



StepStone ANZEIGENRATGEBER

INHALTS-
VERZEICHNIS

Unser Service für Sie	3
Drei Stellenanzeigen für jeden Bedarf	4
Ihre Gestaltungsmöglichkeiten	5
Anzeigen individuell buchen und veröffentlichen	6
Der Refresh – Ihre Anzeige im Blickfeld der Bewerber	7
So suchen Bewerber bei StepStone	8
StepMATCH™ – unsere effiziente Suchtechnologie	9
Worauf Bewerber beim Lesen von Stellenanzeigen achten	10
So wird Ihre Anzeige inhaltlich perfekt	12
Tipps zur technischen Umsetzung und Gestaltung	16
Der finale Anzeigen-Check	19

Gute Tipps für
bessere Anzeigen

Ist Ihre Anzeige eine Bewerbung wert? Diese Entscheidung dauert oft nur einen Wimpernschlag – dann haben sich die besten Bewerber für oder gegen Ihr Jobangebot entschieden. Mit diesem Anzeigenratgeber überlassen Sie nichts dem Zufall.

Egal ob Sie zum ersten Mal eine Stellenanzeige schalten oder schon jede Menge Erfahrung mitbringen: In diesen Ratgeber reinzublätern lohnt sich immer.

Sie erfahren beispielsweise, welcher Anzeigentyp für Ihre Anforderungen optimal ist. Oder nach welchen Kriterien Ihre potenziellen Kandidaten entscheiden, ob sie sich bei Ihnen bewerben. Investieren Sie jetzt ein paar Minuten Ihrer Zeit – für Stellenanzeigen, die einfach überzeugend und erfolgreich sind.

Wann immer Sie Fragen haben, kommen Sie einfach auf uns zu. Unser erfahrenes Team berät Sie gern.

Die StepStone
Services

EINFACH UNBEZAHLBAR:
EIN FESTER ANSPRECHPARTNER

Unabhängig von der Größe Ihres Unternehmens stellt Ihnen StepStone ein erfahrenes Team aus festen, persönlichen Ansprechpartnern zur Seite. Ihr Vorteil: Eine eingespielte Zusammenarbeit mit Experten, die Ihre Rekrutierungsziele genau kennen.

Gern beraten wir Sie zu allem, was über den Erfolg Ihrer Mitarbeitersuche entscheidet, z. B. Textoptimierung oder Gestaltung Ihrer Anzeige. Auch wenn Sie diese eigenständig schalten möchten oder Fragen zum Kunden-center haben, helfen wir Ihnen jederzeit gern weiter.

Zögern Sie nicht, uns anzusprechen und unsere weitreichende Erfahrung für Ihren Erfolg zu nutzen!



Sie haben die Wahl: drei Anzeigentypen für jeden Bedarf

StepStone bietet Ihnen drei attraktive Anzeigentypen. Damit finden Sie die passende Option für Ihren Bedarf – und den direkten Weg zum Kandidaten.

STANDARD-ANZEIGE: DIE EINSTIEGSLÖSUNG

Aus dem Stand direkt durchstarten: Die Standard-Anzeige eignet sich, auch dank persönlichem Ansprechpartner, für einen ersten Einstieg in die erfolgreiche Personalsuche.

Ihre Vorteile:

- **Basiselemente:** Mit einer Textanzeige inklusive Ihres Logos gehen Sie auf die Bewerber zu.
- **Refresh:** Mit dem Refresh landet Ihre Anzeige immer weit oben in den Trefferlisten der Kandidaten. Mehr dazu auf Seite 7.

Die richtige Anzeige für Sie, wenn:

- Sie schnell und einfach veröffentlichen wollen.
- **Reichweite:** Die Anzeige wird bei passenden Kooperationspartnern veröffentlicht.

INDIVIDUELLE-ANZEIGE: DIE INDIVIDUELLE ANZEIGE MIT ZUSATZLEISTUNG

Sorgen Sie mit der individuellen Anzeige für einen Auftritt ganz nach Ihren Vorstellungen – und für einen optimalen Bewerberrücklauf.

Ihre Vorteile – zusätzlich zur Standard-Anzeige:

- **Layout Individuell:** Viele Kandidaten legen Wert auf ansprechende Anzeigen. Lassen Sie Ihr Corporate Design wirkungsvoll einfließen.
- **CV-Datenbank:** Sie erhalten den Zugang zu mehr als 25.000 Kandidaten in der StepStone Lebenslaufdatenbank.

Die richtige Anzeige für Sie, wenn:

- Sie mit Ihrem Corporate Design entscheidende Akzente setzen möchten.
- Sie mit effektivem Leistungsverstärker den Bewerberrücklauf optimieren wollen.

PREMIUM-ANZEIGE: DAS MAXIMUM FÜR IHREN ERFOLG

Hier ist noch mehr für Sie drin. Die Premium-Anzeige bietet Ihnen unzählige Leistungen und kommt dank maximaler Sichtbarkeit und Effizienz perfekt bei den Bewerbern an.

Ihre Vorteile – zusätzlich zur Individuellen-Anzeige:

- Platzierung der Anzeige als Premiumjob im passenden Zielgruppenchannel für eine Woche.
- **Anzeigenoptimierung Plus:** Wir kennen die Ansprüche unserer Nutzer – so runden wir Ihre Anzeige inhaltlich und formal perfekt ab.

Die richtige Anzeige für Sie, wenn:

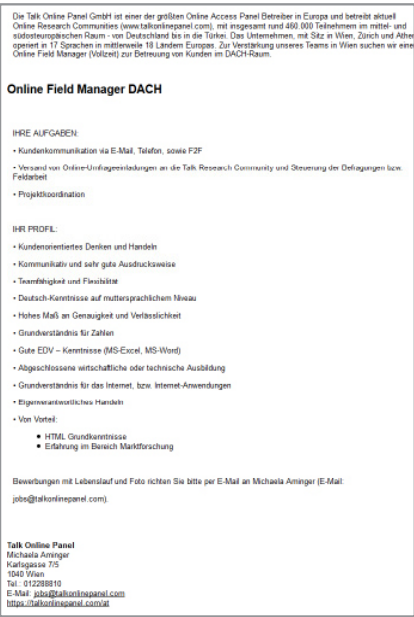
- Sie auf maximale Sichtbarkeit und Effizienz setzen.
- Sie größtmögliche Reichweite erzielen wollen.

Gut gestaltet, erfolgreich geschaltet: Ihre Layout-Optionen bei StepStone

Unsere Anzeigentypen bieten vielfältige Gestaltungsmöglichkeiten.

FÜR DEN SCHNELLEN EINSTIEG: DIE TEXTANZEIGE

Das Layout der Textanzeige ist bei allen Anzeigen inbegriffen. Es bietet Ihnen die Möglichkeit einer leicht zu realisierenden Stellenausschreibung inklusive Ihres Unternehmenslogos.



BEI DEN ANZEIGEN INDIVIDUELL UND PREMIUM INKLUSIVE: DAS LAYOUT INDIVIDUELL

Profitieren Sie von den Vorzügen eines individuellen Auftritts: Entscheiden Sie sich für eine Individuelle- oder Premium-Anzeige und beeindrucken Sie die Kandidaten auf Ihre ganz eigene Weise.

Ihre Unternehmensfarben
sorgen für einen stimmigen Gesamteindruck.

Ihre Hausschrift
schreibt Ihre Stelle absolut unverkennbar aus.



Ihre Bildwelt
macht Ihre Anzeige optisch ansprechend und einzigartig.

Ihr Logo
schafft einen optimalen Wiedererkennungswert.

Ihre Kernaussagen
sind einfach und besonders prominent integrierbar.

Für jeden der richtige Weg: So buchen und veröffentlichen Sie Anzeigen

Online oder per Telefon buchen, selbst veröffentlichen oder schalten lassen: StepStone bietet Ihnen viele Wege, Ihre Anzeige online zu bringen. Vergleichen Sie die Möglichkeiten und finden Sie den für Sie passenden Weg.

1. SCHRITT: ANZEIGENBUCHUNG

ONLINE-SHOP

Buchen Sie bequem über unsere Homepage.

- Einfach, praktisch, schnell – mit nur wenigen Klicks Ihre Wunschanzeigen buchen.
- Eine einzelne Anzeige können Sie auch direkt erstellen. Sie erscheint innerhalb von 24 Stunden (werktags).

Stellenanzeige online aufgeben

Sie müssen schnellstmöglich eine offene Stelle besetzen? Nutzen Sie unseren Online-Service und erstellen Sie Ihre Anzeige in nur 4 Schritten selbst. Wählen Sie einfach das für Sie passende Produkt aus und buchen Sie direkt online.

Stellenanzeige Standard

- ✓ Standard-Designvorlage inklusive Ihrem Logo
- ✓ Datumsaktualisierung nach 15 Tagen
- ✓ 30 Tage

490,- €

Stellenanzeige Individuell

- ✓ Individuelles Anzeigenlayout
- ✓ Erstellung nach Ihrer Vorlage (pdf, doc)
- ✓ Datumsaktualisierung nach 15 Tagen
- ✓ 30 Tage online - Mehrfachveröffentlichung bei Partnerseiten

590,- €

Stellenanzeige Premium

- ✓ Individuelles Anzeigenlayout
- ✓ Erstellung nach Ihrer Vorlage (pdf, doc)
- ✓ 60 Tage Laufzeit
- ✓ Datumsaktualisierung nach jeweils 15 Tagen
- ✓ Logoplatzierung für 1 Woche auf der Homepage von stepstone.at
- ✓ Platzierung Ihrer Anzeige als Premiumjob im passenden Zielgruppenkanal für 1 Woche

BESTSELLER

ANSPRECH-PARTNER

Buchen Sie am Telefon – mit kompetenter Beratung.

- Unter 01/405 00 68-0 erreichen Sie Ihren persönlichen Ansprechpartner.
- Zusammen mit unseren Experten finden und buchen Sie die passende Anzeige.

2. SCHRITT: ANZEIGENVERÖFFENTLICHUNG

KUNDEN-CENTER

Sie gestalten und veröffentlichen selbst.

- Erstellen, ändern und schalten Sie Ihre Anzeigen selbst im StepStone Kundencenter.
- Mit der intuitiven Nutzerführung klappt das schon beim ersten Mal mühelos – ganz ohne HTML-Kenntnisse.
- Das Kundencenter steht Ihnen rund um die Uhr zu Verfügung.

ANZEIGEN-PRODUKTION

Wir erstellen und veröffentlichen Ihre Anzeige.

- Aus Ihrem Anzeigentext gestalten wir die komplette Anzeige: entweder nach Standardvorlage oder in Ihrem speziellen Corporate Design.
- Selbstverständlich stimmen wir die Anzeige mit Ihnen ab, bevor sie online geht.
- Innerhalb von 48 Stunden erscheint Ihr Stellenangebot bei StepStone (werktags).

STEPSTONE JOBFEED

Sie veröffentlichen direkt bei uns – über eine Schnittstelle.

- Ihre Anzeigen gelangen über eine automatisierte digitale Schnittstelle sofort in unsere Jobdatenbank.
- Kurz nach der Freigabe in Ihrer Datenbank erscheinen die Anzeigen und Änderungen bei StepStone.
- Ideal, wenn Sie regelmäßig eine größere Zahl von Stellen zu besetzen haben.

Immer aktuell, immer oben – mit dem Anzeigen-Refresh

Sie kennen das von jeder Suchmaschine: Was oben steht, wird zuerst und besonders beachtet. Der Refresh lässt Ihre Anzeige ganz einfach dort verweilen – so ist diese immer auf Augenhöhe mit den Kandidaten.

So funktioniert das Ranking:

Anzeigen mit dem jüngsten Datum stehen immer oben, denn StepStone gruppiert sie in 14-tägigen Zeitfenstern. Das heißt: Nach der Schaltung werden diese hoch eingestuft, dann alle 14 Tage etwas weniger hoch. Innerhalb eines Zeitfensters entscheiden inhaltliche Aspekte über ihre Position.

So funktioniert der Refresh:

- Alle 14 Tage erneuert sich das Datum Ihrer Anzeige.
- Ihr Jobangebot erscheint stets im obersten Zeitfenster.
- Für die Kandidaten ein klares Signal: Diese Stelle ist vakant.

