

HOW-TO STELLENANZEIGE

Hilfestellungen & Erklärungen, wie Sie
optimal Ihre Stellenanzeige gestalten

INHALTSVERZEICHNIS

1. AUFBAU	3
2. INHALTE	4
2.1. DER TITEL	4
2.2. DER HAUPTTEIL	4
2.3. WEITERE TIPPS	5
3. DIE GESTALTUNG DER STELLENANZEIGE	6
3.1. BILDER & VIDEOS	6
4. DIE STELLENANZEIGE BEWERBEN	6
5. BEISPIEL	7
6. CHECKLISTE	8

Die Stellenanzeige ist der erste direkte Kontakt zu möglichen neuen Auszubildenden. Sie ist das Gesicht Ihres Unternehmens und zeigt, wer Sie sind und was Sie zu bieten haben.

Aus dem Grund ist es wichtig, diese Anzeige mit allen Informationen und Details ansprechend und zielgruppengerecht zu gestalten, damit sie auch ins Auge springt.

Wir zeigen Ihnen, was Sie alles beachten müssen, um erfolgreich neue Azubis für Ihr Unternehmen zu gewinnen.

1. AUFBAU

Eine Stellenanzeige kann nach dem **AIDA-Modell** gestaltet werden. Dieses Konzept wurde dazu entwickelt, Menschen zu einer gewünschten Handlung zu führen, wie z. B. sich zu bewerben. AIDA steht hier für:

- **A – Attention (Aufmerksamkeit)**
Erst einmal soll die Aufmerksamkeit der Kandidat:innen gewonnen werden, wie z. B. durch die Überschrift Ihrer Anzeige.
- **I – Interest (Interesse)**
Hier soll Interesse generiert werden. Dies erreichen Sie durch die ersten prägnanten Sätze Ihrer Stellenanzeige, mit denen Sie die Ausbildungsstelle beschreiben und angeben, wen Sie dafür suchen.
- **D - Desire (Verlangen)**
Im Hauptteil der Stellenanzeige stellen Sie die Ausbildung bei sich und Ihr Unternehmen attraktiv dar, um ein Verlangen bei den Leser:innen zu schaffen, sich die Stelle genauer anzuschauen bzw. sich zu bewerben. Beschreiben Sie hier die Aufgaben, die nötigen Qualifikationen und was Sie dem Bewerber bieten können (z. B. Übernahmegarantie, Weiterbildung, Aufstiegschancen).
- **A – Action (Handlung)**
Im letzten Schritt rufen Sie zu einer Handlung auf. In unserem Fall: Bewerben Sie sich jetzt! Zusätzlich beschreiben Sie, wie Kandidat:innen sich bei Ihnen bewerben können, welche Unterlagen sie einreichen müssen und welche Schritte im Bewerbungsprozess nötig sind. Geben Sie am Ende die Kontaktdaten des/der Ansprechpartner:in an. Unser Tipp: Ein „Jetzt Bewerben“ – Button fordert zu einer Handlung auf und lenkt die Interessent:innen z. B. zu Ihrer Website oder dem Bewerbermanagementsystem m Bewerbungstool.

2. INHALTE

2.1. DER TITEL

Gestalten Sie den Titel der Anzeige klar und deutlich, z. B.

„Wir suchen Dich für eine Ausbildung zum Kfz-Mechatroniker (m/w/d)“.

Verwenden Sie keine internen Begriffe oder Abkürzungen, die Außenstehende nicht kennen. Entsprechende Schlagworte sind auch für das Auffinden für Google wichtig.

2.2. DER HAUPTTEIL

- **Wer sind Sie bzw. was macht Ihr Unternehmen?**

Beschreiben Sie in diesem Teil Ihr Unternehmen:

- In welcher Branche sind Sie tätig?
- Welche Produkte oder Dienstleistungen bieten Sie an?
- Wie viele Mitarbeiter:innen und Auszubildenden arbeiten bei Ihnen?
- An wie vielen und an welchen Standorten?
- Was zeichnet Sie als Arbeitgeber:in aus? Was macht Sie für Mitarbeiter:innen besonders?

- **Wen genau suchen Sie?**

Um die Tätigkeiten durchzuführen, müssen Kandidat:innen bestimmte Voraussetzungen erfüllen und bereits Qualifikationen mitbringen. Beschreiben Sie diese im besten Fall in einer absteigenden Reihenfolge nach ihrer Wichtigkeit. Bitte beachten Sie, dass zu hohe Erwartungen, Kandidaten auch abschrecken können.

