Personen sind (wie) bei der Entscheidung einzubeziehen bzw. zu informieren? Sind diese im entsprechenden Zeitraum verfügbar (kein Urlaub o.ä.)?
- Wo erfolgt die administrative Bearbeitung und Verwaltung der eingehenden Bewerbungen?
- Sind entsprechende Prozesse und Standards für Eingangs- und Zwischenbescheide, Absagen und Einladungen hinterlegt?
- Sind rechtliche Besonderheiten bei diesem Stellenangebot zu beachten?

## Personalmarketing

- Welches Budget steht für Maßnahmen zur Besetzung der Stelle zur Verfügung?
- Welche Zielgruppe(n) wollen wir ansprechen? Welches Einzugsgebiet wollen wir abdecken?
- Welche Alleinstellungsmerkmale weist die Stelle auf, welche positiven Besonderheiten das Unternehmen als Arbeitgeber?
- Welche Suchwege (Online-Stellenportale, Website / Karrierewebsite, Social Media, Newsletter) sollten eingeschlagen werden?
- Welche Online-Stellenportale: Fachportale, Branchenportale, Jobbörsen?
- Auf welchen Social Media Kanälen erreichen wir die Zielgruppe(n)?
  - Die hohe Kontaktbereitschaft in den Social Media (XING, Google+, Facebook, Blogs etc.) kann zu einer Verbesserung des Dialoges mit der Recruiting-Abteilung beitragen und die Türe zu Empfehlungs-Personalmarketing öffnen.
- Mit welchen Newslettern / Job-Newslettern erreichen wir die Zielgruppe(n)?
- An welchen Online-Orten und / oder bei welchen typischen Online-Handlungen erreichen wir die Zielgruppe(n)?
- Auf welchen Seiten der Corporate Website erreichen wir die Zielgruppe(n)?
- Wie nutzen wir die Karrierewebsite des Unternehmens?
  - Wie gestalten wir die Karrierewebsite übersichtlich, ansprechend und dialogfördernd? Bieten wir über eine Navigation dem Bewerber die Möglichkeit, Inhalte in selbst gewählter Reihenfolge aufzunehmen?
- Ist die Erstellung eines Werbebanners oder eines Werbetextes (z.B. für Text-Ad) für diese Stelle sinnvoll, um die Stellenanzeige in anderen Online-Medien zu bewerben?
- Wo werben wir mit Banner, wo mit Werbetext, wo publizieren wir die komplette Online-Stellenanzeige?

## Gestaltung

- Besteht eine im Unternehmen zu verwendende Layout-Vorlage für Online-Stellenanzeigen?
- Welche Farben sind zu verwenden?
- Welche Schrift ist zu benutzen?
- Bei welchem Eye Catcher soll der Blick des Betrachters hängenbleiben und worauf soll der Blick danach fallen?
- Welche Restriktionen sind im Hinblick auf Größe und Textumfang der Online-Stellenanzeige zu beachten?
- Nutzen wir Hochformat (üblich) oder Querformat (entspricht Bildschirm)?
- Zu welchen sinnvollen und an anderer Stelle hinterlegten Informationen soll der Text der Online-Stellenanzeige verlinken?
- Welche Medien werden sinnvollerweise eingebunden?
- Sind bestimmte Bilder oder Grafiken obligatorisch einzubauen?
- Ist die Erstellung eines Videos für diese Stelle sinnvoll?
- Ist die Erstellung eines Podcasts (im Sinne einer Audiodatei) für diese Stelle sinnvoll?
- Welche interaktiven Elemente sollten eingebunden werden?

**» Als aufmerksamkeitsstark haben sich kleine "Tests" erwiesen, in denen Wissen oder Fähigkeiten getestet werden, die einen klaren Bezug zur ausgeschriebenen Stelle haben.**

## Ihre Ergänzungen

- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

## Text der Online-Stellenanzeige

Bitte beachten Sie, dass die Aussagen in dem Stelleninserat helfen sollen, besonders geeignete Bewerber anzuziehen - und nicht besonders viele Bewerber. Verschaffen Sie dem Bewerber ein positives und ehrliches Bild von Ihrem Unternehmen und der angebotenen Stelle.

Die Kunst liegt in der passgenauen Dosierung von passenden Anreizen, sich zu bewerben, und der Vorselektion durch präzise Stellenanforderungen. Der Schlüssel zur erfolgreichen Online-Stellenanzeige liegt dabei in der Beschränkung auf die für die anvisierte Bewerber-Zielgruppe wesentlichen Botschaften.