Ihre Vorteile:

Mehr Sichtbarkeit

Mehr Bewerber-Resonanz



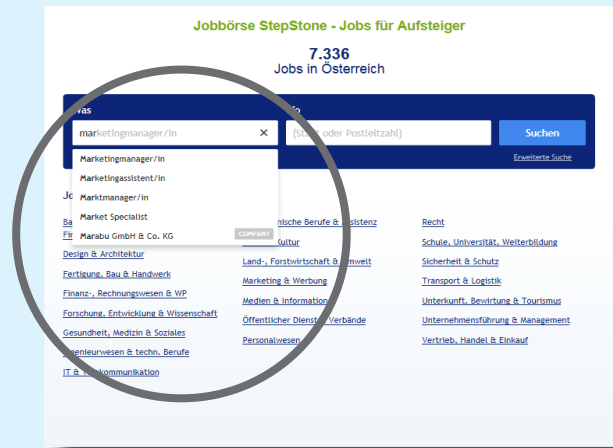
Mit dem richtigen Klick zu Ihnen – so suchen Bewerber

Der eine möchte schnell zum Ziel, für den anderen muss jedes Detail stimmen: Bei der Suche geht jeder Kandidat seinen eigenen Weg. Gut für Sie: StepStone bietet individuelle Möglichkeiten zu suchen – und Sie zu finden.

DIE SCHNELLSUCHE

„Was?“ und „Wo?“ – die zentralen Stichworte.

- ▶ Bei „Was?“ geben die Kandidaten den Jobtitel, Firmennamen oder die Job-Kennziffer (ID) ein. Zielsicher: Per Auto-Suggest werden Jobs und Firmen vorgeschlagen.
- ▶ Unter „Wo?“ folgt ein Ort bzw. die entsprechende Postleitzahl. Eine Umkreissuche (5 bis 100 km) wird automatisch eingeblendet.

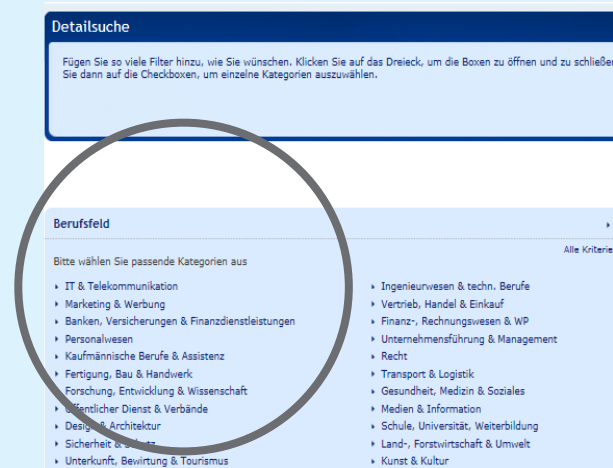


DIE DETAILSUCHE

So steigern Kandidaten die Treffgenauigkeit.

Verschiedene Filterfunktionen grenzen die Ergebnisse zielführend ein.

- ▶ Zu den erweiterten Suchkriterien gehören u. a. Berufsfeld, Arbeitszeit, Branche und Berufserfahrung.
- ▶ Auf Wunsch kann der Kandidat weitere, individuelle Suchbegriffe hinzufügen.



Macht jede Suche treffsicher:
StepMATCH™

Sie setzen auf SEO? Bei StepStone ist das nicht nötig. Beim Suchen hilft einer unserer besten Mitarbeiter: StepMATCH™. Er greift z.B. bei Schreibfehlern korrigierend ein, kennt für englische Jobtitel die deutsche Bezeichnung und schlägt alternative Suchbegriffe vor.

ING

wird z. B. vervollständigt zu

Ingenieur/in Konzeptkonstruktion

Ingenieur/in Anlagenbau

Ingenieur/in Hochbau

REDAKTUER

wird korrigiert in

Redakteur/in

AUSSENDIENSTMITARBEITER/IN

wird z.B. erweitert um

Verkäufer/in Außendienst

Berater/in Außendienst

Vertriebsmitarbeiter/in Außendienst

SALES ENGINEER

wird ergänzt um

Vertriebsingenieur/in

DIPLOM-KAUFFRAU

wird auch gefunden unter

Diplom-Kaufmann

1. Die Auto-Suggest-Funktion:

Bei der Schnellsuche erhält der Kandidat automatisch passende Vorschläge, sobald er etwas in die Freitextfelder tippt. Praktisch: Die Funktion zeigt nur Jobbezeichnungen an, für die es aktuell Stellenanzeigen gibt.

2. Die Did-you-mean-Funktion:

Treffer trotz Tippfehler: StepMATCH™ erkennt bei falscher Schreibweise den gemeinten Suchbegriff und zeigt passende Ergebnisse an. Der Bewerber wird auf den Fehler hingewiesen – so kann er dann noch präziser suchen.

3. Anzeige ähnlicher Suchbegriffe:

StepMATCH™ zeigt immer auch Ergebnisse an, die dem Suchbegriff des Kandidaten ähneln. So erhält dieser mehr Treffer zum gewünschten Berufsfeld.

4. Zweisprachige Suche Englisch-Deutsch:

Gibt der Bewerber einen englischen Suchbegriff ein, zeigt StepMATCH™ auch Ergebnisse für den passenden deutschen Begriff an – und umgekehrt.

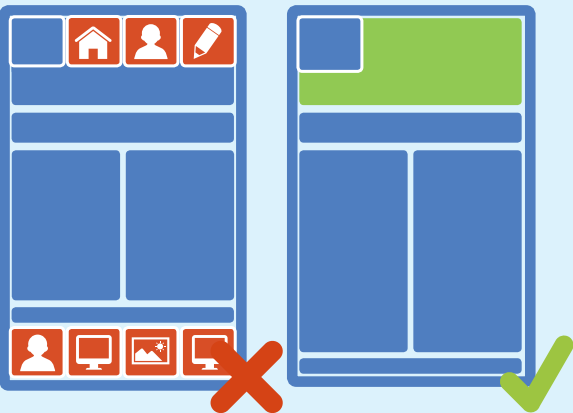
5. Anzeige männlicher und weiblicher Jobtitel:

Zeitgemäß: StepMATCH™ folgt dem Beispiel vieler Stellenanzeigen und unterscheidet die beiden Varianten nicht.