- Welche sind Ihre Anforderungen (z. B. Schulabschluss, Fächer, Noten, Führerschein)
- Was sollten Kandidat:innen auf jeden Fall mitbringen und welche Qualifikationen sind wünschenswert, aber kein Muss?
- Passen die Anforderungen und die Tätigkeiten zusammen?!

- **Was bieten Sie?**

Zählen Sie auf, was Sie als Arbeitgeber und Ausbilder attraktiv macht!

- Ihre Unternehmenskultur, die Tätigkeitsbereiche, Arbeitsatmosphäre, Weiterbildung & Perspektiven, ein hauseigenes Fitnessstudio, kostenloses Wasser & Obst, Rabatt auf die eigenen Produkte usw.
- Was macht Ihr Unternehmen bzw. Ihre Ausbildung so besonders?
- Welche Vorteile haben Auszubildende und Mitarbeiter:innen bei Ihnen?

- **Wie bewirbt man sich bei Ihnen?**

Auf vielen Websites oder auch in Stellenanzeigen ist oft nicht klar zu erkennen, wie der Bewerbungsprozess abläuft. Damit können Sie potentielle Kandidat:innen verlieren. Beschreiben Sie den Bewerbungsprozess also ganz konkret:

- Welche Schritte durchlaufen Bewerber:innen?
- Welche Bewerbungsunterlagen sollen eingereicht werden?
- Wann können Bewerber:innen mit einer Antwort rechnen?
- Bis zu welchem Datum können Bewerbungen eingereicht werden?
- Geben Sie Kontaktdaten des/der Ansprechpartner:in an.
- Call-to-Action: Fügen Sie den “Jetzt Bewerben“-Button hinzu!

2.3. WEITERE TIPPS

- **Das Allgemeine Gleichbehandlungsgesetz (AGG)**

Beachten Sie, dass in Ihrer Stellenausschreibung klar werden muss, dass sich jeder unabhängig von **Geschlecht, Alter, ethnischer Herkunft, Religion, sexueller Identität und körperlicher / geistiger Behinderung** auf diese Stelle bewerben darf und auch keine Nachteile durch diese Aspekte entstehen.

- Leicht kann es zu indirekten Diskriminierungen kommen, die überhaupt nicht so gedacht waren. Wenn Sie z. B. als Anforderung schreiben „Deutsch als Muttersprache“ könnte man annehmen, dass Sie keine Bewerber:innen einstellen, die nicht deutscher Abstammung sind. Alternativ können Sie die Formulierung „fließend in Wort und Schrift“ nutzen. Für geschlechtsneutrale Stellenausschreibungen verwenden Sie am besten bereits im Titel den Zusatz **(m/w/d)**, denn so ist verständlich, dass jedes Geschlecht gemeint ist.
- Ein weiterer Punkt, den es zu beachten gilt, ist, dass Sie nicht mehr auf ein Foto der Bewerber:innen bestehen dürfen. Viele Kandidat:innen fügen dieses zwar freiwillig hinzu, aber es ist nicht mehr zwingend erforderlich.
- **Siezen oder doch duzen?**
Hier kommt es darauf an, wie Sie im Unternehmen untereinander kommunizieren und welche Werte Sie vermitteln wollen. Jüngere Organisationen mit flachen Hierarchien und kleine Unternehmen nutzen meistens die „Du“-Form. Beachten Sie, dass Sie wahrscheinlich ebenfalls geduzt werden, wenn Sie es in der Stellenanzeige tun, denn Bewerber wissen oft dann nicht genau welche Form sie nun nutzen sollen. Entscheiden Sie sich also für eine Variante und behalten Sie diese den ganzen Prozess über bei.

3. DIE GESTALTUNG DER STELLENANZEIGE

3.1. BILDER & VIDEOS

Um Ihren Textinhalt zu unterstützen und anschaulicher zu gestalten, können Sie gute Fotos in Ihre Anzeige integrieren, die z. B. Tätigkeiten oder das Team zeigen. Nutzen Sie jedoch maximal zwei aussagekräftige und passende Bilder. Achten Sie darauf, keine Stock Fotos zu nutzen, sondern eigene, realistische und authentische Foto. Diese kommen wesentlich besser bei den Bewerber:innen an als gekaufte Fotos, die man schon 20 Mal gesehen hat 😊. Natürlich darf auch Ihr Logo in der Stellenanzeige nicht fehlen!

