

Dynamic Design

1 Unternehmenslogo

Ihr Unternehmenslogo erscheint neben Ihrem Unternehmensnamen und dem Stellentitel. Dieses hilft potenziellen Bewerbern bei der Orientierung.

Tipp: Verwenden Sie Ihr Unternehmenslogo mit dem größten Wiedererkennungswert.

2 Headerbild / Grafik

Bis zu drei Bilder (Slideshow), die Tätigkeitsfelder, Produkte, Mitarbeiter des Unternehmens zeigen. Je mehr Emotionen, desto besser.

Tipp: Bilder sollten mit der Anzeige harmonieren und zentrale Botschaften illustrieren.
Format: jpeg oder .png im Verhältnis 5:2 (Mindestgröße: 850 x 350 px)

3 Einleitungstext

Verwenden Sie drei bis vier Sätze, die Ihr Unternehmen für potenzielle Bewerber beschreiben. Nutzen Sie relevante Kennzahlen (Standorte, Mitarbeiterzahl, etc.).

Tipp: Warum ist Ihre Firma für einen Bewerber ein ansprechender Arbeitgeber? Stellen Sie sich positiv dar, aber bleiben Sie bei der Wahrheit. Nennen Sie den Einsatzort der ausgeschriebenen Stelle!

4 Stellentitel

Der Stellentitel ist für die Auffindbarkeit Ihrer Stellenanzeige das wichtigste Element. Der Stellentitel sollte „Lust auf mehr“ machen, damit die Anzeige in der Trefferliste geklickt wird.

Tipp: Nach welchen Begriffen werden relevante Kandidaten vermutlich suchen? Die wichtigsten sollten im Stellentitel enthalten sein. Meist sind dies die Position und Fachrichtung. Beachten Sie: In Deutschland werden überwiegend deutsche Begriffe gesucht.

5 Aufgaben des Bewerbers

Fassen Sie Tätigkeitsprofile in fünf, maximal sechs Aufgaben zusammen. Formulieren Sie kompakte Sätze mit aktiven Verben.

Tipp: Schaffen Sie einen Überblick über den Alltag, sowie den konkreten Verantwortungsbereich und beschreiben Sie diesen plastisch. Verzichten Sie auf branchenfremde Fachbegriffe sowie Anglizismen.

6 Gewünschte Qualifikation

Fassen Sie das Qualifikationsprofil in fünf Bullet Points für einen hohen Informationsgehalt und optimalen Lesekomfort zusammen (Ausbildung, Erfahrung, Kenntnisse, Softskills, Sonstige).

Tipp: Formulieren Sie die Anforderungen realistisch (kreieren Sie keinen unrealistischen Ideal-kandidaten). Negative (z. B. Belastbarkeit) und generische (z. B. Teamfähigkeit) Begriffe sollten vermieden werden. Nicht fordernd („Sie müssen...“), sondern Eigenschaften formulieren („Sie haben...“).

7 Was bieten Sie dem Bewerber?

Beleuchten Sie Arbeitgeber und Teamvorzüge detailliert und realistisch positiv. Hier entscheidet sich der Bewerber für Sie. Zeigen Sie, was Sie zu bieten haben.

Tipp: Perspektiven, Weiterbildungsangebote, freiwillige Sozialleistungen (Altersvorsorge), Zusatzleistungen etc. betonen. Präzise Gehaltsangaben können bis zu 40% mehr Bewerbungen bedeuten.

8 Wie soll der Kandidat sich bewerben?

Geben Sie eine konkrete Kontaktperson mit vollständigen Kontaktdaten insbesondere Telefonnummer und E-Mail-Adresse sowie ggf. Profil an.

Tipp: Ermöglichen Sie viele Bewerbungskanaäle (E-Mail, Bewerbungsformular, Post). Ergänzung einer einzigartigen Kennziffer für die Stellenanzeige, möglichst mit jobbörsen-spezifischem Kürzel, um Rückläufe besser tracken zu können.

9 Video

Sie haben die Möglichkeit, ein Video in Ihren Anzeigen einzubetten. Das Video wird ganz unten in der Stellenanzeige veröffentlicht/eingebettet.

Tipp: Die Darstellung des Videos ist nur an dieser Stelle der Anzeige möglich.

The screenshot shows a job advertisement on the Regio Jobanzeiger website. The ad is for a 'Mitarbeiter (m/w/d) Auftragsbearbeitung und Kundenservice' position in Munich. The ad is numbered 1 through 9, corresponding to the design tips on the left. The ad includes a header with the company logo and name, a job title, location, and date. It features a main image of a person holding a document, followed by a list of tasks, qualifications, and benefits. The ad ends with a video player showing a man in a Regio Jobanzeiger shirt.