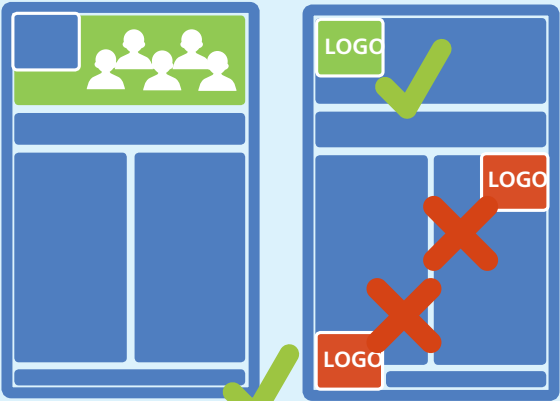
Die Eye-Tracking-Studie – so erreichen Sie Ihre Kandidaten

Die perfekte Stellenanzeige – Worauf Bewerber beim Lesen von Stellenanzeigen achten zeigen die Ergebnisse einer Online-Eye-Tracking-Studie, die StepStone Österreich gemeinsam mit MindTake Research durchgeführt hat. An der Studie nahmen insgesamt 429 Personen zwischen 20 und 49 Jahren mit höherer Bildung teil. Von den 60,4% Männern und 39,6% Frauen hatten 49,2% einen AHS, BHS oder Kollegabschluss mit Matura und 50,8% einen Universitäts- bzw. Fachhochschulabschluss. 41% der getesteten Personen waren auf aktiver Jobsuche.

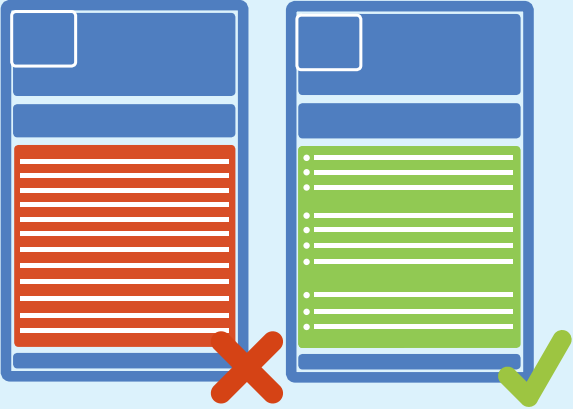
Bilder in Stellenanzeigen



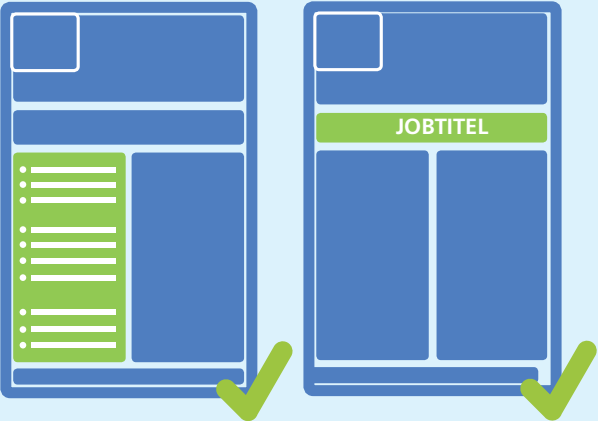
Logoplatzierung & Bilder mit Personen



Strukturierung des Anzeigentextes



Platzierung des Jobtitels & Spalten



Unter Anwendung des patentierten „Spotlightviewer“ Online Eye-Tracking Verfahrens wurden verschiedene Darstellungsvarianten von Stellenanzeigen hinsichtlich Aufmerksamkeitsschwerpunkten und Blickverlauf abgetestet. Dazu wurden insgesamt 16 Varianten von Stellenanzeigen entwickelt, die sich in den Gestaltungsmöglichkeiten hinsichtlich 10 zu untersuchenden Dimensionen unterscheiden. Die 16 Stellenanzeigen-Varianten wurden zur Abtestung für die 3 unterschiedlichen Bereiche IT & Telekommunikation (Berufseinstieg n=70, Berufserfahrung n=81), Ingenieurwesen (Berufseinstieg n=52, Berufserfahrung n=80) und Marketing & Werbung (Berufseinstieg n=80, Berufserfahrung n=66) sowie hinsichtlich Berufserfahrung – Berufseinstieg (Berufserfahrung max. 3 Jahre) und Berufserfahrung (Berufserfahrung min. 3 Jahre) inhaltlich angepasst.

Studienergebnisse [online herunterladen](#)

Jobtitel: Ganz eindeutig erhält der Jobtitel bei allen Zielgruppen die höchste Aufmerksamkeit. Daher ist es empfehlenswert die Position unmissverständlich auf den Punkt zu bringen. Eine klare, verständliche Sprache hilft. Wobei allerdings Anglizismen keinen erkennbaren Einfluss auf das Leseverhalten haben.

Aufgabenbeschreibung, Anforderungen und Benefits: Diese Punkte erhalten von den Kandidaten ebenfalls viel Aufmerksamkeit. Es hat sich gezeigt, dass Benefits und Unternehmensangebot ganz wesentliche Bestandteile für Kandidaten sind.

Logo: Das Logo wird gerne im unteren Bereich der Stellenanzeige platziert. Die Studie hat jedoch ergeben, dass es die meiste Aufmerksamkeit bekommt, wenn es sich in der linken oberen Ecke befindet.

Aufzählungszeichen versus Fließtext: Auch wenn es um die Frage Aufzählungszeichen oder Fließtext geht, liefert die Studie eindeutige Ergebnisse: klar strukturierte Blöcke werden bevorzugt. Bei zweispaltigen Anzeigen bekommt die linke Spalte die meiste Aufmerksamkeit.

Bilder: Bilder machen eine Stellenanzeige interessanter. Ein großes Bild mit mehreren Personen wird jedoch besser wahrgenommen als mehrere kleine Bilder oder ein Motiv mit nur einer Person. Einzige Ausnahme sind hier erfahrene IT-Spezialisten, bei ihnen haben Stellenanzeigen mit einem Bild auf dem nur eine Person abgebildet ist, besser abgeschnitten. Am besten platziert ist ein Bild in der oberen Hälfte der Stellenanzeige.