Sollten Sie auch über Videos verfügen, die die Informationen der Stellenausschreibung unterstützen, ist es ein Plus, denn Videos werden insbesondere online besonders gerne konsumiert. Verlinken Sie Info-Videos ganz einfach in der Stellenanzeige und ermöglichen Sie somit dem Kandidaten, dass Video direkt auf dieser Seite anzuschauen. Sie können die Stellenausschreibung z. B. auch als Video gestalten, mit der Hilfe von aktuellen Azubis, in dem Sie die Tätigkeiten und die Atmosphäre zeigen und dieses ebenfalls als Werbung für die Stelle nutzen. Teilen Sie dieses Video auf Ihren Social Media Kanälen!

4. DIE STELLENANZEIGE BEWERBEN

Schritt 1

Damit Ihre Stellenausschreibung gefunden wird, müssen Sie darauf achten, Schlüsselwörter zu nutzen. Denn die meisten Kandidat:innen nutzen für die Jobsuche die Suchmaschine Google. Um die besten Ergebnisse zu erzielen, muss der Job-Titel Wörter beinhalten, nach denen auch gesucht wird, z. B. die Anstellungsart und der Bereich, die Branche, das Unternehmen oder den Standort. Beispiel: Ausbildung Kfz-Mechatroniker Köln oder Automobilkauffrau Ausbildung Autohaus Mustermann Berlin

Schritt 2

Definieren Sie die Zielgruppe, die Sie erreichen wollen (z. B. Auszubildende). Jetzt können Sie überlegen, wo sie diese Zielgruppe am besten mit Ihrer Stellenanzeige erreichen. Social Media, eigene Website, Jobportale wie ausbildung.de, Azubyio.de oder in der Schule, bei Freizeitveranstaltungen oder Ausbildungsmessen. Dort bewerben Sie Ihre Ausbildungsstellen mit den entsprechenden Stellenanzeigen.

Nutzen Sie alle Möglichkeiten, die Ihnen zur Verfügung stehen, um möglichst breit gefächert Ihre Stellenanzeige zu teilen. Damit erhöhen Sie die Wahrscheinlichkeit, viele potentielle Kandidat:innen zu finden!

5. BEISPIEL

Stellenausschreibung

Praxis-Beispiel

	
<h2>JOBTITEL</h2>	
<p>Wer sind Sie?</p> <p>Was erwarten Sie vom Bewerber?</p> <p>Wen suchen Sie?</p> <p>Was bieten Sie?</p>	<p>Wie bewirbt man sich bei Ihnen?</p> <p>Weitere Informationen:</p>
<h2>JETZT BEWERBEN</h2>	

6. CHECKLISTE

- ✓ Die Stellenausschreibung ist einfach auf der Karriereseite zu finden.
- ✓ Die Stellenausschreibung wurde auf verschiedenen Portalen geteilt, um eine maximale Reichweite zu erzielen.
- ✓ Der Job-Titel fällt sofort auf und ist durch Keywords so beschrieben, dass jeder weiß was gemeint ist → keine Nutzung von internen Begriffen oder Abkürzungen.
- ✓ Der Job-Titel ist AGG konform.
- ✓ Alle nötigen Informationen sind gegeben und es werden alle Fragen beantwortet (Wer Sie sind, was Sie erwarten, wen Sie suchen, was Sie anbieten und wie man sich bei Ihnen für diese Stelle bewirbt).
- ✓ Die Anzeige wird durch Bilder und / oder Videos unterstützt und das Logo des Betriebes ist klar zu sehen.
- ✓ Die Anzeige ist optisch gesehen gut angeordnet, ansprechend und spiegelt einen Teil des Unternehmens wieder.
- ✓ Alle wichtigen Informationen können einfach gelesen werden (Mischung aus Stichworten und Fließtext).
- ✓ Sie haben die Kontaktdaten eines/einer Ansprechpartner:in angegeben.
- ✓ Der „Jetzt Bewerben“-Button ist klar sichtbar und funktioniert einwandfrei → dieser leitet den Bewerber direkt durch den Bewerbungsprozess.
- ✓ Online-Bewerbungen sind durch 1-Klick möglich.
- ✓ Die Stellenausschreibung kann von Nutzern geteilt werden.
- ✓ Text, wie auch Bild- und Videomaterial wird benutzt und diese passen zum Unternehmen.
- ✓ Die Stellenausschreibung lässt keine Fragen offen.
- ✓ Die Aussagen sind authentisch, individuell, glaubwürdig und nicht austauschbar.
- ✓ Die Stellenausschreibung weckt das Interesse von Außenstehenden.

Bei Fragen wenden Sie sich gerne an uns:

Zentralverband Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe e. V. (ZDK)
Initiative AutoBerufe – Zukunft durch Mobilität
Franz-Lohe-Straße 21
53129 Bonn

www.autoberufe.de

information@autoberufe.de

www.wasmitautos.com

hello@wasmitautos.com

Erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit.