

„Ausbildung 4.0 – digital vernetzt!“

„Ausbildung ahoi! – Segel setzen für Industrie 4.0“

Zusammenfassung des Online-Seminars aus der Reihe „Azubigewinnung neu denken“ mit dem Thema „**Die Kunst der Worte – Stellenanzeigen richtig formulieren**“ am 22.2.22.

Ein ganz besonderer Dank gilt Dr. Anika Jansen, die ihre praktischen Hinweise für eine zielgerichtete Ansprache mit jeder Menge theoretischen Hintergründen und wichtigem Zahlenmaterial untermauern konnte. Besonders einprägsam war die Studie über das „**Eyetracking – Wo geht der Blick als erstes hin?**“ (Folie Nr. 7), sowie die Darstellung „**Was SchülerInnen besonders wichtig ist**“ auf Folie Nr. 17.

Ein Unternehmen darf nicht mehr auf Bewerbungen warten, sondern muss selbst aktiv werden. Bewerben Sie sich bei Ihren Azubis und Fachkräften und machen Sie auf sich aufmerksam!

▪ **1. Übersicht und Struktur**

Gestalten Sie Ihre Anzeige klar und übersichtlich und beschreiben Sie den Jobtitel, die Tätigkeiten und die Anforderungen möglichst präzise. Zeigen Sie **authentische Bilder aus ihrem Arbeitsalltag** und nicht Stock-Fotos, die überall zu sehen sind. Damit ist die Chance auf gut passende Bewerbungen höher.

▪ **2. Information**

Einfache Sprache, ansprechende Gestaltung, präzise und knappe Formulierungen. Nutzen Sie Vokabeln, von denen Bewerberinnen sich angesprochen fühlen (Folie 20).

▪ **3. Attraktivität**

Fragen Sie sich zunächst, was Sie als Unternehmen besonders macht, aus welchen Gründen will man genau bei Ihnen arbeiten? Welchen Sinn stiften Sie? Engagieren Sie sich evtl. im lokalen Verein? Bieten Sie moderne Maschinen, Materialien, Arbeitskleidung. Investieren Sie in modern ausgestattete Firmenfahrzeuge oder in Weiterbildung? Z Scheuen Sie sich nicht, Ihre **Benefits** aufzuzählen und nutzen Sie auch hierfür Icons oder Bilder.

- **4. Auffindbarkeit**

Ihre eigene Homepage – und dann am besten auf einer gut gestalteten, SEO-optimierten Karriereseite, damit Sie ganz oben bei den Google-Ergebnissen erscheinen. Verwenden Sie **regionale Stellenportale**, wie z.B. DIGI:BO ! Es hat keinen Zweck, viel Geld an ein Portal zu verschwenden, welches Stellen bundesweit anbietet – **Ihre** zukünftigen Azubis sind ganz in Ihrer Nähe.



<https://blog.talentpro.de/2020/03/05/die-candidate-journey-aus-bewerbersicht-gedacht/>

- **5. Und am besten: Ihre eigenen Mitarbeiter!**

Wenn Ihre Mitarbeiter zufrieden sind, dann erzählen sie das mit Freude weiter.

Die Verarbeitung dieser vielen Informationen wird sicherlich noch einige Zeit dauern, ehe das Gehörte im Recruiting-Prozess umgesetzt werden kann. Sehr gerne bieten wir Ihnen unsere Unterstützung an – zögern Sie nicht, sich jederzeit an uns zu wenden.

Ihr Teams der Projekte

Ausbildung 4.0 – digital vernetzt und Ausbildung ahoi!



Gefördert als JOBSTARTER plus-Projekt aus Mitteln des Bundesministeriums für Bildung und Forschung und des Europäischen Sozialfonds.

CHECKLISTE

Stellenanzeigen

Seien Sie beim Aufbau Ihrer Stellenanzeige klar und kreativ.
Stechen Sie mit Ihrer individuellen Stellenanzeige aus der Masse heraus!

Inhalt

- Die Stellenanzeige hat einen aussagekräftigen und **allgemeinverständlichen Titel**. Dieser spricht alle Geschlechter an. So kann nach dem Titel der Hinweis (m/w/d) eingefügt werden. Das steht für männlich, weiblich, divers.
- Bei der Formulierung der Stellenanzeige achten wir auf das **Allgemeine Gleichbehandlungsgesetz (AGG)**. Wir benachteiligen niemanden aus Gründen der Rasse oder wegen der ethnischen Herkunft, des Geschlechts, der Religion oder Weltanschauung, einer Behinderung, des Alters oder der sexuellen Identität.
- In unserer Stellenanzeige stellen wir uns als **attraktiver Arbeitgeber** vor. Wir zeigen, was uns auszeichnet und wie unsere Unternehmenskultur aussieht.
- Du oder Sie?** Immer häufiger werden Interessenten in Stellenanzeigen geduzt. Schauen Sie, was am besten zu Ihrer Unternehmenskultur passt. Sie nutzen alle das „Du“ im Unternehmen und haben flache Hierarchien, dann sprechen Sie ruhig die Bewerbenden persönlich an. Haben Sie eher einen formellen Ton im Unternehmen, dann bleiben Sie authentisch beim „Sie“.
- Was wir unseren Mitarbeitenden bieten**, listen wir auf; beispielsweise Weiterbildungsmöglichkeiten, Nahverkehrsticket, Angebote zur Work-Life-Balance etc. Dabei werden wir so konkret wie möglich: Was heißt Work-Life-Balance bei uns genau im Unternehmen?
- Die Aufgaben sind in einer **einfachen Sprache** zusammengefasst. Die Sätze sind nicht verschachtelt, sondern einfach und kurz. Interne Abkürzungen werden nicht genutzt.
- Auf **unnötige Füllwörter**, Fremdwörter und Floskeln haben wir verzichtet.
- Bei den Qualifikationen und Erwartungen unterscheiden und kennzeichnen wir deutlich zwingende **Muss-Anforderungen und wünschenswerte Kenntnisse**. Wir geben schon hier die Information, dass diese auch noch während des Arbeitsprozesses erworben werden können.
- Für eine **einfache Kontaktaufnahme** nennen wir einen persönlichen Ansprechpartner mit direkter Telefondurchwahl und/oder E-Mail-Adresse.
- Wir ermöglichen **einfache Bewerbungswege**: E-Mail, Online-Portal, Bewerbung ohne Anschreiben, Rückruf bei Hinterlassen des Namens und der Telefonnummer etc.
- Welche **Informationen wir von den Kandidatinnen und Kandidaten** benötigen, geben wir konkret an (bspw. gewünschtes Eintrittsdatum oder Gehaltsvorstellungen).

Gestaltung

- Die Sprache ist an unser Unternehmen und unsere Zielgruppe angepasst.
- Wir verwenden nur so viel Text wie nötig.
- Eigene Fotos zeigen in der Stellenanzeige unseren Arbeitsalltag und unsere Unternehmenskultur. Wir nutzen keine gekauften Bilder aus dem Internet.
- Wir lassen Mitarbeitende selbst zu Wort kommen. Mit einem Foto und Zitat wird schnell klar, warum diese gerne im Unternehmen arbeiten. Bei Print-Anzeigen führt ein QR-Code zu weiteren Informationen wie beispielsweise unserer (Karriere-) Webseite, Videos oder direkt auf die digitale Möglichkeit die Bewerbung einzureichen.
- Die Stellenanzeige ist in unserem Corporate Design gestaltet und unser Logo ist darauf gut zu sehen.



HINWEISE ZUM AUFBAU

Seien Sie beim Aufbau Ihrer Stellenanzeige kreativ. Schauen Sie nicht zu sehr darauf, wie es andere machen.

Zeigen Sie im Aufbau viel ...

- ... Einblicke in Ihr Unternehmen
- ... persönliche Fotos und Beschreibungen aus Sicht Ihrer Mitarbeitenden.
- ... Punkte, die Sie als Arbeitgeber attraktiv machen.

Zeigen Sie weniger ...

- ... Aufgabenbeschreibungen
- ... Qualifikationen und erforderliche Kenntnisse



HINWEISE ZUR VERÖFFENTLICHUNG:

Schauen Sie: Wo ist Ihre Zielgruppe unterwegs und könnte auf die Stellenanzeige aufmerksam werden? Sie müssen nicht alle Verbreitungswege nutzen, sondern nur die, die zu Ihrem Unternehmen, der Zielgruppe und der Stellenanzeige passen.

Mögliche Verbreitungswege:

- Karriere- bzw. Unternehmenswebseite
- Arbeitgeber-Service der Agentur für Arbeit
- Regionale und/oder fachspezifische Stellenbörsen
- Persönliche Empfehlungswege Ihrer Mitarbeitenden
Regionale und/oder fachspezifische Stellenbörsen
- Social-Media-Kanäle
- Regionale und/oder Fachzeitung bzw. -zeitschrift





Allgemeines und Formulierungen

- Wir beachten die rechtlichen Aspekte des allgemeinen Gleichbehandlungsgesetzes (AGG).*
- Wir sprechen beide Geschlechter gleichermaßen an, indem wir darauf achten, nicht ausschließlich die männliche Form als Ansprache zu nutzen.*
- Wir verwenden neutrale Formulierungen für Personengruppen und Jobbezeichnungen, wie: „Abteilungsleitung“, „Assistenz“, „Belegschaft“, „Studierende“, „Teilzeitkraft“, „Geschäftsführung“.*
- Wir verzichten auf für Frauen eher abschreckende Formulierungen, wie „Durchsetzungsvermögen“, „Analytisches Denken“, „Verhandlungsgeschick“.*
- Wir nutzen für Frauen ansprechende Formulierungen, wie „Ziele mit Ausdauer verfolgen“, „offen und klar kommunizieren“, „maßgeschneiderte Lösungen entwickeln“.*
- Um Frauen mit Migrationshintergrund anzusprechen, formulieren wir unsere Anzeigen in einer leicht verständlichen Sprache und nutzen fremdsprachige Medien zur Verbreitung der Anzeige.*

Inhalte

- Die Anzeige stellt in den Fokus, was unser Unternehmen dem Bewerbenden bietet.*
- Wir betonen unsere Besonderheiten, die für Frauen von Interesse sind.*
Zum Beispiel:
 - Work-Life-Balance*
 - Frauen- und familienfreundliche Personalpolitik*
 - Mögliche Arbeitszeitmodelle*
 - Homeoffice*
 - Führen in Teilzeit*
 - Familienfreundliche Siegel*
- Wir haben geprüft, ob die Stelle in Teilzeit möglich ist, da uns bewusst ist, dass dies ein relevantes Kriterium sein kann.*





- Aus unserer Stellenanzeige werden folgende Punkte ersichtlich:
 - Aufgaben
 - Qualifikationen
 - Vollzeit oder Teilzeit
 - Befristet oder unbefristet
 - Gehalt(srahmen)
- Wir haben geprüft, welche Anforderungen tatsächlich notwendig sind.
- Wir formulieren unsere Qualifikationsanforderungen so breit wie möglich. z. B.: „Sie verfügen über...oder...oder vergleichbare Kenntnisse und Erfahrungen“.
- Wir kennzeichnen klar, welche Anforderungen auch im Rahmen der Stelle entwickelt werden können.
- Wir orientieren uns bei der Formulierung des Anforderungsprofils für eine Stelle eher an Aufgaben und Qualifikationen statt an Eigenschaften.
- Wir stellen in unserer Ausschreibung dar, was die Interessierten im Arbeitsalltag bei uns erwartet.
- Wir machen deutlich, dass private Pflichten mit der ausgeschriebenen Stelle vereinbar sind.
- Wir sind glaubwürdig: Wir erwähnen nur Maßnahmen, die wir auch tatsächlich einhalten können.
- Wir berücksichtigen in unseren Anzeigen, dass Frauen großen Wert auf folgende Punkte legen: Unternehmenskultur, Arbeitszeiten, Qualifikationsmöglichkeiten und Anforderungen.
- Um Frauen mit Behinderungen anzusprechen,
 - erwähnen wir relevante Informationen, wie die Erreichbarkeit des Unternehmens und die Barrierefreiheit des Gebäudes,
 - geben wir Hinweise auf unsere Unternehmensphilosophie,
 - haben wir einen eigenen Bereich auf unserer Webseite für diese Zielgruppe eingerichtet.
- Unsere Aufforderung sich zu bewerben ist so formuliert, dass die Hürde möglichst klein ist, dies umzusetzen.
- Es wird deutlich in welcher Form, an wen und wohin die Bewerbung gehen soll.





Form

- Unsere Stellenanzeigen sind strukturiert und lesefreundlich aufgebaut.*
- Wir transportieren die Informationen so, dass die Neugier der Lesenden geweckt wird und wenig Fragen offen bleiben.*
- Wir nutzen die Wirkung von Bildern und achten darauf, dass:*
 - die Bildsprache zu unserem Unternehmen passt,*
 - unsere eigenen Beschäftigten und unser Unternehmen gezeigt werden,*
 - nur abgebildet wird, was auch Realität in unserem Unternehmen ist*
 - sich Frauen in unseren Bildern wiederfinden können.*
- Unsere Stellenanzeige spiegelt unsere Unternehmenskultur wieder und wird greifbar dargestellt durch beispielsweise*
 - lebendige Beispiele aus dem Berufsalltag*
 - Fotos*
 - Links oder QR-Codes zu Best-Practice-Beispielen/ Aktivitäten außerhalb des Arbeitsplatzes/ Facebook*
- Um Frauen mit Behinderungen zu erreichen,*
 - gestalten wir unsere Anzeigen barrierefrei,*
 - nutzen wir Schriftgröße 12,*
 - nutzen wir barrierefreie PDF-Formate,*
 - nutzen wir mattes Papier.*

Zu guter Letzt

- Wir lassen die Stellenausschreibungen von weiblichen Kolleginnen und von Mitarbeitern, die die Stelle kennen, gegenlesen.*



Die Kunst der Worte

Wie schreibe ich eine gute Stellenanzeige?

Technische Akademie Nord e.V., Azubigewinnung neu denken

22. Februar 2022, 10:00 Uhr

Kurz zu mir:



Dr. Anika Jansen

Referentin für

Berufliche Bildung und Fachkräfte

Wir, das Kompetenzzentrum Fachkräftesicherung, stellen relevante Informationen für gute Personalarbeit in KMU bereit



KOFA Fachkräftesicherung für kleine und mittlere Unternehmen

Geldgeber: Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz

Fachkräftengänge verstehen | Personalarbeit analysieren | Mitarbeiter finden und binden | Dossiers | Inhalte von A-Z | Service | Über uns

Personalarbeit mit Weitblick

Was Unternehmen tun können, um einem Fachkräftemangel entgegenzuwirken.

Heutzutage fällt es für Unternehmen immer schwieriger, Fachkräfte auf dem Arbeitsmarkt zu finden und langfristig zu binden? – Lernen Sie Strategien und Maßnahmen kennen, um Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu rekrutieren, zu qualifizieren und zu halten.

[Mehr erfahren](#)

Schritt 1: **Fachkräftengänge verstehen** | Schritt 2: **Personalarbeit analysieren** | Schritt 3: **Mitarbeiter finden und binden**



Studien: Analyse zur Fachkräftesituation in Deutschland



Handlungsempfehlungen und Checkliste: Tipps für Ihre Personalarbeit



Praxisbeispiele: Best Practice zum Nachahmen und Weiterdenken



Trends: Zukunftsthemen wie digitale Bildung und Weiterdenken



Podcast: Themen inhaltlich für die Ohren aufbereitet



Webinare: Weiterbildung und Austausch vom Schreibtisch aus



Newsletter: regelmäßige Infos über aktuelle Trends im Themenfeld



Vorträge und Netzwerke: Austausch mit den Expertinnen und Experten vor Ort



Lernvideos: Kurze Lernvideos für zwischendurch

Wieso ist eine gute Stellenanzeige so wichtig?

1. **Der erste Eindruck zählt!** Die Stellenanzeige ist der erste Kontakt zwischen Bewerbenden und Unternehmen
2. **Mehr gute Bewerbungen:** Mehr Konkurrenz zwischen Betrieben um die besten Köpfe
3. **Weniger Aufwand** im Bewerbungsprozess: Eine klare Beschreibung sibt auch nicht passende Bewerber aus.
4. Wenn die Anforderungen und Tätigkeitsbeschreibungen klar sind, sind auch **Ausbildungsabbrüche weniger wahrscheinlich.**



Was gehört zu einer guten Stellenanzeige?

1. Übersichtlich
und strukturiert



2. Informativ



3. Attraktiv



4. Auffindbar



Wie ist eine gute Stellenanzeige?

1. Übersichtlich
und strukturiert



2. Informativ



3. Attraktiv



4. Auffindbar





Wo geht der Blick
als erstes hin?

Hier geht es vom Feinsten.
Hunger auf attraktive Stellungsangebote?
FIRMA – Wir suchen Sie!

Wir sind das führende Masturiumnehmen der Welt, weil wir intelligente Lösungen bieten - für unsere Kunden und für eine nachhaltige Zukunft. Dazu vernetzen und fördern wir Menschen mit den unterschiedlichsten Talenten - weltweit. Das eröffnet Ihnen vielfältige Entwicklungschancen. Bei uns zählt Ihre Leistung ebenso wie Ihre Persönlichkeit. So werden aus Chancen Karrieren. Bei FIRMA.

Musterstadt ist der weltweit größte Standort und Sitz der Konzernzentrale. Das Herz der FIRMA liegt gleichzeitig im Herzen der europäischen Masturiprozess Flussschwab. Hier erwarten Sie beruflich sowie in Ihrer Freizeit ein attraktives Umfeld. Für unsere Abteilung Management Consulting suchen wir:

Senior Management Consultants (m/w)

Was Sie erwartet:
Im Bereich Lebensmittelbereich werden Sie als Senior-Management-Consultant zielgruppenorientierte Verkaufstrategien erstellen und diese Märkte in Europa erschließen. Dabei berücksichtigen die Normierungen im Lebensmittelbereich und treten in einen engen Austausch mit unseren Nahrungsmittelherstellern, üben und koordinieren Vertriebsmaßnahmen und tragen effektiv zur Steigerung unseres Umsatzes bei.

Was wir erwarten:
Sie haben ein Studium der Nahrungs- oder Wirtschaftslehre (Master) abgeschlossen und verfügen über Vertrieb- und Managementkenntnisse. Alternativ haben Sie eine Ausbildung zum Laboranten im Pharmabereich und weisen mehrjährige Erfahrung als Consultant auf. Sie sind mit den Lebensmittelbestimmungen vertraut, verfügen über entsprechende Zertifikate, sind Feuer und Flamme für Produkt und Marke und scheuen weder den Kundenkontakt, noch die straffe Führung eines Teams.

Wir bieten:
Wir stellen eine attraktive Vergütung mit Erfolgsboniifikationen, Übernahme der betrieblichen Altersvorsorge sowie Home-Office in der Gestaltung Ihrer Work-Life-Balance. Möglichkeiten zur fachlichen Weiterbildung und ein hoher Lebensstandard im Raum Musterstadt sprechen für sich.

Referenzcode: DE123456789
Ihre Bewerbung erreicht uns online über www.firma.com/orar
oder schriftlich an:
FIRMA GmbH
Postfach 10 20 30
54321 Musterstadt

Hier geht es vom Feinsten.
Hunger auf attraktive Stellungsangebote?
FIRMA – Wir suchen Sie: www.firma.com

Wir sind das führende Masturiumnehmen der Welt, weil wir intelligente Lösungen bieten - für unsere Kunden und für eine nachhaltige Zukunft. Dazu vernetzen und fördern wir Menschen mit den unterschiedlichsten Talenten - weltweit. Das eröffnet Ihnen vielfältige Entwicklungschancen. Bei uns zählt Ihre Leistung ebenso wie Ihre Persönlichkeit. So werden aus Chancen Karrieren. Bei FIRMA.

