

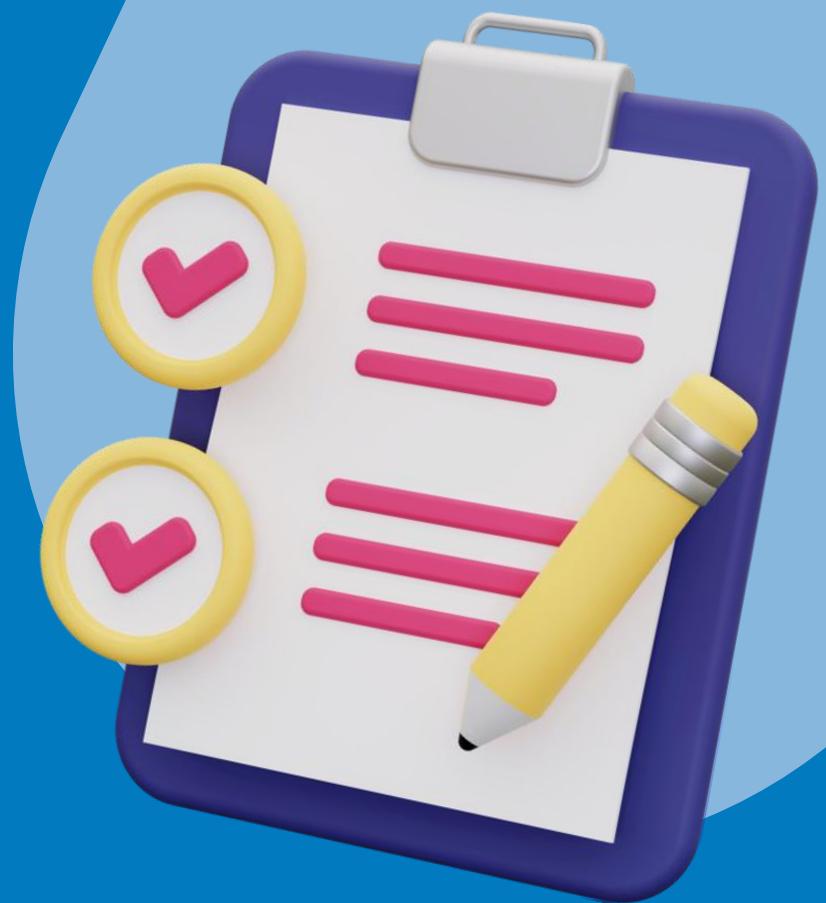
# FACHKRÄFTE GEWINNEN MIT STRATEGIE

SO NUTZT DU DIE KRAFT  
VON ONLINE-RECRUITING

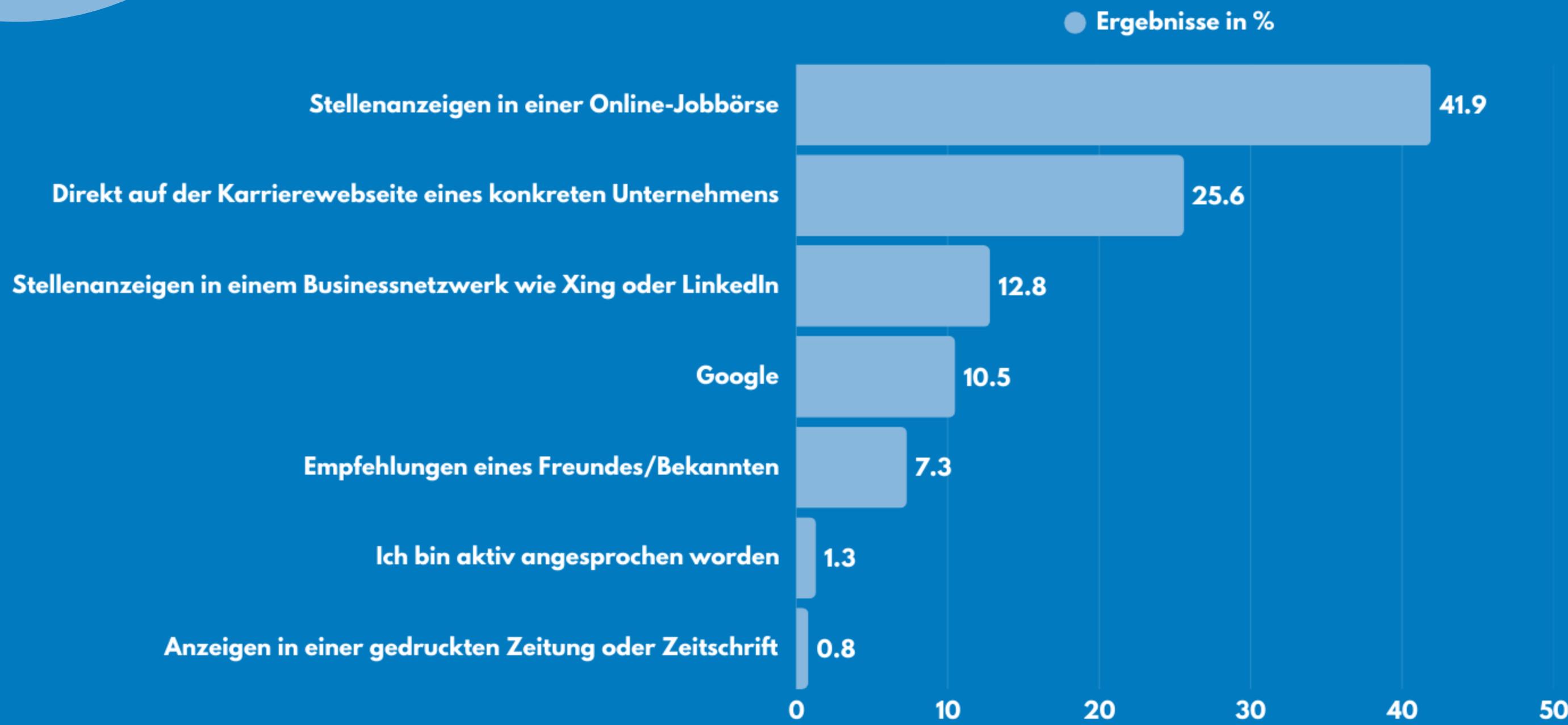


# INHALTE

- 1 EINFÜHRUNG IN ONLINE-RECRUITING
- 2 ZIELGRUPPENANALYSE
- 3 PLATTFORMEN FÜR ONLINE-RECRUITING
- 4 STELLENANZEIGEN OPTIMIEREN
- 5 EMPLOYER BRANDING
- 6 SOCIAL MEDIA RECRUITING STRATEGIEN
- 7 ERFOLGSMESSUNG RECRUITING
- 8 INTERAKTIVE ELEMENTE



# EINFÜHRUNG IN ONLINE-RECRUITING



# RECRUITING IM WANDEL DER ZEIT



Technologischer Fortschritt



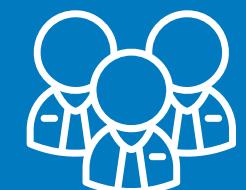
Verändertes  
Konsumverhalten



Kosteneffizienz für Firmen



Flexibilität



Arbeitnehmermarkt



# VORTEILE GEGENÜBER KLASSISCHEN METHODEN

- + Reichweite
- + Zielgerichtete Ansprache
- + Schnelligkeit & Aktualität
- + Kosteneffizienz
- + Messbarkeit & Optimierung
- + Stärkere Arbeitgebermarke (Employer Branding)
- + Bessere Candidate Experience
- + Vielfalt an Formaten
- + Automatisierung & Effizienz



# HERAUSFORDERUNGEN VON KMUS



- + Begrenzte Sichtbarkeit als Arbeitgeber
- + Fehlendes Employer Branding
- + Wettbewerb mit größeren Unternehmen um Fachkräfte
- + Geringe Budgets für Personalmarketing
- + Unklare Zielgruppenansprache
- + Veraltete oder unattraktive Stellenanzeigen
- + Fehlende digitale Infrastruktur (Karriereseite, Bewerbungsprozesse)
- + Zu lange oder umständliche Bewerbungswägen
- + Unsicherheit bei der Nutzung von Social Media & Online-Plattformen
- + Wenig Know-how über Recruiting-KPIs & Auswertungen