### Unternehmensbeschreibung

Faustformel: Die Unternehmensbeschreibung sollte sich auf etwa 20 Prozent des Gesamttextes beschränken, etwa zwei bis drei kurze Sätze. Tipp : Fokussieren Sie auf die wirklich interessanten Besonderheiten des Unternehmens. Mögliche Aspekte:

- Was unterscheidet unser Unternehmen von den Wettbewerbern am Arbeitsmarkt?
- Welche Produkte bzw. Dienstleistungen bietet das Unternehmen an?
- Welche Zukunftsperspektiven hat das Unternehmen? Vision, Strategien, Ziele?
- Unternehmensgröße, bspw.: Mitarbeiterzahl, Umsatzvolumen? Alter, Historie?
- Bestehen Konzernzugehörigkeit, wichtige Beteiligungen oder Schwesterfirmen?
- Wo liegt das Unternehmen? Größe der Stadt, evtl. Entfernung zur nächsten Stadt, Wohngebiete, Region, Landschaft, Klima, Kultur, weitere Informationen?
- In welcher Branche? Welche Stellung hat das Unternehmen in der Branche?
- Welche Märkte sind für das Unternehmen / die Stelle bedeutsam?

### Stelle

- Welches ist die exakte Bezeichnung der zu besetzenden Stelle ("Jobtitel")?
- Welche Headline?
- Aus welchem Grund wird diese Besetzung / Neubesetzung vorgenommen?
- Expansion, Ruhestand des Vorgängers, neu geschaffene Arbeitsinhalte?
- Handelt es sich um eine befristete Position, eine Daueranstellung, eine Aushilfstätigkeit?
- Welches ist das Ziel der Stelle? Welche Erfolgskriterien liegen diesem Ziel zugrunde?
- Welche Hauptaufgaben, welche typischen Tätigkeiten, weitere Tätigkeitsfelder?
- Welche Stellung hat die Position in der Unternehmenshierarchie? Gibt es weitere Kollegen in gleicher Position?
- Ist die Stelle mit besonderen Befugnissen oder Vollmachten verbunden?
- Liegen besondere Umstände vor? Reiseanteil, Arbeitszeiten, Schmutz, Lärm, Hitze, Staub, positive Arbeitsbedingungen?

## Qualifikation des Bewerbers

- Welche fachlichen Kompetenzen sind zwingend erforderlich?
  - Erforderliche Schul- bzw. Hochschulabschlüsse, welche Alternativen bestehen hierzu?
  - Welcher Berufsabschluss ist erforderlich, welche Alternativen?
  - Sind eine spezielle Ausbildung oder spezielle Kenntnisse notwendig?
  - Welche Berufserfahrung erwarten Sie? Branchenerfahrung? Erfahrung mit bestimmten Produkten oder in bestimmten Regionen?
  - Welche Sprachkenntnisse sind vonnöten?
- Welche methodischen Kompetenzen sind zwingend erforderlich?
- Welche persönlichen und sozialen Kompetenzen sind zwingend erforderlich?
 

Tipp: Überlegen Sie hierbei, ob Sie auf die Nennung der "üblichen Kompetenzen" zugunsten der speziell relevanten Kompetenzen verzichten können. Bewerber wissen, dass Leistungsbereitschaft, Team-, Kommunikations- und Konfliktfähigkeit in so gut wie jeder Position erforderlich sind.
- Welche fachlichen, methodischen, persönlichen und sozialen Kompetenzen sind zusätzlich wünschenswert?

## Leistungen des Unternehmens

Was hat der Bewerber davon, wenn er sich bei Ihnen und nicht bei einem anderen Unternehmen bewirbt? Vermeiden Sie unscharfe und vage Aussagen über den Nutzen, den Sie dem künftigen Stelleninhaber bieten. Je präziser das Leistungsversprechen (die Employee Value Proposition, EVP) des Unternehmens ausgedrückt wird, desto eher überzeugt es genau die passenden Bewerber.

- Welches Gehalt, welche Leistungsanreize und Rewards bietet das Unternehmen?
- Welche Karriereperspektiven bieten Sie entsprechend geeigneten Bewerbern?
- Welche Fortbildungsmöglichkeiten bestehen?
- Welche weiteren Annehmlichkeiten und Benefits bietet das Unternehmen?
- Wird eine Umzugskostenbeteiligung, Mithilfe bei der Wohnungssuche oder eine Dienstwohnung gewährt?
- Wie erfolgt die Einarbeitung?
- Steht der Vorgänger dem Neuen noch für Rückfragen zur Verfügung?
- Ist ein Mentor vorgesehen?

## Art der Bewerbung

- Welche Form der Kontaktaufnahme wird bevorzugt? Schriftlich, telefonisch, E-Mail?
- Welche Bewerbungsunterlagen benötigen Sie für die Entscheidung?
- Wer ist der Adressat der Bewerbungsunterlagen?

Sind Gehaltsvorstellungen und mögliche Eintrittstermine zu nennen?