Musterstadt ist der weltweit größte Standort und Sitz der Konzernzentrale. Das Herz der FIRMA liegt gleichzeitig im Herzen der europäischen Masturiprozess Flussschwab. Hier erwarten Sie beruflich sowie in Ihrer Freizeit ein attraktives Umfeld. Für unsere Abteilung Management Consulting suchen wir:

Senior Management Consultants (m/w)

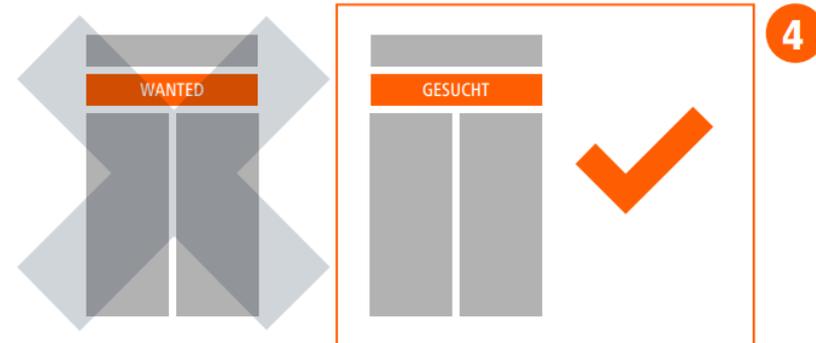
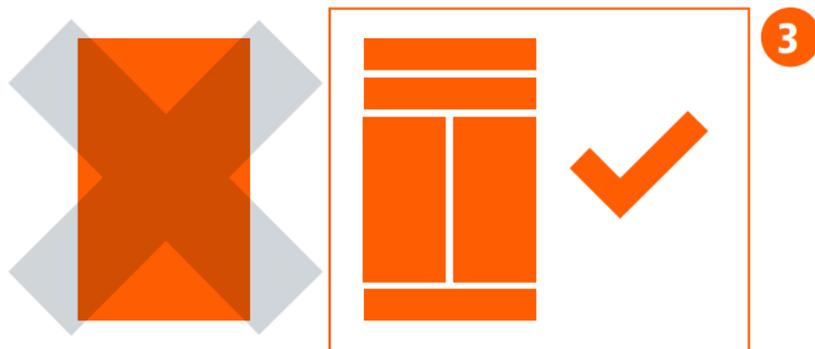
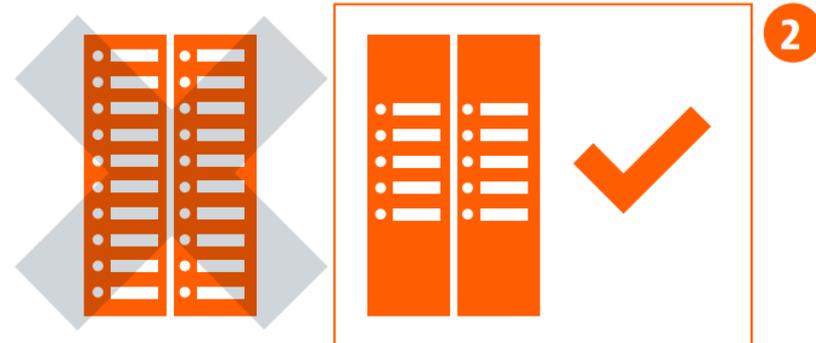
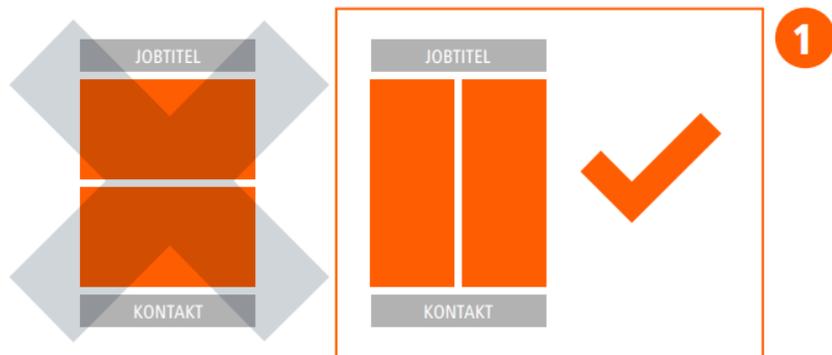
Was Sie erwartet:
Im Bereich Lebensmittelbereich werden Sie als Senior-Management-Consultant zielgruppenorientierte Verkaufstrategien erstellen und diese Märkte in Europa erschließen. Dabei berücksichtigen die Normierungen im Lebensmittelbereich und treten in einen engen Austausch mit unseren Nahrungsmittelherstellern, üben und koordinieren Vertriebsmaßnahmen und tragen effektiv zur Steigerung unseres Umsatzes bei.

Wir erwarten:
Sie haben ein Studium der Nahrungs- oder Wirtschaftslehre (Master) abgeschlossen und verfügen über Vertrieb- und Managementkenntnisse. Alternativ haben Sie eine Ausbildung zum Laboranten im Pharmabereich und weisen mehrjährige Erfahrung als Consultant auf. Sie sind mit den Lebensmittelbestimmungen vertraut, verfügen über entsprechende Zertifikate, sind Feuer und Flamme für Produkt und Marke und scheuen weder den Kundenkontakt, noch die straffe Führung eines Teams.

Wir bieten:
Wir stellen eine attraktive Vergütung mit Erfolgsboniifikationen, Übernahme der betrieblichen Altersvorsorge sowie Home-Office in der Gestaltung Ihrer Work-Life-Balance. Möglichkeiten zur fachlichen Weiterbildung und ein hoher Lebensstandard im Raum Musterstadt sprechen für sich.

Referenzcode: DE123456789
Ihre Bewerbung erreicht uns online über www.firma.com/orar
oder schriftlich an:
FIRMA GmbH
Postfach 10 20 30
54321 Musterstadt

Quelle: Jobware, 2014, Eye-Tracking-Studie - Leseverhalten bei Online-Stellenanzeigen



Wie ist eine gute Stellenanzeige?

1. Übersichtlich
und strukturiert



2. Informativ



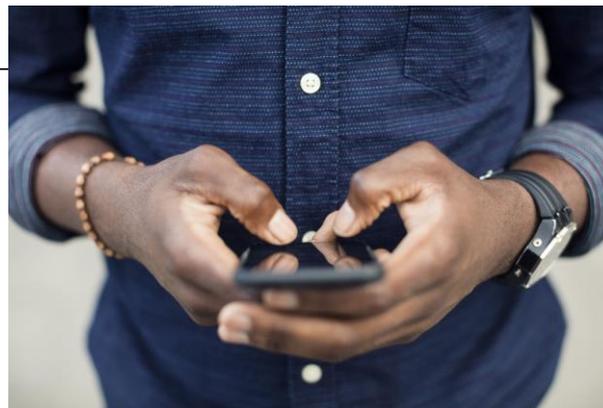
3. Attraktiv



4. Auffindbar



Generation Z



Vergleich /
Ansprüche

Schnell-
lebigkeit

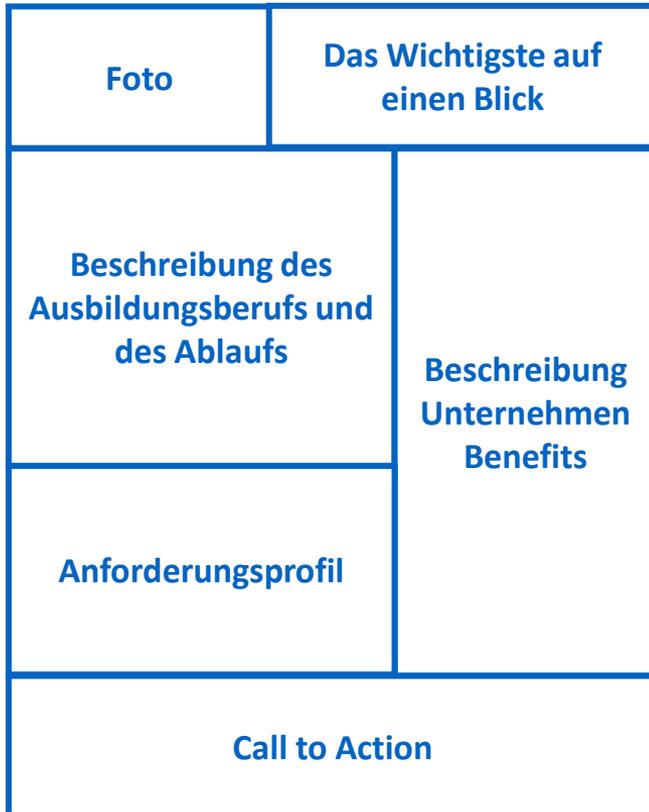
Virtuell



Familie

Sicherheit

Sinn



Der Aufbau einer Stellenanzeige

Foto	Das Wichtigste auf einen Blick	
Beschreibung des Ausbildungsberufs und des Ablaufs	Beschreibung Unternehmen Benefits	
Anforderungsprofil		
Call to Action		



Foto	Das Wichtigste auf einen Blick	
Beschreibung des Ausbildungsberufs und des Ablaufs	Beschreibung Unternehmen Benefits	
Anforderungsprofil		
Call to Action		



Azubi Hotelfach*, Azubi Restaurantfach* und Azubi Koch*

*m/w/d ist uns egal – wir freuen uns über ALLE Menschen!