# PLATTFORMEN IM ÜBERBLICK



# MONSTER



# ZIELGRUPPENANALYSE

**Ziel: Die richtigen Kandidat\*innen identifizieren und ihre Bedürfnisse verstehen**

**WEN SUCHE ICH EIGENTLICH?**

- **Alter**
- **Ausbildung**
- **Werte**
- **Mediennutzung**



# PERSONAS



Name, Vorname

Position

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. In erat leo, viverra in blandit nec, dictum vel ante. In facilisis nulla vel egestas pellentesque.

## Biografie

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. In erat leo, viverra in blandit nec, dictum vel ante. In facilisis nulla vel egestas pellentesque. Curabitur vel velit pulvinar, efficitur nibh et, tincidunt lacus. Vestibulum molestie suscipit lorem, iaculis sagittis lacus fringilla nec. Nulla facilisi. Fusce ac dui vel purus tempus euismod.

## Motivation

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. In erat leo, viverra in blandit nec, dictum vel ante. In facilisis nulla vel egestas pellentesque. Curabitur vel velit pulvinar, efficitur nibh et, tincidunt lacus. Vestibulum molestie suscipit lorem, iaculis sagittis lacus fringilla nec. Nulla facilisi. Fusce ac dui vel purus tempus euismod.

## Ziele

- Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. In erat leo, viverra in blandit nec, dictum vel ante.
- Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. In erat leo, viverra in blandit nec, dictum vel ante.

## Persönlichkeit

Punkt 1

Punkt 2

Punkt 3

Punkt 4

## Fähigkeiten

Fähigkeit 1



Fähigkeit 2



Fähigkeit 3



# ANSPRACHE



## AZUBI

Locker,  
sympathisch,  
authentisch



## FACHARBEITER

Klar, professionell,  
vertrauensvoll



## QUEREINSTEIGER

Ermutigend, offen,  
unterstützend

# PLATTFORMEN FÜR ONLINE RECRUITING

- + Fokus auf Deutschland, Österreich, Schweiz (DACH)
- + Besonders genutzt von KMU, Verwaltung, Handwerk
- + Weniger aktiv bei Content und Interaktion
- + Recruiting-Fokus auf klassische Stellenanzeigen
- + Sinkende Relevanz, kaum internationale Reichweite



- + International ausgerichtet, stark wachsend
- + Beliebt bei Fach- und Führungskräften, Startups, Tech-Branche
- + Viel Aktivität durch Posts, Videos, Netzwerken
- + Starke Tools für Employer Branding & Active Sourcing
- + Ideal für moderne, strategische Recruiting-Kampagnen



# INSTAGRAM

## REICHWEITE

- Über 30 Mio. aktive Nutzer in Deutschland (Stand 2024)
- Besonders stark bei jüngeren Zielgruppen (Gen Z & Millennials)

## ANZEIGEN-FORMATE

- Feed-Anzeigen (Bilder oder Videos im Haupt-Feed)
- Story Ads (Vollbild, mobil-optimiert, 15 Sekunden)
- Reels Ads (kurze Hochkant-Videos)
- Karussell-Anzeigen (mehrere Bilder/Videos zum Durchswipen)
- Explore Ads (sichtbar im Entdecken-Bereich)



# FACEBOOK

## REICHWEITE

- Ca. 25–30 Mio. aktive Nutzer in Deutschland
- Besonders stark bei Zielgruppen 30+, auch gut für Quereinsteiger und erfahrene Fachkräfte

## ANZEIGEN-FORMATE

- Feed-Anzeigen (Bild, Video, Karussell mit mehreren Slides)
- Story Ads (ähnlich wie bei Instagram – im Hochformat)
- Video Ads (kurze Clips im Feed oder als In-Stream-Werbung)
- Messenger Ads
- „Jetzt bewerben“-Button möglich