## Quick-Check für den Text der Online-Stellenanzeige

- Umfasst der Text zwischen 1.500 und 2.500 Zeichen inkl. Leerzeichen?
- Ist der Text selbst beim Überfliegen verständlich?  
Testen Sie den Text! Welches sind die 5 wichtigsten Botschaften?

1. \_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_

3. \_\_\_\_\_

4. \_\_\_\_\_

5. \_\_\_\_\_

Geben Sie den Anzeigentext im fertigen Layout einem Außenstehenden und bitten Sie ihn um Wiedergabe des Textes. Nennt er u.a. diese 5 Botschaften?

- Ist der Text beim genauen Lesen leicht und flüssig lesbar?
- Wurde das Prinzip "Ein Gedanke - ein Satz" beachtet?
- Wurden Nebensätze ausreichend sparsam verwendet?
- Entsprechen die verwendeten Fremdworte dem üblichen Sprachgebrauch oder sollten sie durch gebräuchlichere und verständlichere Begriffe ersetzt werden?

Prüfen Sie bitte hierauf auch die Stellenbezeichnung. Jobtitel, die ausschließlich im eigenen Unternehmen verwandt werden, gehören nicht in die Online-Stellenanzeige. Zumindest sollten Sie die unternehmensspezifische Stellenbezeichnung durch die allgemeinübliche Entsprechung ergänzen. Dies hilft den geeigneten Bewerbern zudem, das Online-Stellenangebot im Internet aufzufinden.

Überlegen Sie in diesem Zuge auch, welche Anglizismen Sie beibehalten und welche Sie durch deutschsprachige Begriffe ersetzen möchten.

- Wurden sämtliche (tarif-)vertraglichen und gesetzlichen Bestimmungen bei der Formulierung und bei der Schaltung der Online-Stellenanzeige beachtet?

Tipp: Ein besonderes Augenmerk ist darauf zu richten, dass im Text keine Hinweise darauf enthalten sind, die auf eine Benachteiligung aus Gründen der ethnischen Herkunft, des Geschlechts, der Religion oder Weltanschauung, der gesundheitlichen Verfassung, des Alters oder der sexuellen Identität schließen lassen könnten (Allgemeines Gleichbehandlungsgesetz).

- Passt die verwendete Sprache sowohl zur Bewerber-Zielgruppe als auch zum Unternehmen und zu dem verwendeten Medium?
- Gewährleistet der Text der Online-Stellenanzeige sowohl die Vorselektions-als auch die Informationsfunktion im beabsichtigten Maße?
- Wurden die erforderlichen und die gewünschten Stellenanforderungen deutlich voneinander getrennt sowie unmissverständlich, konkret und präzise ausgedrückt?
- Wurden der gesuchten Zielgruppe ausreichend Anreize zur Bewerbung gegeben? Wurden die zentralen Besonderheiten der Stelle und die unseres Unternehmens deutlich herausgestellt?

## Erfolgskontrolle von Online-Stellenanzeigen (ggf. nach Kanal)

Zu besetzende Stelle:	
Vakanz-Meldung (Datum):	
Zu besetzen bis:	Besetzt am:
<b>Maßnahme/Kanal 1:</b>	
Anzahl A-Bewerbungen via 1:	
Anzahl B-Bewerbungen via 1:	
Anzahl C-Bewerbungen via 1:	
Kosten für Maßnahme/Kanal 1	
Kosten pro Bewerbungseingang:	
Kosten pro A-Bewerbungseingang:	
<b>Maßnahme/Kanal 2:</b>	
Anzahl A-Bewerbungen via 2:	
Anzahl B-Bewerbungen via 2:	
Anzahl C-Bewerbungen via 2:	
Kosten für Maßnahme/Kanal 2	
Kosten pro Bewerbungseingang:	
Kosten pro A-Bewerbungseingang:	
<b>Maßnahme/Kanal 3:</b>	
Anzahl A-Bewerbungen via 3:	
Anzahl B-Bewerbungen via 3:	
Anzahl C-Bewerbungen via 3:	
Kosten für Maßnahme/Kanal 3	
Kosten pro Bewerbungseingang:	
Kosten pro A-Bewerbungseingang:	



**WOLF I.O. GROUP GMBH**  
**UNTERNEHMENSBERATUNG**

Engelsstraße 6 (Villa Engels)  
D-42283 Wuppertal  
[www.wiog.de](http://www.wiog.de)

Tel. +49 (0)202 479629-0  
Fax +49 (0)202 479629-29  
Mail [info@wiog.de](mailto:info@wiog.de)

USt-IdNr.: DE267693528  
Geschäftsführung: Diplom-Betriebswirt (FH) Yvonne Wolf  
Handelsregister: HRB 22341, Amtsgericht Wuppertal