Bildsprache

Bildsprache

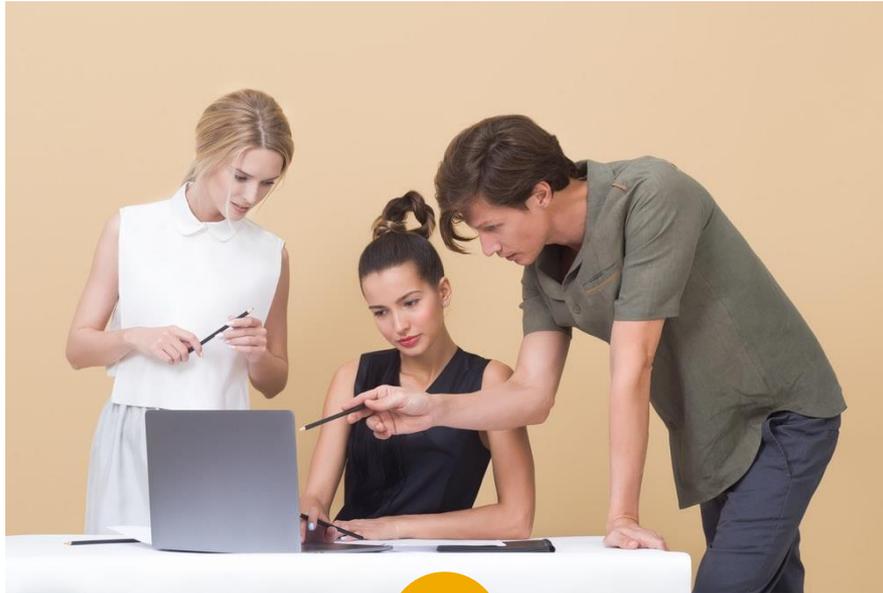


1



2

Bildsprache

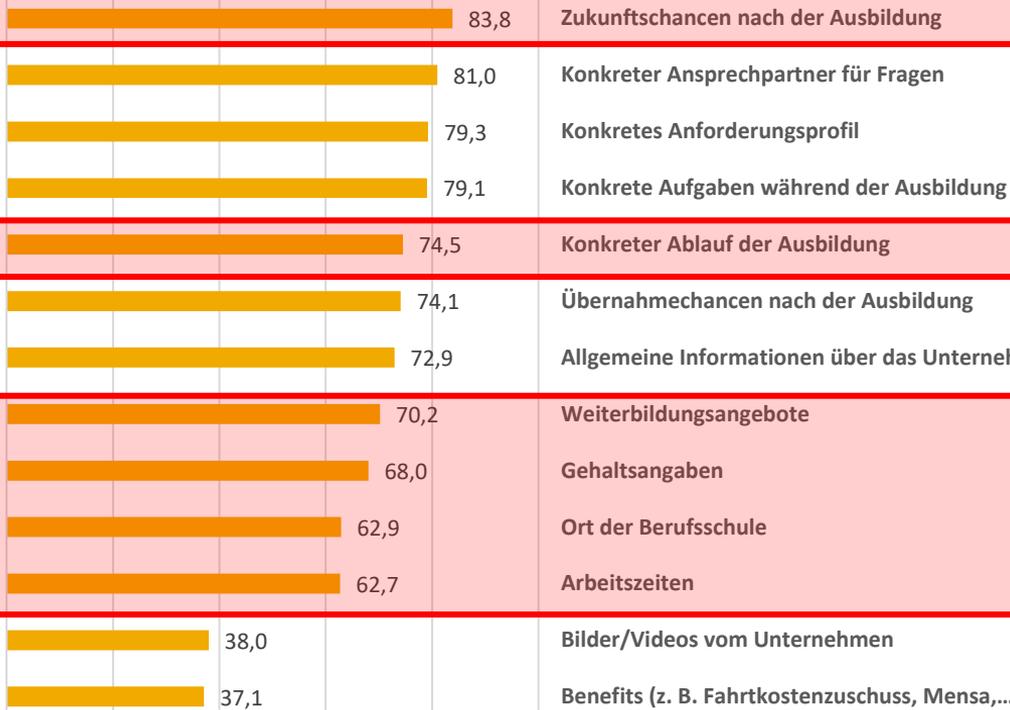


1

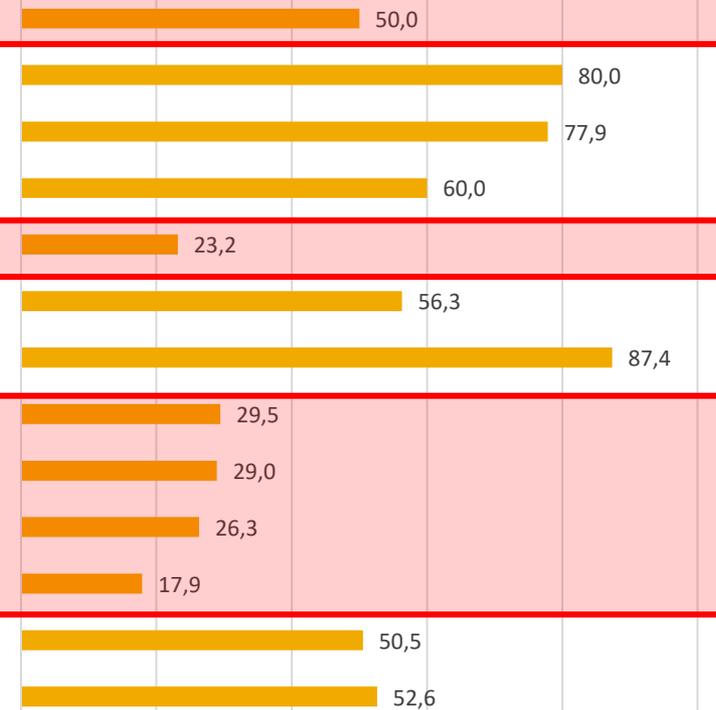


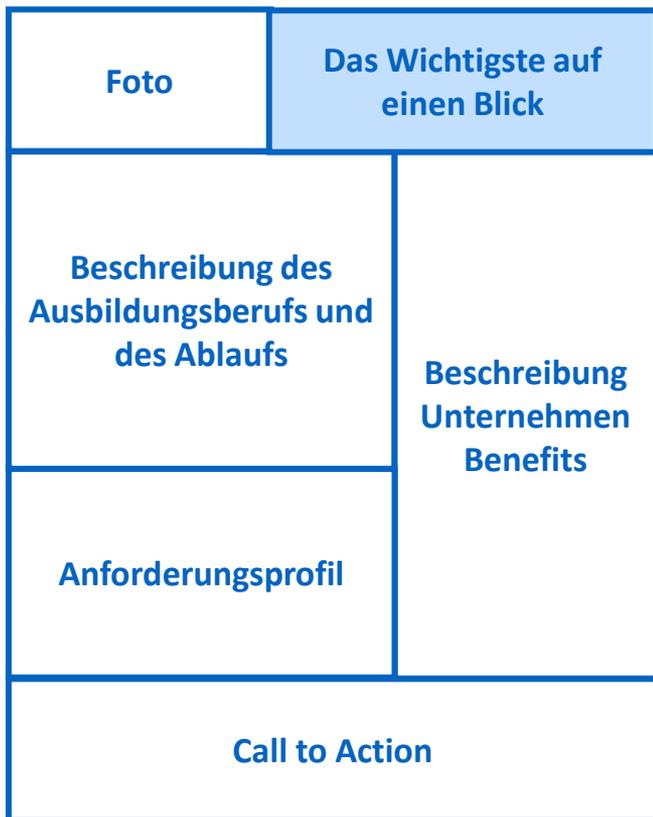
2

Welche Information Schüler*innen besonders wichtig ist:



Welche Information tatsächlich in den Stellenanzeigen stehen:





	Standort	Berlin
	Fachbereich	Berufsausbildung
	Karrierelevel	Schüler
	Einstiegszeitpunkt	ab 01. September
	Befristung	befristet
	Arbeitszeit	Vollzeit

Zum Ausbildungsstart am 01. August 2022 suchen wir:

Auszubildende zum Sozialversicherungsfachangestellten (m/w/d)

		
Frankfurt am Main	Ausbildungsdauer 3 Jahre	Vollzeit

Foto	Das Wichtigste auf einen Blick
Beschreibung des Ausbildungsberufs und des Ablaufs	Beschreibung Unternehmen Benefits
Anforderungsprofil	
Call to Action	

Ausbildung zur Fachkraft für Lagerlogistik (m/w/d)

Darum geht's:

- Vom kleinen Päckchen bis zur großen Lieferung – Du nimmst die Ware an und checkst den Inhalt
- Du stellst Zubehör und Ersatzteile für unsere Kunden zusammen **#kommissionieren**
- Du schickst unsere Geräte in die ganze Welt
- Du lernst angrenzende Bereiche innerhalb des Unternehmens kennen

Oberflächenbeschichter (m/w/d)

Ausbildungsdauer: 2,5 bis 3 Jahre

- im Team bearbeitest Du Oberflächen für Bauteile z. B. in Autos, Smartphones und Elektrogeräten
- Du arbeitest mit modernen, computergesteuerten Anlagen
- Du führst Laboruntersuchungen durch
- Dich erwartet ein vielfältiger Tätigkeitsbereich

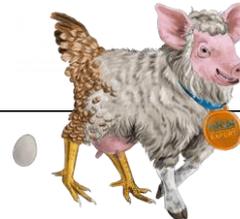


Foto	Das Wichtigste auf einen Blick	
Beschreibung des Ausbildungsberufs und des Ablaufs		Beschreibung Unternehmen Benefits
Anforderungsprofil		
Call to Action		

Du bist in unserer OLYMP-Familie goldrichtig, wenn:

- Du ein **neugieriger & herzlicher Gastgeber** bist und Leidenschaft für die Hotellerie mitbringst. **Auch Quereinsteiger sind herzlich Willkommen!**
- Du gerne in multikulturellen Teams arbeitest und bereit bist **abteilungsübergreifend** tätig zu werden, um unseren Gästen den bestmöglichen Aufenthalt zu ermöglichen.
- Du ein **offener, kommunikativer Teamplayer** mit gepflegtem Erscheinungsbild, sowie einer positiven Ausstrahlung und guten Umgangsformen bist.

Let`s create memories!

MIT DIESEN SKILLS BIST DU BEI UNS GENAU RICHTIG ...

- Du hast mindestens einen mittleren Bildungsabschluss
- Du bist teamfähig und kontaktfreudig
- Du bist kreativ und hast ein Gespür für Farben und Designs
- Du bist ein Organisationstalent und auf dich ist Verlass
- Du hast gute Englisch- und Computerkenntnisse
- Du hast Eigeninitiative und Spaß an neuen Dingen (Spaß am Lernen)

Formulierungen bei den Anforderungen

Macht und Status bezogene Eigenschaften schrecken Frauen eher ab.

Studien zeigen, dass männliche Stereotype Frauen von der Bewerbung abschrecken, während weibliche Stereotype keine Wirkung auf Männer haben.