# JOBPORTAL VS KARRIERESEITE

## PORTALE

- Große Reichweite
- Schnelle Sichtbarkeit
- Eingeschränkte Gestaltung
- Kaum Employer Branding
- Laufende Kosten pro Anzeige
- Wenig Individualität im Bewerbungsprozess

## KARRIERESEITE

- Zielgerichtete, interessierte Besucher
- Nachhaltiger Eindruck
- Volle Kontrolle über Inhalt und Design
- Starke Arbeitgebermarke möglich
- Einmalige Investition
- Optimale Candidate Experience

# **Karriereseite – die 6 wichtigsten Faktoren!**

## → **1. Übersichtlichkeit & Struktur**

Klare Navigation (z. B. "Offene Stellen", "Über uns", "Bewerbungsprozess")

Mobile Optimierung ist Pflicht

Schneller Zugang zu den Jobangeboten

## → **2. Authentischer Einblick ins Unternehmen**

Fotos & Videos vom Team und Arbeitsalltag

Zitate oder kurze Interviews mit Mitarbeitenden

Unternehmenswerte, Benefits & Arbeitskultur sichtbar machen

# **Karriereseite – die 6 wichtigsten Faktoren!**

## → **3. Klare, verständliche Sprache**

Keine Floskeln („dynamisches Team mit flachen Hierarchien“)

Zielgruppengerechte Ansprache (Du/Sie, Azubi/Fachkraft)

Wichtige Infos nicht verstecken: Gehalt, Arbeitszeit, Standort, Kontaktperson

## → **4. Einfacher Bewerbungsprozess**

Kurzes, intuitives Bewerbungsformular

Möglichst ohne Login oder unnötige Pflichtfelder

Mobile Bewerbung ermöglichen („One Click Bewerbung“ oder „Bewerbung ohne Lebenslauf“)

# Karriereseite – die 6 wichtigsten Faktoren!

## → 5. Technische & rechtliche Basics

- DSGVO-konform (Datenschutzerklärung, Bewerber-Tracking mit Einwilligung)
- Schnelle Ladezeit und SSL-Verschlüsselung
- Suchmaschinenoptimierung (SEO) – auch für „Google for Jobs“

## → 6. Employer Branding & Wiedererkennung

- Gleicher Look & Feel wie der Rest der Unternehmensseite
- Aussagekräftige Bilder, Farben, Logo, Sprache
- Evtl. eigene Subdomain oder URL (z. B. karriere.deinunternehmen.de)

## Manuels Tipp zum Schluss:

„Die Karriereseite ist dein digitales Bewerbungsgespräch, bevor der Lebenslauf überhaupt abgeschickt wurde.“

# STELLENANZEIGEN OPTIMIEREN

**Ziel: Aufmerksamkeit erregen und zur Bewerbung motivieren.**

## AUFBAU EINER ERFOLGREICHEN ONLINE-STRATEGIE

→ Überschrift, Einstieg, Inhalt, Call-to-Action

## SPRACHE

→ Authentisch, verständlich, zielgruppengerecht

**MOBILE OPTIMIERUNG NICHT VERGESSEN!**

# WORST PRACTICE

**Freude, Begeisterung, Engagement**

Wenn Sie diese Voraussetzungen mitbringen, freuen wir uns auf Ihre Bewerbung als

**Fleischerei-fachverkäufer/in (Voll- oder Teilzeit)**

Denn bei uns tun Sie das, was Sie begeistert: Unseren Kunden das verkaufen, was sie lieben – **Beste Metzger-Qualität!**

  
Foto: iStock/Dmitry Fisher

**Ihr Fleischer-Fachgeschäft**  
**Partyservice · Gaststüble**  
74348 Lauffen a.N. · Bahnhofstraße 18  
Tel. (0 71 33) 79 66 · Fax (0 71 33) 22 11 6  
Kopfs Leckerbissen · Eberhardstraße 54  
Tel. (0 71 33) 49 73 · Fax (0 71 33) 20 33 99  
[www.metzgerei-kopf.de](http://www.metzgerei-kopf.de)