SIEBEN PUNKTE, DIE IN KEINER ERFOLGREICHEN ANZEIGE FEHLEN DÜRFEN

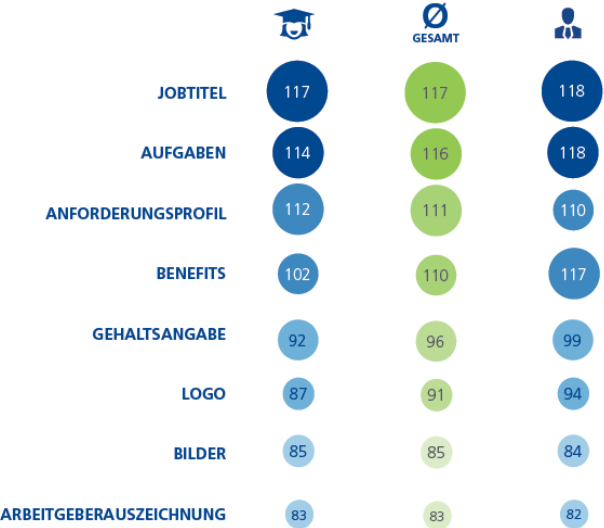
Bevor Sie Ihre Anzeige entwerfen: Versetzen Sie sich für einen Moment in die Rolle der Bewerber. Diese suchen nicht nur ihren Wunschjob, sondern auch attraktive Arbeitsbedingungen. Sparen Sie bei der Darstellung nicht unnötig am Inhalt. So sammeln Sie Pluspunkte:

- 1. **Stellen Sie die Arbeitsinhalte vor.**
Der klassische Start: Beschreiben Sie die künftigen Aufgaben der Kandidaten konkret und anschaulich.

STEPSTONE ONLINE-EYE-TRACKING STUDIE

WAHRNEHMUNG EINZELNER ELEMENTE

AUFMERKSAMKEITSLISTUNG EINZELNER ELEMENTE



37,6% der Stellenanzeigen enthalten Angaben zu angebotenen Benefits!
In Zeiten des Fachkräftemangels: nicht nur fordern, sondern auch bieten!

Quelle: 100 verschiedene Inserate auf [www.stepstone.at](#)
Indexierung berechnet unter Berücksichtigung der Verweildauer und % der Betrachter der einzelnen Elemente über ZG 1 / ZG 3 / ZG 5; Index-Ränge: 50-150, wobei 100 als Durchschnittswert festgelegt wurde.

- 2. **Stecken Sie das Anforderungsprofil ab.**
Immer wichtig: Zeigen Sie auf, welche Qualifikationen die Bewerber mitbringen sollten.
- 3. **Beschreiben Sie die Unternehmensgröße.**
Familiärer Betrieb oder perfekt geführtes Großunternehmen? Stellen Sie die Vorzüge heraus.
- 4. **Betonen Sie Zusatzleistungen.**
Überzeugen Sie durch positive Aspekte wie den Firmenwagen, Sozialleistungen oder die besondere Familienfreundlichkeit.
- 5. **Skizzieren Sie die Arbeitsumgebung.**
Zentrale Lage und gut angebunden, ruhige Lage mit Parkmöglichkeiten – jeder Standort bietet Vorteile, erwähnen Sie diese.
- 6. **Legen Sie Entwicklungsmöglichkeiten dar.**
Aufstieg zum Filialleiter? Besondere Fortbildungen? Motivieren Sie durch Beschreibung möglicher Zukunftschancen.
- 7. **Vermitteln Sie die Unternehmenskultur.**
Begeistern Sie durch die gelebten Werte Ihres Unternehmens. Wer Ihre Werte teilt, passt auch zu Ihnen.

Wie finden Sie perfekte Bewerber?

Mit einer perfekten Anzeige!

Tag für Tag suchen unzählige Kandidaten bei StepStone – deshalb wissen wir genau, was diese anspricht. Profitieren Sie hier und jetzt von unserer Erfahrung: Mit diesem Insider-Know-how zu Text und Gestaltung wird Ihre Anzeige zum Erfolgsmodell.

JOB TITEL

Bleiben Sie beim Bewährten.

Die Kandidaten suchen meist nach altbekannten, gelernten Begriffen. „Informatik Kaufmann“ ist z. B. viel populärer als „IT Management Assistant“. Vermeiden Sie außerdem Berufsbezeichnungen, die nur in Ihrer unternehmenseigenen Sprache vorkommen.

Präzisieren Sie die Tätigkeit.

Dann fühlen sich die richtigen Kandidaten sofort angesprochen. „Diplom-Ingenieur (m/w) Verfahrenstechnik im Fahrzeugbau“ bringt Ihnen passendere Bewerber als „Diplom-Ingenieur (m/w)“.

Formulieren Sie absolut eindeutig.

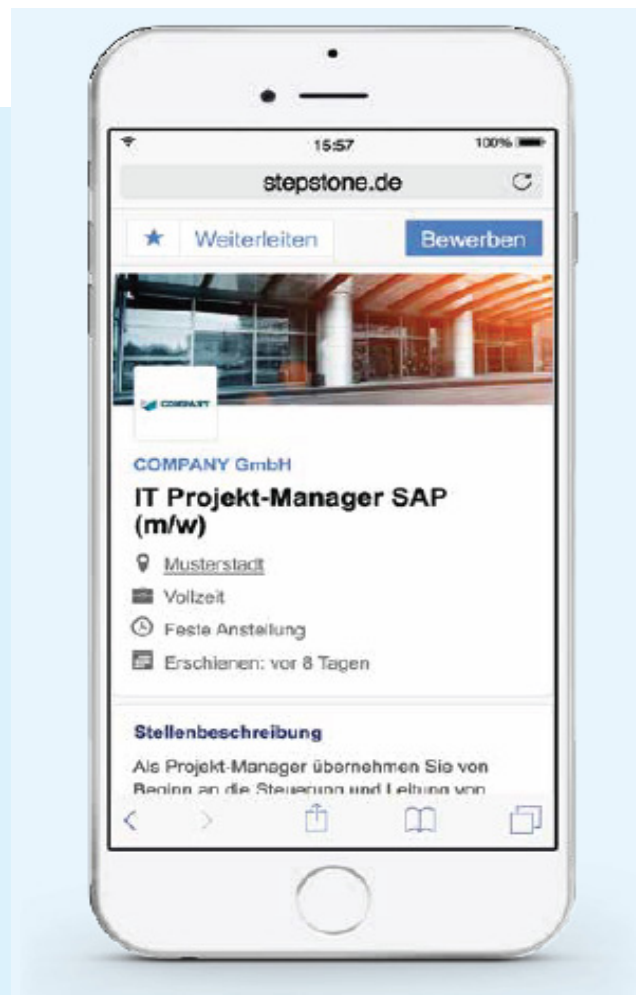
Schaffen Sie Klarheit. Suchen Sie z. B. nicht nach einem „Abteilungsleiter/stellvertretenden Abteilungsleiter“. Wählen Sie eine Jobbezeichnung, die die Aufgaben klar umreißt. Thematisieren Sie ergänzende Qualifikationen oder Tätigkeiten anschließend im Anforderungsprofil.