- So kann es gehen**
- Teamfähigkeit
 - Kreativität
 - Verständnisvoller Umgang
 - Konfliktfähigkeit
 - Loyalität
 - Schnelle Auffassungsgabe
 - Selbstständigkeit

- So bitte eher nicht**
- Verhandlungsgeschick
 - Durchsetzungsvermögen
 - Analytisches Denken
 - Entscheidungsvermögen



- Stattdessen besser so**
- Wortgewandtheit
 - Selbstbewusstsein
 - Blick für das Wesentliche
 - Urteilsfähigkeit

Foto	Das Wichtigste auf einen Blick	
Beschreibung des Ausbildungsberufs und des Ablaufs	Beschreibung Unternehmen / Benefits	
Anforderungsprofil		
Call to Action		

 <p>Die schönsten Ziele der Erde</p>	 <p>Bezahlte An- & Abreise</p>	 <p>Internationales Arbeitsumfeld</p>	 <p>Kostenlose Unterkunft und Verpflegung</p>	 <p>Exklusive Crew-Bereiche</p>
 <p>Gute Aufstiegschancen</p>	 <p>Weiterbildungen & Trainings</p>	 <p>Kranken- und Unfallversicherung</p>	 <p>Kostenfreie Reinigung der Uniform</p>	 <p>Details</p>

Foto	Das Wichtigste auf einen Blick	
Beschreibung des Ausbildungsberufs und des Ablaufs	Beschreibung Unternehmen / Benefits	
Anforderungsprofil		
Call to Action		

Überzeugt?

Dann bewirb Dich jetzt gerne online.

Solltest Du weitere Fragen zu dieser Stellenanzeige haben, steht Dir als Ansprechpartnerin Frau Irina Walter gerne telefonisch unter +49 2575 34-870 zur Verfügung.

Jetzt bewerben

KANNSTE WAS / BISTE WAS | Bei Greiwing, dem Logistiker mit Zugkraft.

Materna Information & Communications SE

Thomas Kilian, Senior Human Resources Manager / Teamleiter
Telefon: +49 231 5599 8331

www.materna.de

Hier bewerben



Wie ist eine gute Stellenanzeige?

1. Übersichtlich
und strukturiert



2. Informativ



3. Attraktiv



4. Auffindbar





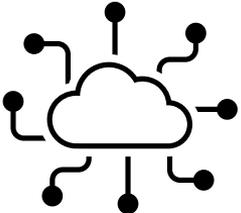
Veröffentlichen Sie die Ausbildungsstelle auf Ihrer **Homepage!**

- Achten Sie darauf, dass die Stellenanzeige auf einem **Smartphone sichtbar** ist.

Stellen Sie sicher, dass Ihre Stellenanzeige von Google gefunden wird!

- Stellenanzeige auf der Webseite mit eigener URL (keine PDF)
- Jobbezeichnung (**Keyword**) **häufig nutzen**: in der URL, Überschrift, Aufgaben, Voraussetzungen und Aufruf zur Bewerbung

Veröffentlichen Sie Ihre Stellenanzeigen auf **Online Stellenbörsen!**

Viel hilft viel: nutzen Sie **viele Kanäle!**

Nutzen Sie auch Ihre **persönlichen Kontakte!**

- 
- Geben Sie Kunden, Zulieferern, Mitarbeiterinnen die Stellenanzeige mit.
 - Bei (Sport-)vereinen die Stellenanzeige auslegen.
 - Auf Messeständen oder Ständen auf Stadtfesten die Stellenanzeige mitnehmen

Bedenken Sie auch die Möglichkeit, offene Stellen in **sozialen Netzwerken**, wie Instagram oder LinkedIn zu **posten!**

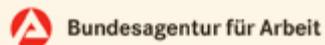


Diesen Job teilen



Übersicht: Wo kann ich die Stellenanzeige online inserieren?

Beispiele für Jobbörsen:



JOBBÖRSE



Beispiele für Azubibörsen:



Portale zur Berufsorientierung:



An alles gedacht? Kontrollieren Sie das mit der KOFA Checkliste!

CHECKLISTE

Stellenanzeigen

Seien Sie beim Aufbau Ihrer Stellenanzeige klar und kreativ.
Stechen Sie mit Ihrer individuellen Stellenanzeige aus der Masse heraus!

Inhalt

- Die Stellenanzeige hat einen aussagekräftigen und **allgemeinverständlichen Titel**. Dieser spricht alle Geschlechter an. So kann nach dem Titel der Hinweis (m/w/d) eingetipft werden. Das steht für männlich, weiblich, divers.
- Bei der Formulierung der Stellenanzeige achten wir auf das **Allgemeine Gleichbehandlungsgesetz (AGG)**. Wir benachteiligen niemanden aus Gründen der Rasse oder wegen der ethnischen Herkunft, des Geschlechts, der Religion oder Weltanschauung, einer Behinderung, des Alters oder der sexuellen Identität.
- In unserer Stellenanzeige stellen wir uns als **attraktiver Arbeitgeber** vor. Wir zeigen, was uns auszeichnet und wie unsere Unternehmenskultur aussieht.
- Du oder Sie?** Immer häufiger werden Interessenten in Stellenanzeigen geduzt. Schauen Sie, was am besten zu Ihrer Unternehmenskultur passt. Sie nutzen alle das „Du“ im Unternehmen und habe flache Hierarchien, dann sprechen Sie ruhig die Bewerbenden persönlich an. Haben Sie eher einen formellen Ton im Unternehmen, dann bleiben Sie authentisch beim „Sie“.
- Was wir unseren Mitarbeitenden bieten**, listen wir auf; beispielsweise Weiterbildungsmöglichkeiten, Nahverkehrs-Ticket, Angebote zur Work-Life-Balance etc. Dabei werden wir so konkret wie möglich: Was heißt Work-Life-Balance bei uns genau im Unternehmen?
- Die Aufgaben sind in einer **einfachen Sprache** zusammengefasst. Die Sätze sind nicht verschachtelt, sondern einfach und kurz. Interne Abkürzungen werden nicht genutzt.
- Auf **unnötige Füllwörter**, Fremdwörter und Floskeln haben wir verzichtet.
- Bei den Qualifikationen und Erwartungen unterscheiden und kennzeichnen wir deutlich zwingende **Muss-Anforderungen** und **wünschenswerte Kenntnisse**. Wir geben schon hier die Information, dass diese auch noch während des Arbeitsprozesses erworben werden können.
- Für eine **einfache Kontaktaufnahme** nennen wir einen persönlichen Ansprechpartner mit direkter Telefondurchwahl und/oder E-Mail-Adresse.
- Wir ermöglichen **einfache Bewerbungswege**: E-Mail, Online-Portal, Bewerbung ohne Anschreiben, Rückruf bei Hinterlassen des Namens und der Telefonnummer etc.
- Welche Informationen wir von den Kandidatinnen und Kandidaten benötigen**, geben wir konkret an (bspw. gewünschtes Eintrittsdatum oder Gehaltsvorstellungen).

