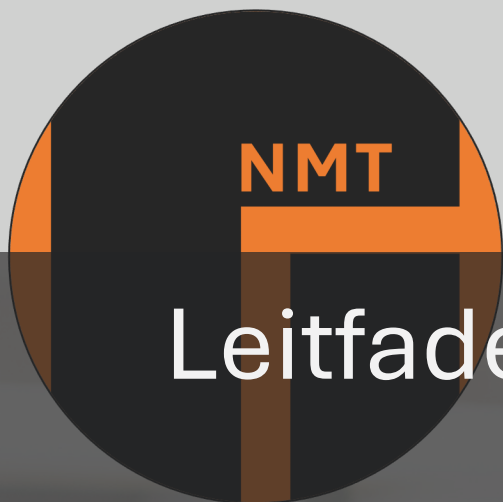




Kompetenz-Leitfaden für Kooperationspartner:innen

Leitfaden Stellenanzeigen

für die Küchenbranche



NOVAMEDIA
TRAIN

Küche einfach gut geschult

www.novamediatrain.de



Geprüfte
Qualifikation
Gültigkeit:
3 Jahre



www.tuv.com
ID 0000068844

Die TÜV Rheinland geprüfte Ausbildung
für Küchenfachverkäufer:innen

Moderne Stellenanzeigen sind gefragt

Der Fachkräftemangel ist in aller Munde – auch die Küchenbranche bleibt davon nicht verschont. Wenn Sie heute als Arbeitgeber:in nicht schon bei der Stellenanzeige Aufmerksamkeit über relevante Erstinformationen erzeugen, werden sich potentielle Kandidat:innen nicht mit Ihrem Unternehmen beschäftigen – zur Freude Ihrer Mitbewerber.

Doch was ist da eigentlich genau zu tun? Beantworten Sie kurz, knapp und prägnant die Fragen, die Bewerber:innen haben könnten und verzichten Sie komplett auf lange Anforderungskataloge und Aufzählungen von benötigten Kompetenzen und Anforderungen. Konzentrieren Sie sich lieber auf die "Must Haves". Die Tipps, die wir für Sie in diesem Leitfaden herausgearbeitet haben, beruhen auf den Umfrageergebnissen einer Studie von LinkedIn Talent Solutions aus dem Jahr 2018 mit stark gestiegener Relevanz.

Unsere ersten Empfehlungen für Stellenanzeigen lauten:

- Fokussieren Sie auf die kurze Beschreibung der täglichen Aufgaben in Kombination mit Verdienstmöglichkeiten und wirklich notwendigen Qualifikationen
- Verschenden Sie keine Zeit mit ausführlicher Unternehmensbeschreibung, Kultur oder Mission.
- Sprechen Sie klar und deutlich über die Ziele der Stelle und was den Erfolg ausmacht.
- Verwenden Sie eine Ansprache, die Ihre Kultur reflektiert und vermeiden Sie einen zu lässigen Ton.

Bei einer Stellenanzeige kleiner als 150 Wörter steigt die Wahrnehmungsquote um circa 15 - 18% gegenüber einer Stellenanzeige mit 450 bis 600 Wörtern.

Ihre Checkliste für Stellenanzeigen



Der Job-Titel ist eindeutig und schafft Aufmerksamkeit.



Eine kurze Einleitung animiert zum Weiterlesen und macht neugierig.



Sie sprechen Kandidat:innen direkt an.



Sie gendern oder verwenden Geschlechtsneutrale Begriffe.



Fotos und Bilder sollten authentisch sein, zeigen Menschen und passen zum Text und zum Unternehmen.



Der Text ist förmlich, aber auch attraktiv geschrieben. Sie drücken sich klar und präzise aus.



Texte und Formulierungen sind leicht lesbar, Überschriften treffend. Die Angaben stimmen.



Ein:e direkte:r Ansprechpartner:in ist angegeben mit direkter E-Mail-Adresse.



Der Ablauf im Bewerbungsprozess ist kurz beschrieben. Die Datenschutzbestimmungen sind verlinkt.



Eine Bewerbung hat keine Formvorgabe (PDF genügt).



Jegliche Form von möglicher Diskriminierung ist ausgeschlossen.



Verdienstmöglichkeiten, Sozialleistungen und Vergünstigungen sind herausgearbeitet.



Künftige Aufgaben und Rolle der Stelle sind klar formuliert. Ziele der Stelle und Erfolgsfaktoren sind angegeben.



Unternehmensangaben, sowie Texte zu Kultur und Mission sind extrem kurz gehalten. Es gibt einen Link zu den Informationen im Web.

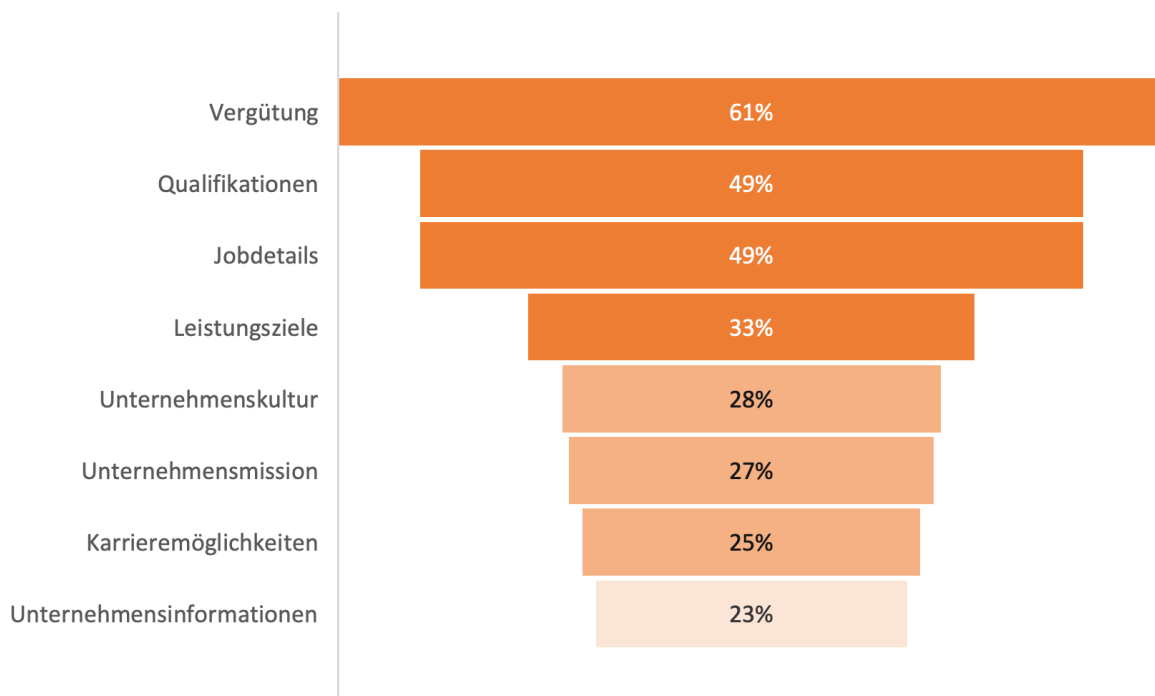


Der Ton der Stellenanzeige passt zum Unternehmen und macht deutlich, welche Art von Unternehmenskultur besteht.



Fokussierte Stellenanzeigen sind gefragt.

Ergebnis der Studie von LinkedIn Talent Solutions (Was Bewerber:innen sich in Stellenanzeigen wünschen?) – für Sie interpretiert:



- In wirkungsvollen Stellenanzeigen kommt es für die Bewerber:innen bei der Recherche nach künftigen Stellen auf klare und präzise aufbereitete Informationen an.
- Bewerber:innen wünschen sich für die Erstauswahl potentieller Arbeitgeber:innen im Schwerpunkt Angaben zur Vergütung, benötigte Qualifikationen, Jobdetails und klar formulierte Leistungsziele.
- Bei Themen wie Kultur, Mission und Karrieremöglichkeiten sagen Bewerber:innen, dass sie sich diese Informationen anderweitig über Unternehmenswebseiten oder Kanäle beschaffen, wenn sie bereits eine Vorauswahl bei der Recherche nach passenden Jobs vorgenommen haben.



Top-Tipps für Stellenanzeigen

Konzentrieren Sie sich auf die täglichen Details des Jobs sowie auf die zu erwartende Vergütung und gewünschten Qualifikationen. Schon beim Lesen einer Stellenbeschreibung möchten Kandidat:innen genau wissen, wie hoch Ihr Verdienst ist, welche Arbeit sie erledigen werden und ob sie den Job realistisch bewältigen können.