Verwenden Sie deutsche Begriffe.

Das tun fast alle Kandidaten auch. Die englische Version des Jobtitels berücksichtigt StepMATCH™ übrigens von ganz allein. Schreiben Sie ruhig „Vertriebsingenieur“ – an den „Sales Engineer“ denken wir gleich mit.

Vermeiden Sie Abkürzungen.

Die Kandidaten suchen mit vollständigen Begriffen. Kommen Sie ihnen entgegen und schreiben Sie beispielsweise „Kaufmännischer Mitarbeiter“ statt „Kaufm. Mitarbeiter“.



GESTALTUNG

Sorgen Sie für einen klaren Aufbau.

Listenpunkte schaffen Übersicht, Fließtexte wirken verbindlicher und freundlicher. Häufig ist eine Kombination sinnvoll.

Setzen Sie den Text einspaltig.

So ist es in allen Online-Medien üblich, die Nutzer haben sich daran gewöhnt. Außerdem wird er dann auf jedem Endgerät optimal dargestellt.

Schreiben Sie Schlüsselwörter zusammen.

Umbrüche und Silbentrennungen bei zentralen Begriffen senken u. U. die Trefferquote. Wer sucht beispielsweise schon nach einem „Maschinen-bau Ingenieur“?

ANZEIGENTEXT

Präzisieren Sie den Arbeitsort.

Nur ein kleiner Zusatz wie „Schwechat bei Wien“ – schon weiß jeder genau, wo Ihr Unternehmen zu Hause ist. Nebenbei erhöhen Sie die Attraktivität Ihres Standortes.

Beschreiben Sie exakt.

Formulieren Sie Aufgabenbereich und Kandidatenprofil so, dass Missverständnisse ausgeschlossen sind. Nehmen Sie alle Schlüsselbegriffe der Tätigkeit in Ihren Text auf. „Sie erstellen Fertigungsanlagen und Dokumentationen von Anlagen und Baugruppen im Bereich Solarenergie.“ – ein solcher Satz lässt keinen Raum für Spekulationen.

Sprechen Sie die Leser persönlich an.

„Sie haben ein Ingenieurstudium erfolgreich abgeschlossen.“ klingt viel einladender als „Die Stelle erfordert ein abgeschlossenes Ingenieurstudium.“

Zeigen Sie sich als attraktiver Arbeitgeber.

Erwähnen Sie z. B. Umzugshilfen, Sozialleistungen oder familienfreundliche Arbeitsregelungen. Auch hier punkten konkrete Angaben: „Duzen über alle Hierarchieebenen“ wirkt ansprechender als „lockere Arbeitsatmosphäre“.

Variieren Sie wichtige Begriffe.

StepMATCH™ lotet die Kandidaten noch besser zu Ihrer Anzeige, wenn Sie im Text Synonyme verwenden. Bauen Sie z. B. beim Thema Vertrieb Wörter wie „Verkauf“, „Beratung“ und „Sales“ ein.

Bei Ihnen sehr gefragt: klare Antworten zum Anzeigeninhalt

Was sich gut liest, wird gern gelesen. Der Inhalt entscheidet, ob ein Kandidat von Ihrer Anzeige überzeugt ist und sich bewirbt. Täglich erreichen uns hierzu Fragen – wir geben Ihnen gern die wichtigsten Antworten.

DARF MAN MEHRERE JOBPFOILE IN EINER ANZEIGE AUSSCHREIBEN?

Nein. StepStone veröffentlicht keine Sammelanzeigen – zu Ihrem Vorteil. Ihre Stellenanzeige ist ein digitaler Suchauftrag nach dem passenden Kandidaten. Sammelanzeigen erzielen eine messbar schlechtere Resonanz, da sie keinen eindeutigen Suchauftrag enthalten. Zudem leidet die Bewerberqualität, denn:

- ▶ Sie behindern den „Perfect Match“ zwischen Jobprofil und Kandidat.
- ▶ Qualifizierte Kandidaten fühlen sich durch eine klare Aufgabenstellung angesprochen. Sammelanzeigen wirken vage und verunsichern gute Bewerber.

Haben Sie eine Stelle mehrfach zu besetzen, können Sie dieses Jobprofil natürlich im Plural anbieten: Nach z. B. „10 Innendienstmitarbeitern“ zu suchen, ist jederzeit möglich.

IN WELCHER SPRACHE KÖNNEN ANZEIGEN GESCHALTET WERDEN?

Wir empfehlen immer eine Anzeigenschaltung auf Deutsch, sie ist jedoch auch auf Englisch möglich. Legen Sie sich eindeutig fest und schaffen Sie Klarheit für die Bewerber. Mixen Sie keine Sprachen in einem fortlaufenden Text – so wird dieser schwer lesbar. Jede Sprache muss in 8-Bit-Verschlüsselung darstellbar sein. Darum scheiden z. B. asiatische Schriftzeichen aus.

IST MANUELLE SILBENTRENNUNG NOTWENDIG?

Nein. Diese ist genauso wenig notwendig wie sinnvoll und wird deshalb nicht umgesetzt. Manuell getrennte Wörter können die Kandidaten nicht über die Freitextsuche finden. Dadurch ist Ihre Anzeige schwer zu finden. Zudem werden Zeilenumbrüche je nach Browser und Endgerät anders dargestellt. Wörter mit Trennstrich landen dann oft mitten in der Zeile, was optisch nicht ansprechend wirkt.

WELCHE INFORMATIONEN MUSS EINE ANZEIGE MINDESTENS ENTHALTEN?