## Empfangsdame (m/w) TZ



Wir suchen ab sofort für unseren Kunden in Hamburg ab sofort zur Personalvermittlung (mit vorgeschalteter Zeitarbeit). Referenznummer 1266/3/2015

### Ihr Aufgabengebiet

- | Bedienung der Telefonzentrale – Annahme und Weiterleitung von Telefonaten
- | Empfang und Betreuung von Gästen
- | Bearbeitung der Ein- und Ausgangspost
- | Führung von Listen
- | Ablage

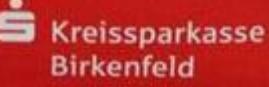
**Mehr Infos unter:  
[www.ksk-birkenfeld.de](http://www.ksk-birkenfeld.de)**



**Gestern noch in der Schule - heute schon auf der Karriereleiter!**

Bewerbungsschluss für eine Ausbildung zum Bankkaufmann/-frau oder für ein duales Studium mit dem Abschluss Bachelor of Arts ist der 26.07.2013.

Ausbildungsbeginn ist der 2. Mai oder der 1. August 2014.



# BEST PRACTICE

**DU BIST** alles anderes als  
**EIN SESSELPUPSER?**

#TeamBuchstelle. Genau dein Job.

**Steuerberater/in (m/w/d)**  
(m/w/d) in Teil- oder Vollzeit

**blhv**

QUEREINSTIEGER-  
:INNEN  
willkommen!

**HOLP**  
**Wegebau**

D'HOLP-GmbH isch seid feifadreisich Johr a regional tädig's Dienischleischdongsondornehma. Haubdsächlich schaffad mir ennorhalb em Schwäbisch-Frankischa-Wald. Mir machad nüe Wald- und Feldweg und pflegad dia au und hend Laschdwäge, Baggor, Gräder, Rauba und no a weng Gloigruschd. Wend Lusched hosch bei os zum schaffa, mir dädad grad no so arbeitswiadiche Schofseggl, die zu os bassad, such'a:

**Baggor-Fahrer (m/w)**

Voraussedzong:

- Schomoale mid em Baggor oder soebbas ehnlicham g'fahra
- Ned bled oaschdelle
- Dor Zwoior wär au ned schlechd (wenn's a Mol brennd)

**Laschdwaga-Fahrer (m/w)**

Voraussedzong:

- An Labba KL 2 / CE
- Am beschda wär wen'd schomol uff em Bau g'fahra wärsch (muss abor ned sei)

Mir send oaschdendiche Leid. Bei ons wirsched ordentlich behandl'd und gragschd d'r Zahldag penglich. Wenn nex zammareisch und de guad oaschdelsch gibt's a ordentlich Kohle. Oifach oraufa oder s'Babier per Mail schigga.

Übersetzung in hochdeutsch unter:

Holp GmbH  
Im Beundle 1  
71540 Murrhardt  
Günter Holp

Tel. 07192/9336-111  
Fax 07192/9336-250  
g.holp@holp.eu



**BIST DU 007  
MIT DER LIZENZ  
ZUM LÖTEN?**

BEWIRB DICH ALS  
SCHLOSSER (M/W)

#DEINEPOWER



**NACH DER KLASSE  
MÄCHST DU KASSE!**

BEWIRB DICH ALS  
FERIENJOCKER (M/W)

#DEINEPOWER



**AUCH OHNE  
MUSKELN EINEN  
HEBEN!**

BEWIRB DICH ALS  
STÄPLERFAHRER (M/W)

#DEINEPOWER



**DU HAST EIN HÄNDCHEN  
FÜR HOLZ!**

BEWIRB DICH ALS  
SCHREINER (M/W) /  
TISCHLER (M/W)

#DEINEPOWER



**WATT  
WILLST DU?**

BEWIRB DICH ALS  
ELEKTRIKER (M/W)

#DEINEPOWER



**LUST AUF OLDSCHOOL  
TWITTERN?**

BEWIRB DICH ALS  
CALL-CENTER-AGENT  
(M/W)

#DEINEPOWER



**BIST DU HERR  
DER LAGE(R)?**

BEWIRB DICH ALS  
HELFER (M/W) /  
LAGERARBEITER (M/W)

#DEINEPOWER



**NICHTS DABEI?  
WIR HÄTTEN DA  
NOCH WAS...**

[HIER LANG >](#)



# EMPLOYER BRANDING

## WAS IST EMPLOYER BRANDING ?

- Employer Branding bedeutet, dein Unternehmen als attraktiven Arbeitgeber zu positionieren – nach innen und außen.  
Es geht darum, ein positives, authentisches Bild zu vermitteln, das potenzielle Bewerber\*innen anspricht und bestehende Mitarbeitende bindet.