1. Die Gehaltsspanne, angebotene Sozialleistungen und Vergünstigungen gehören zu den gefragtesten Informationen einer Stellenbeschreibung. Nutzen Sie Ihre Potentiale und grenzen Sie sich mit Angabe klarer Verdienstmöglichkeiten von eher uninteressanten und schwammig formulierten Stellenanzeigen von Mitbewerbern ab. Nennen Sie einen Verdienstbereich.
2. Spezifische Details zur späteren Tätigkeit (Aufgaben, Standort, direkte Berichte, etc.) sind für Kandidat:innen hilfreich und gefragt. Seien Sie transparent und präzise.
3. Stellensuchende verbringen heute nicht mehr viel Zeit mit einer Stellenanzeige – möglicherweise nur wenige Sekunden. Geben Sie einem Bewerber oder einer Bewerberin das Gefühl, dass es sich lohnt, sich mit Ihrer Stellenanzeige zu beschäftigen. Schaffen Sie Anreize über den Job-Titel und eine Kurzbeschreibung, die zum Weiterlesen animiert. Stellen Sie Fragen, die das Interesse von Bewerbern und Bewerberinnen wecken.

Beantworten Sie alle wichtigen Fragen von Kandidat:innen und schreiben Sie klar und präzise.

Aspekte moderner Stellenanzeigen

Bewerber:innen wollen keine Zeit damit verschwenden, über ein Unternehmen, seine Mission oder seine Vision zu lesen, wenn sie sowieso nicht in die Rolle passen.

Erst wenn die Rolle und die Bedingungen ansprechen, werden diese Informationen relevant.

Fokussieren Sie auf Rolle und Aufgaben, Verdienstmöglichkeiten sowie Leistungs- und Erfolgsfaktoren.

Top-Tipps für Stellenanzeigen

4. Verbringen Sie nicht zu viel Zeit mit Ihrem Unternehmen, Ihrer Kultur oder ähnliche Informationen. Halten Sie sich diesbezüglich kurz und verzichten Sie auf die gängige Regel, schon in der Stellenzeige umfangreiche Informationen zu liefern. Dies wird sowieso im ersten Schritt überlesen, da sich mögliche Kandidat:innen erst später mit diesem Thema auseinandersetzen. So seltsam dies klingt, Firmeninformationen sind bei der ersten Sichtung nach Stellen kaum relevant. Stellen Sie diese besser mit weiterführendem Link im Web zur Verfügung.

5. Geben Sie klare, spezifische und messbare Leistungsziele an, die definieren, wie der Erfolg aussehen soll. Damit setzen Sie sich klar von den bisher üblichen kompetenzorientierten Stellenanzeigen ab und zeigen, dass Sie ein ernsthafter Arbeitgeber sind, mit dem Erfolge erzielt werden können.

6. Verwenden Sie einen Ton, der Ihre Kultur widerspiegelt, aber beachten Sie, dass es polarisierend wirken kann, wenn Sie in Ihre Ansprache zu lässig oder zu menschlich gestalten. Bewerber:innen wollen einerseits wissen, dass sie mit Menschen arbeiten, aber andererseits auch wissen, dass diese Menschen fähige Profis sind. Stellen Sie Ihre Unternehmenskultur mit einer passenden authentischen Ansprache vor, verlieren Sie lediglich die Bewerber:innen, die sich mit Ihrem Unternehmen nicht identifizieren können. Täuschen Sie bitte nichts vor, sonst laufen Sie Gefahr, negativ aufzufallen.

Geben Sie einem Bewerber oder einer Bewerberin Informationen zum künftigen Verdienst, können Sie gegenüber dem Wettbewerb punkten.

Kommunikation in Stellenanzeigen

Achten Sie auf folgende Grundsätze in der Kommunikation bei Ihrer Stellenanzeige:

- Verwenden Sie einen eindeutigen Job-Titel.
- Sprechen Sie Kandidat:innen direkt an und verwenden Sie "Sie" oder "Du" in der Ansprache.
- Verwenden Sie geschlechtsneutrale Begriffe, wenn Sie nicht gendern.
- Bauen Sie über Multimediale Elemente wie Fotos oder Videos eine Beziehung zu potenziellen Kandidaten auf.
- Bleiben Sie so formal wie nötig und so attraktiv wie möglich.
- Verwenden Sie leicht lesbare Texte und Formulierungen.
- Erklären Sie kurz, was mit der Bewerbung geschieht.
- Geben Sie eine:n konkrete:n Ansprechpartner:in an mit direkter Mail-Adresse (keine allgemeine Mail-Adresse)
- Geben Sie Hinweise zum Datenschutz (mit Link).
- Schränken Sie die Form der Bewerbung nicht ein und seien Sie so flexibel wie möglich.
- Lügen Sie nicht.
- Diskriminieren Sie nicht über Aussagen
 - zum Alter eines Teams (z.B. junges Team).
 - zur gewünschten Stufe einer Stelle (Junior, Senior oder ähnlich).
 - über die Angabe einer gewünschten Berufserfahrung (z.B. mindestens 3 Jahre oder ähnlich).
 - zum Geschlecht, zur politischen Gesinnung, zur Religion, zur Abstammung, etc.