All die Informationen, die den Kandidaten einen klaren Eindruck von der Stelle und Ihrem Unternehmen vermitteln, sind notwendig. Hierzu gehören: Jobtitel, Firmenbeschreibung, Aufgabenbeschreibung, Anforderungsprofil, Einsatzort und mögliche Bewerbungskanäle.

WAS IST BEIM FORMULIEREN DES JOBTITELS ENTSCHEIDEND?

Ihnen stehen theoretisch bis zu 200 Zeichen zur Verfügung. Wichtig ist aber, dass Sie einen eindeutigen und unmissverständlichen Jobtitel wählen. Je präziser Sie formulieren, desto mehr geeignete Bewerber melden sich bei Ihnen.



DARF MAN ZU INITIATIV-BEWERBUNGEN AUFRUFEN?

Nein. Qualifizierte Kandidaten erwarten klar formulierte Stellenausschreibungen. Egal ob im Nachsatz einer gewöhnlichen Anzeige oder als komplette Anzeige: Durch Aufrufe zu Initiativbewerbungen werden sich diese nicht angesprochen fühlen – entsprechend schwach fällt die Resonanz aus. Es ist also auch in Ihrem Sinne, darauf zu verzichten.

KANN DER ARBEITSORT NACHTRÄGLICH VERÄNDERT WERDEN?

Nein. Da sich so die ausgeschriebene Stelle verändert, ist eine Neuschaltung notwendig. Gut zu wissen: Gleich am ersten Tag der Schaltung verschicken wir unseren Job Agenten, eine E-Mail, an alle passenden Kandidaten. Sie erhalten deutlich weniger gute Bewerbungen, wenn Sie danach den Arbeitsort ändern. Diesen nachträglich zu konkretisieren ist dagegen kein Problem. Machen Sie z. B. aus „NÖ“ ganz einfach „Gänserndorf“.

Die optimale Anzeige – alles eine Frage der Technik

Einen Imagefilm einbauen? QR-Codes verwenden? Vieles ist möglich, aber nicht alles macht auch Sinn. Unsere Antworten zu den häufigsten technischen Fragen zeigen auf, wie Ihre Anzeige auch in dieser Hinsicht zu überzeugen weiß.

IST ES MÖGLICH, VIDEOS EINZUBINDEN?

Ja, bei den Stellenanzeigen Individuell und Premium. Beim Layout Individuell Plus ist die Einbindung inklusive – wählen Sie Individuell, ist sie günstig realisierbar. Wir empfehlen immer eine direkte Einbindung und keine Verlinkung: So bleiben die Kandidaten auf Ihrer Anzeige und werden von einer möglichen Bewerbung nicht abgelenkt. Auf Wunsch binden wir auch YouTube-Videos ein – teilen Sie uns einfach den entsprechenden Link mit.

DÜRFEN INTERAKTIVE ELEMENTE VERWENDET WERDEN?

Nein. Punkten Sie bei den Kandidaten mit vollem Durchblick und verzichten Sie in Ihrer Anzeige auf Elemente, die nur durch einen Klick oder den Mouseover-Effekt sichtbar werden. Zudem funktionieren diese oft nicht in allen Browsern bzw. auf allen Endgeräten. Nur als Teil eines unserer Anzeigenprodukte sind solche Elemente zulässig.

KÖNNEN ANZEIGEN EINEN QR-CODE ENTHALTEN?

Nein. QR-Codes sollen Internetinhalte transportieren – der Kandidat befindet sich jedoch schon dort. Alle Informationen, die der Kandidat für eine Bewerbung braucht, sollte er direkt aus der Anzeige entnehmen können. QR-Codes dagegen lenken die Aufmerksamkeit davon weg.

AUF WELCHE EXTERNEN WEBSEITEN KANN DIE ANZEIGE VERLINKEN?

Extern verlinken können Sie zu:

- ▶ Unternehmenspräsenzen
- ▶ Social-Media-Plattformen wie Facebook oder Twitter.

Nicht möglich sind Links zu folgenden Inhalten:

- ▶ Stellenangeboten, die außerhalb von stepstone.at veröffentlicht sind
- ▶ sowie allen weiteren Plattformen, die ein vergleichbares Geschäftsmodell wie StepStone haben, z. B. Businessnetzwerke oder Arbeitgeberbewertungsportale.

WIE SETZE ICH MEINE ANZEIGE TECHNISCH RICHTIG UM?

Schreiben Sie Ihre Anzeige ganz einfach in HTML – wahlweise mit oder ohne CSS. Achten Sie auf die Schreibweise: HTML-Tags sollten immer korrekt geschlossen sein. Vermeiden Sie außerdem feste Tabellenbreiten, wenn Sie HTML-Tabellen-Befehle verwenden. Javascript führt nicht selten zu Darstellungsproblemen und darf nicht verwendet werden. Dann gibt Ihre Anzeige ein gutes Bild ab.

KANN MAN MEDIA QUERIES NUTZEN?

Nein. Eine Verwendung von Media Queries wird aktuell nicht von StepStone unterstützt.

SIND VERSTECKTE INTERAKTIVE INHALTE ERLAUBT?

Nein. Sämtliche Inhalte einer Anzeige müssen für die Bewerber direkt sichtbar sein. Interaktive Elemente wie Tabs, Registerkarten oder Akkordeons, die z. B. durch Klicks oder Mouseover steuerbar sind, sind unzulässig.

