



Online-Stellenanzeigen

Mit optimaler Gestaltung passende Bewerber gewinnen!

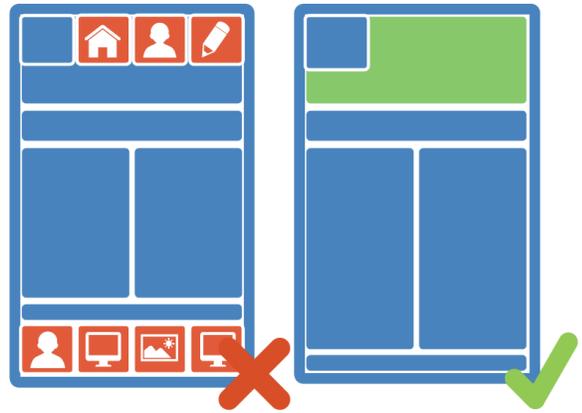
Tausende Online-Stellenanzeigen werden täglich in Deutschland geschaltet – und mit der zunehmenden Menge steigt auch der Wettbewerb zwischen den Unternehmen um Auffindbarkeit und Attraktivität der Stellenanzeigen. Neben der guten Platzierung in der Jobbörse zählt hier vor allem eine übersichtliche und attraktive Gestaltung der Anzeige, um den gewünschten Kandidaten schnellstmöglich alle relevanten Informationen zu der Position zukommen zu lassen und sich von der Konkurrenz abzuheben.

Eine Studie von StepStone Österreich GmbH und MindTake Research GmbH geht der Frage auf den Grund, welche Gestaltungselemente eine gute Stellenanzeige ausmachen. Dabei wurden 429 Teilnehmer bei der Betrachtung von Stellenanzeigen im Online-Umfeld mittels sogenanntem Eye-Tracking ausführlich beobachtet und befragt. Wir haben die wichtigsten Aspekte für Sie zusammengefasst.

Wenn Sie gerne wissen möchten, wie Ihre optimale Stellenanzeige aussieht, sprechen Sie uns an. Wir erstellen Ihnen gerne ein ansprechendes Layout und unterstützen Sie bei einer zielgruppenorientierten Schaltung!

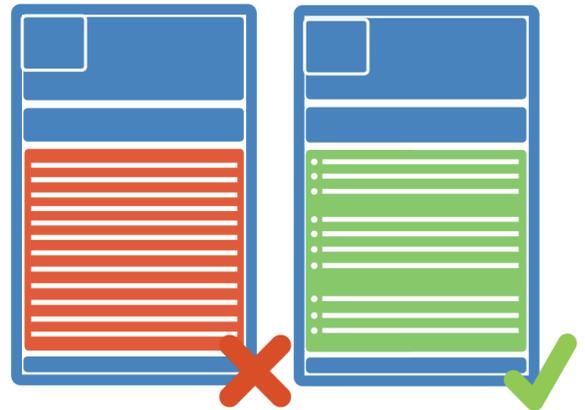
Bilder in Stellenanzeigen

- ✓ Ein großes Bild ist aufmerksamkeitsstärker als mehrere kleine Bilder.
- ✓ Die Platzierung des Bildes im oberen Bereich der Anzeige wird eher wahrgenommen.



Anzeigentext

- ✓ Die Beschreibung von Aufgaben und Anforderungen in einer Liste (bullet points) erhalten bessere Aufmerksamkeit als dieselben Inhalte in Fließtext.

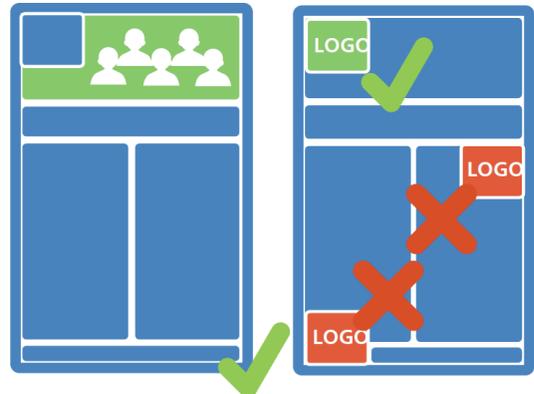


Platzierung des Unternehmenslogos

- ✓ Das Unternehmenslogo erhält seine höchste Aufmerksamkeit, wenn es im linken oberen Bereich der Stellenanzeige platziert wird.

Wirkung von Bildern mit Personen

- ✓ (Große) Bilder mit mehreren Personen erhalten mehr Aufmerksamkeit



Platzierung der Positionsbezeichnung

- ✓ Die Positionsbezeichnung erhält die höchste Aufmerksamkeit bei Platzierung in der Mitte der Stellenanzeige.

Einspaltige vs. zweisepaltige Anzeigen

- ✓ Hier zeigt sich ein interessanter Unterschied nach Zielgruppen:
- ✓ IT-Mitarbeiter fühlen sich von einer einspaltigen Stellenanzeige (Aufgaben und Anforderungen untereinander) eher angesprochen
- ✓ Auch Ingenieure bevorzugen eine Platzierung der Informationen untereinander (einspaltig)
- ✓ Werbespezialisten und Marketing-Mitarbeiter hingegen präferieren einen zweisepaltigen Aufbau

