

Sieben Tipps für kreative Online-Auftritte

Von der Stellenausschreibung gelangen Jobsuchende direkt zur Webseite des Unternehmens. So gestalten Sie ansprechende Karrierewebsites.

1. Umdenken

Längst sind es nicht mehr die Arbeitnehmer, die sich bewerben, sondern die Träger selbst. Das bedeutet, dass die Ansprüche der Bewerber an Arbeitgeber, an Vorgesetzte, an Kolleginnen und Kollegen steigen. Das betrifft einerseits Leistungen wie Gehalt, Urlaub und Extras, andererseits Themen wie Kommunikation, Einarbeitung, Wunschkonzeptplan oder Work-Life-Balance. Heben Sie solche Zusatzleistungen hervor.

2. Perspektive wechseln

Von sich selbst zu sprechen, ist immer leicht. Sätze wie „Wir sind kompetent“ oder „Wir haben Tradition“ stehen auf jeder zweiten Firmenwebseite. Doch woran erkennt der Bewerber, dass es auch um ihn geht? Unternehmen müssen die Perspektive wechseln und sich in ihre Zielgruppe hineindenken. Überlegen Sie vor dem Schreiben, wen Sie ansprechen wollen.

3. Zielgruppe kennen

Wenn die Zielgruppe feststeht, müssen Sie genauer hinschauen. Fragen Sie sich, wie die ideale Mitarbeiterin aussieht. Wie alt ist sie, wie ist ihre Familiensituation, in welcher Situation können Sie sie erreichen? Was hält sie davon ab, sich zu bewerben? Aus den Antworten können Sie die Themen ableiten, die Ihre Zielgruppe bewegen. Diese Themen müssen auf der Webseite eine Rolle spielen.

4. Schön gestalten

Der Besuch einer Webseite muss Freude machen. Inhalt ist wichtig, eine attraktive

Gestaltung kann aber ebenfalls überzeugen. Nutzen Sie positive, möglichst professionelle Fotos, die authentisch wirken. Das bedeutet nicht, dass sie hundertprozentig die Realität abbilden müssen. Es geht darum, ein Gefühl der Zugehörigkeit und Identifikation zu erzeugen. Das geht am besten mit Fotos der Mitarbeitenden. Häuser und Eingänge transportieren in der Regel sehr viel weniger Inhalt und Emotion als die Menschen, die jeden Tag dort ein- und ausgehen.

5. Mitarbeitende fragen

Beziehen Sie Ihre Mitarbeitenden in die Entwicklung mit ein. Schließlich waren sie irgendwann einmal die Zielgruppe und sind immer noch da. Fragen Sie Führungskräfte und Mitarbeitende, warum sie gern bei Ihnen arbeiten. So entsteht Schritt für Schritt ein Bild Ihrer Stärken. Darauf können Sie aufbauen, wenn Sie passende Texte entwickeln.

6. Konkret und anders sein

Wir erwarten, wir bieten – so lautet die Universalformel. Das ist wenig individuell und ansprechend. Vermeiden Sie leere Worthülsen und formulieren Sie stattdessen konkret, warum Ihre Einrichtung besonders ist.

7. Emotionen wecken

Überraschungseffekte, Humor und Wertschätzung sind ein Weg in die Herzen der Bewerber. Interessant wird es, wenn Fotos den Text auf kreative Weise illustrieren. Das kann zum Beispiel das Foto einer Frau sein, die eine gezeichnete Krone trägt. Über dem Foto steht: wertvoll. Der Text dazu beschreibt, warum die Arbeit der Frau wertvoll ist und in der Einrichtung besonders geschätzt wird. Wagen Sie etwas!

Antje Hein

ist Inhaberin der Agentur Medienzauber in Berlin.
hein@medienzauber.de

„Unternehmen müssen die Perspektive wechseln und sich in ihre Zielgruppe hineindenken.“



KOMPETENZ UND ERFAHRUNG
FÜR DIE SOZIALWIRTSCHAFT

SCHULZ CONSULTING

MANAGEMENTBERATUNG + ORGANISATIONSENTWICKLUNG

- Leitbild und Strategie
- Unternehmenskultur
- Unternehmenskonzepte
- Aufbauorganisation
- Coaching
- Open Space, World Café und Strategiekonferenzen
- Lösung von Konflikten mit Dynamic Facilitation

Hans-J. Schulz · An den Brunnenröhren 24
35037 Marburg · Tel.: 0 64 21/ 68 61 41

www.schulz-consulting.org