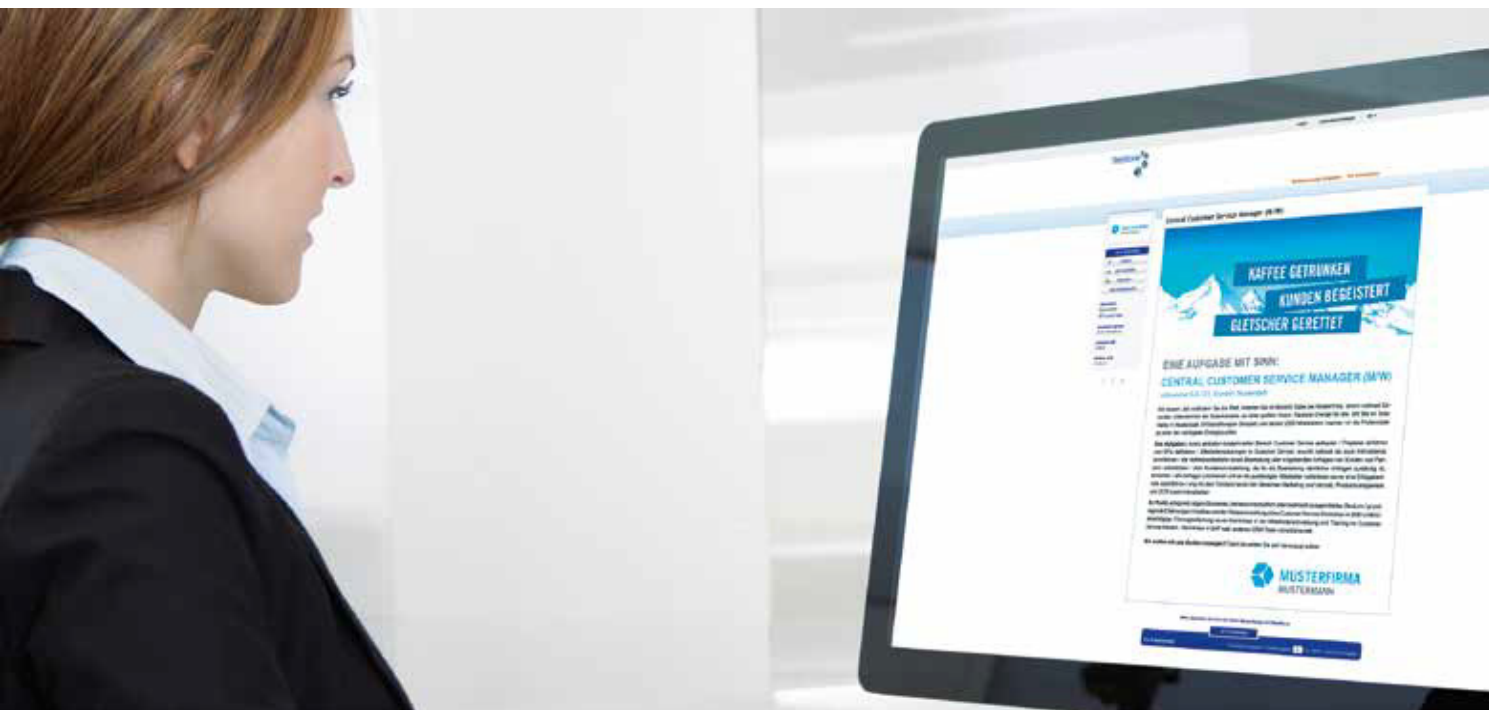
KÖNNEN PSEUDO-KLASSEN VERWENDET WERDEN?

Nein. Verzichten Sie auf den Einsatz von Pseudo-Klassen. Dann wird Ihre Anzeige immer optimal dargestellt – egal wie und wo der Bewerber sich reinklickt.



Von Format bis Schriftart: unsere Tipps zur Gestaltung

Machen Sie Ihre Anzeige von Anfang an fit für StepStone – ganz einfach mit dem Wissen dieser Seite. Hier finden Sie wichtige Vorgaben für die Erstellung. So sichern Sie Ihrer Anzeige den entscheidenden Gestaltungsvorsprung.



DAS FORMAT:

Erstellen Sie Ihre Anzeige nicht komplett als Bilddatei (z. B. JPEG oder gescanntes PDF). Lassen Sie uns Text- und Bildelemente getrennt zukommen – so wird Ihre Anzeige optimal von Bewerbern gefunden.

DIE ANIMATIONEN:

Verwenden Sie keine Flash-Animationen oder sonstige interaktive Elemente. Diese lenken die Kandidaten vom Inhalt der Anzeige ab und werden oft gar nicht oder nicht korrekt angezeigt – speziell auf mobilen Endgeräten.

DIE ANZEIGENBREITE:

Eine maximale Breite von 740 Pixeln darf nicht überschritten werden. Dann sieht es gut aus für die Bewerber – und damit auch für Sie.

DIE SCHRIFTARTEN:

Diese Schriftarten sind websicher und verwendbar, wenn Sie Ihre Anzeige selbst erstellen: Arial, Comic Sans, Courier New, Georgia, Impact, Tahoma, Times New Roman, Trebuchet MS, Helvetica, Verdana, Sans Serif.

Der finale Anzeigen-Check

Die wichtigsten Punkte, die in keiner erfolgreichen Anzeige fehlen dürfen. Prüfen Sie Ihre Stellenanzeigen einfach und schnell und starten Sie Ihre Personalsuche.

- ▶ Die Anzeige ist nur für ein Jobprofil ausgeschrieben. Sammelanzeigen werden nicht veröffentlicht.
- ▶ Der Jobtitel ist klar und aussagekräftig formuliert.
- ▶ Das Anforderungsprofil beschreibt genau, was der Kandidat mitbringen soll.
- ▶ Die Aufgabenbeschreibung ist eindeutig formuliert.
- ▶ Angaben über Zusatzleistungen, Arbeitsumgebung, Entwicklungsmöglichkeiten sind vorhanden.
- ▶ Mögliche Bewerbungskanäle und ein Kontakt für Rückfragen ist enthalten.
- ▶ Gehaltsangaben sind in der Stellenanzeige vorhanden.
- ▶ Die Anzeige ist optisch und inhaltlich klar aufgebaut und verständlich.
- ▶ Eine neutrale Formulierung bei Geschlecht, Rasse, Alter, Behinderung, Herkunft etc. ist gegeben.
- ▶ Es werden websichere Schriftarten verwendet.
- ▶ Schlüsselwörter sind frei von Umbrüchen und Silbentrennungen.
- ▶ Ein individuelles Anzeigendesign schafft einen optimalen Wiedererkennungswert.

FRAGLOS GUT BERATEN

Unser Ratgeber soll Ihnen eine Hilfe auf dem Weg zur perfekten Stellenanzeige sein. Sollten Sie weitere Fragen zum Thema, zu den einzelnen Produkten und Leistungen haben, kommen Sie gerne auf uns zu. Ihr Ansprechpartner bei StepStone und unser Kundenservice sind stets für Sie da.

StepStone Österreich GmbH
Telefon: 01/405 00 68 - 0
E-Mail: office@stepstone.at