Gestaltung

- Die Sprache ist an unser Unternehmen und unsere Zielgruppe angepasst.
- Wir verwenden nur so viel Text wie nötig.
- Eigene Fotos zeigen in der Stellenanzeige unseren Arbeitsalltag und unsere Unternehmenskultur. Wir nutzen keine gekauften Bilder aus dem Internet.
- Wir lassen Mitarbeitende selbst zu Wort kommen. Mit einem Foto und Zitat wird schnell klar, warum diese gerne im Unternehmen arbeiten. Bei Print-Anzeigen führt ein QR-Code zu weiteren Informationen wie beispielsweise unserer (Karriere-) Webseite, Videos oder direkt auf die digitale Möglichkeit die Bewerbung einzureichen.
- Die Stellenanzeige ist in unserem Corporate Design gestaltet und unser Logo ist darauf gut zu sehen.

Tipps

HINWEISE ZUM AUFBAU

Seien Sie beim Aufbau Ihrer Stellenanzeige kreativ. Schauen Sie nicht zu sehr darauf, wie es andere machen.

Zeigen Sie im Aufbau viel ...

- ... Einblicke in Ihr Unternehmen
- ... persönliche Fotos und Beschreibungen aus Sicht Ihrer Mitarbeitenden.
- ... Punkte, die Sie als Arbeitgeber attraktiv machen.

Zeigen Sie weniger ...

- ... Aufgabenbeschreibungen
- ... Qualifikationen und erforderliche Kenntnisse

!

HINWEISE ZUR VERÖFFENTLICHUNG:

Schauen Sie: Wo ist Ihre Zielgruppe unterwegs und könnte auf die Stellenanzeige aufmerksam werden? Sie müssen nicht alle Verbreitungswege nutzen, sondern nur die, die zu Ihrem Unternehmen, der Zielgruppe und der Stellenanzeige passen.

Mögliche Verbreitungswege:

- Karriere- bzw. Unternehmenswebseite
- Arbeitgeber-Service der Agentur für Arbeit
- Regionale und/oder fachspezifische Stellenbörsen
- Persönliche Empfehlungswege Ihrer Mitarbeitenden
- Regionale und/oder fachspezifische Stellenbörsen
- Social-Media-Kanäle
- Regionale und/oder Fachzeitung bzw. -zeitschrift



KOFA-Handlungsempfehlung

CHECKLISTE

Stellenanzeigen

Seien Sie beim Aufbau Ihrer Stellenanzeige klar und kreativ.
Stechen Sie mit Ihrer individuellen Stellenanzeige aus der Masse heraus!

Inhalt

- Die Stellenanzeige hat einen aussagekräftigen und **allgemeinverständlichen Titel**. Dieser spricht alle Geschlechter an. So kann nach dem Titel der Hinweis (m/w/d) eingefügt werden. Das steht für männlich, weiblich, divers.
- Bei der Formulierung der Stellenanzeige achten wir auf das **Allgemeine Gleichbehandlungsgesetz (AGG)**. Wir benachteiligen niemanden aus Gründen der Rasse oder wegen der ethnischen Herkunft, des Geschlechts, der Religion oder Weltanschauung, einer Behinderung, des Alters oder der sexuellen Identität.
- In unserer Stellenanzeige stellen wir uns als **attraktiver Arbeitgeber** vor. Wir zeigen, was uns auszeichnet und wie unsere Unternehmenskultur aussieht.
- Du oder Sie?** Immer häufiger werden Interessenten in Stellenanzeigen geduzt. Schauen Sie, was am besten zu Ihrer Unternehmenskultur passt. Sie nutzen alle das „Du“ im Unternehmen und habe flache Hierarchien, dann sprechen Sie ruhig die Bewerbenden persönlich an. Haben Sie eher einen formellen Ton im Unternehmen, dann bleiben Sie authentisch beim „Sie“.
- Was wir unseren Mitarbeitenden bieten**, listen wir auf; beispielsweise Weiterbildungsmöglichkeiten, Nahverkehrsticket, Angebote zur Work-Life-Balance etc. Dabei werden wir so konkret wie möglich: Was heißt Work-Life-Balance bei uns genau im Unternehmen?
- Die Aufgaben sind in einer **einfachen Sprache** zusammengefasst. Die Sätze sind nicht verschachtelt, sondern einfach und kurz. Interne Abkürzungen werden nicht genutzt.
- Auf **unnötige Füllwörter**, Fremdwörter und Floskeln haben wir verzichtet.
- Bei den Qualifikationen und Erwartungen unterscheiden und kennzeichnen wir deutlich zwingende **Muss-Anforderungen und wünschenswerte Kenntnisse**. Wir geben schon hier die Information, dass diese auch noch während des Arbeitsprozesses erworben werden können.
- Für eine **einfache Kontaktaufnahme** nennen wir einen persönlichen Ansprechpartner mit direkter Telefondurchwahl und/oder E-Mail-Adresse.
- Wir ermöglichen **einfache Bewerbungswege**: E-Mail, Online-Portal, Bewerbung ohne Anschreiben, Rückruf bei Hinterlassen des Namens und der Telefonnummer etc.
- Welche **Informationen wir von den Kandidatinnen und Kandidaten** benötigen, geben wir konkret an (bspw. gewünschtes Eintrittsdatum oder Gehaltsvorstellungen).

[Download
Checkliste](#)



Mit Stellenanzeigen gezielt weibliche Fachkräfte gewinnen

Wie Sie gezielt Frauen ansprechen können finden Sie [hier](#).

Mehr Informationen auf www.KOFA.de

Mehr Informationen zur Auffindbarkeit im Netz finden Sie im KOFA Webinar „[SEO einfach erklärt](#)“



The image shows a screenshot of a webinar advertisement. On the left, there are two small video thumbnails showing participants. The main content area has a blue background with a white network diagram. The text reads: 'Digitaler Dienstag' in large blue letters, followed by 'Ihre Auffindbarkeit im Netz stärken - SEO einfach erklärt' in smaller blue text. At the bottom left is the KOFA logo with the tagline 'Fachkräftesicherung für kleine und mittlere Unternehmen'. On the right, there is a circular icon with a person and a laptop, labeled 'WEBINAR-REIHE'.

Auszubildende finden: Ausbildungsmarketing

Wie Sie mit Social Media, Praktika, Karrierewebsite und Co. sichtbar werden



[Link zum Onlinetext "Ausbildungsmarketing"](#)

Fazit: Wenn Sie an alle Punkte denken, dann steht Ihrem Rekrutierungserfolg nichts mehr im Wege!

1. Übersichtlich und strukturiert



2. Informativ



3. Attraktiv



4. Auffindbar



Zeit für Ihre Fragen



Kontaktieren Sie mich gerne



Dr. Anika Jansen
jansen@iwkoeln.de
0221 4981 681