

# Textliche Hinweise für Stellenanzeigen

- **Stellentitel** folgen der Maxime: so kurz wie möglich, so lang wie nötig und sollten unbedingt dem realen Suchverhalten entsprechen, keinesfalls internen Jobtiteln (**Tipp:** Tools wie Google Trends, keyword-tools.org, keywordtool.io oder der Google Keyword Planer können die Findung des passenden Titels unterstützen)
- Stellentitel werden verschieden ausgespielt, Beispiel Indeed: 60 Zeichen sind sichtbar auf Desktopgeräten, 35 auf Mobilgeräten → daher stets: **Kerninfos nach vorne**, Füllwörter/Orte/etc. (meist) vermeiden und (m/w/d) nach hinten
- Die **Verschlagwortung der Anzeige** ist extrem wichtig, es gilt, möglichst viele Schlüsselwörter, nach denen die Zielgruppe suchen könnte, im Text unterzubringen; auch dafür eignen sich die o.g. Tools!
- **Anglizismen** sollten vermieden werden, ebenso wie überflüssige **Informationen/ Anforderungen** (bspw. „Office-Kenntnisse“ bei vielen akademischen Zielgruppen)
- Je nach Plattform ist auch auf **alleinstehende Wörter** zu achten! Also (Teil-) Projektleiter statt (Teil-)Projektleiter.
- ggf. **Ausrichtung auf Zielgruppen:**  
Geisteswissenschaftler (bspw. Personal, Kommunikation, Marketing) lesen durchgängig von oben nach unten, längere Textpassagen werden gelesen  
Techniker (Ingenieure, IT) lesen selektiv, **Fettung** von Keywords hilft, bestimmte Punkte herauszuheben; lange Textpassagen stören
- **Direkter sprachlicher Bezug zum Leser** baut eine emotionale Brücke, bspw. „Sie verantworten...“ statt „Verantwortung für...“
- Der **Beleg für Anforderungen** schafft Akzeptanz, bspw. „Sehr gutes Englisch aufgrund unserer internationalen Teams ist unabdingbar.“
- 75% der Kandidaten sehen **Infos zu Arbeitsumgebung** als wichtige Information, soweit möglich also gerne bspw. Infos zur Teamgröße und -kultur einbringen
- Die **Kommunikation stellenspezifischer Hürden** stößt aufgrund der hohen Authentizität oft auf sehr positives Feedback, bspw. „Sie führen XYZ ein – manchmal auch trotz internen Gegenwinds.“
- Die Nennung konkreter und bestenfalls zielgruppenspezifischer **Benefits** ist ein Must-have in Stellenanzeigen, bestenfalls unterstützt durch klare **Belege**. Zu vermeiden sind Allgemeinplätze wie „attraktive Vergütung“, „tolles Team“, etc.
- Die gelebte **Unternehmenskultur** sollte sprachlich so gut wie möglich transportiert werden, baut dies gleichermaßen Hürden auf wie ab, sorgt am Ende also für mehr „passende“ Kandidaten
- Sofern positiv ist ein Link zu **Arbeitgeberbewertungsprofilen** wie kununu, Indeed oder Glassdoor ist sinnvolle Einbindung von Social Media Kanälen und dient als Beleg für eine gute Unternehmenskultur
- Am Ende der Anzeige sollte ein klarer Call-to-Action stehen, bspw. „Jetzt bewerben!“

Jetzt  
bewerben!