Verzichten Sie auf die kleinsten Ansätze von Diskriminierung auch im Hinblick auf heute durchaus noch übliche Formulierungen.

Ihr Weg zur kostenlosen Stellenanzeige

1. Formulieren Sie Ihre Stellenanzeige für Küchenfachverkäufer:innen, Küchenfachberater:innen oder Küchenplaner:innen.

2. Bitte übermitteln Sie uns Ihre Daten über das auf unserer Webseite angelegte Formular bei <https://www.novamediatrain.de/stellenanzeige-einreichen>. Hier fragen wir nacheinander folgende Daten ab, die Sie bitte in die dafür vorgesehenen Felder eingeben:

Jobtitel

Unternehmen

Kurzbeschreibung Job

Arbeitszeitmodell

Adresse (Unternehmen, Niederlassung etc.), Strasse, PLZ, Stadt, Land

E-Mail-Adresse Ansprechpartner:in für Bewerber:innen

Text Ihrer Stellenanzeige

Vor- und Nachname Ansprechpartner:in für Bewerber:innen

URL/Link zur unternehmenseigenen Stellenanzeige

3. Wenn Sie möchten, dass ein Bild oder Logo ergänzend zur Stellenanzeige veröffentlicht wird, senden Sie uns dieses bitte an diese Mail-Adresse: jobs@novamediatrain.de

- Bild-Format: 1200 x 800 Pixel möglichst in hoher Auflösung von 300 dpi

4. Nach Eingang prüfen wir Ihre Angaben und stellen Ihre Stellenanzeige (in der Regel innerhalb von 24 Stunden bei Einreichung an einem Werktag bis 14:00 Uhr) online. Im Rahmen der Veröffentlichung stimmen Sie unseren [Datenschutzbestimmungen](#) zu. Sie können die Angaben frühestens dort nach 24 Stunden einsehen.

Bitte beachten Sie:

Wir stellen ausschließlich Stellenangebote im Rahmen unserer Ausbildungsangebote für Küchenfachverkäufer:innen, Küchenplaner:innen und Küchenfachberater:innen ein.

Sollten Sie eine Löschung der Daten wünschen, senden Sie uns bitte eine E-Mail an jobs@novamediatrain.de.

Fazit

Die Vorschläge dieses Leitfadens folgen den Ergebnissen der Studie von LinkedIn Talent Solutions und entsprechen dem, was Bewerber:innen sich für einen guten Auswahlprozess bei Stellenanzeigen heute wünschen.

Schreiben Sie effektive Stellenbeschreibungen, indem Sie potentiellen Kandidate:innen genau die Informationen geben, die diese sich im Auswahlprozess wünschen.

Verzichten Sie auf langatmige und aus der Mode gekommene kompetenzorientierte Stellenanzeigen im klassischen Stil, die Bewerber:innen schon im Auswahlprozess abschrecken.

Nutzen Sie unsere Stellenangebote-Plattform für Kooperationspartner und Geschäftsfreunde auf <https://www.novamediatrain.de/jobs> und senden Sie uns Ihre Stellenanzeige als Text zusammen mit Bild oder Logo über das Formular auf unserer Webseite

Unser Team NOVAMEDIATRIN wünscht Ihnen viel Erfolg.

Ihr Dirk Bender



NOVAmediatrain GmbH
Adalbertstraße 110
80798 München

Handelsregister: HRB B254552
Registergericht: Handelsregister München
Vertreten durch den Geschäftsführer:
Dirk Bender

Kontakt
Telefon: +49 (0) 89 215 689 34
Telefax: +49 (0) 89 215 689 36
E-Mail: beratung@novamediatrain.de
Web: www.novamediatrain.de

Umsatzsteuer
Umsatzsteuer-Identifikationsnummer
gemäß §27 a Umsatzsteuergesetz:
DE 194070585



FERNKURSE

für Küchenfachverkäufer:innen

"Küche einfach gut geschult"