## WO IST EMPLOYER BRANDING?

- Webseite, Social Media, Bewerbungsprozess

# BEST PRACTICE

- Einblicke in den Arbeitsalltag (z. B. auf Social Media)
- Mitarbeiterstimmen & Teamfotos auf der Karriereseite
- Klare Kommunikation von Werten, Benefits und Unternehmenskultur
- Authentische Stellenanzeigen mit Persönlichkeit

Manuels Tipp zu Recruiting-Ads:

„Gute Anzeigen verkaufen keine Stellen – sie erzählen Geschichten und machen Lust auf ein Gespräch.“



# SOCIAL MEDIA RECRUITING STRATEGIE

**Ziel: Bewerber\*innen dort erreichen, wo sie unterwegs sind – mit Plan.**

**Aber wie?**

**Mit organischer oder bezahlter  
Reichweite?**



# ORGANISCHE VS BEZAHLTE REICHWEITE

## ORGANISCH

- Kostenlos
- Entsteht durch normale Beiträge, Shares und Likes
- Reichweite ist begrenzt (abhängig vom Algrorithmus)
- Ideal für Employer Branding
- Keine Garantie, dass die Zielgruppe erreicht wird

## BEZAHLT

- Kostenpflichtig (z.B. Meta Ads)
- Entsteht durch gezielte Anzeigenschaltung
- Gezielte Ansprache nach Alter, Region, Interesse
- Ideal für Reichweite, Recruiting, schnelle Sichtbarkeit
- Volle Kontrolle über Zielgruppe, Budget und Laufzeit

# ANZEIGENFORMATE AUF INSTAGRAM & FACEBOOK

Format	Einsatzbereich	Besonderheiten
Bildanzeige	Klassischer Jobpost, Employer Branding	Ein einzelnes Bild mit Text und Call-to-Action
Videoanzeige	Emotionale Einblicke, Teamvorstellung	Kurz, authentisch – max. 15–60 Sek. ideal
Karussellanzeige	Mehrere Infos in einer Anzeige	Bis zu 10 Bilder/Videos – z. B. Schritte, Vorteile, Team
Story Ads	Junge Zielgruppen, schnelle Aufmerksamkeit	Vollbild (Hochformat), mobil, interaktiv (Link-Sticker)

<b>Reels Ads</b>	Dynamisch, ideal für Azubi-Ansprache	Kurzvideos im Reel-Feed (max. 30 Sek.), modern & auffällig
<b>Messenger Ads</b>	Direkter Kontakt & Dialogaufnahme	Button führt direkt in den Facebook Messenger
<b>Collection Ads</b>	Für größere Arbeitgeber oder Ausbildungsübersicht	Kombination aus Video + Produkt-/Jobübersicht (nur mobil)
<b>Lead Ads</b>	Schnelle Bewerbung direkt in der App	Bewerbungsformular öffnet sich direkt in Facebook/Instagram

# TIPPS FÜR TEXT/BILD-KOMBINATION

## BILDER

- **Authentizität vor Perfektion:** Echte Fotos vom Team, Arbeitsplatz oder Azubi-Alltag wirken glaubwürdiger als Stockbilder.
- **Gesichter zeigen:** Menschen reagieren auf Menschen – ein sympathisches Lächeln schlägt jedes Hochglanzbild.
- **Farben & Kontraste nutzen:** Bilder sollen in der Timeline auffallen – also hell, klar und visuell ansprechend.
- **Quadratisches oder Hochformat bevorzugen:** Besonders für Instagram und Facebook geeignet.

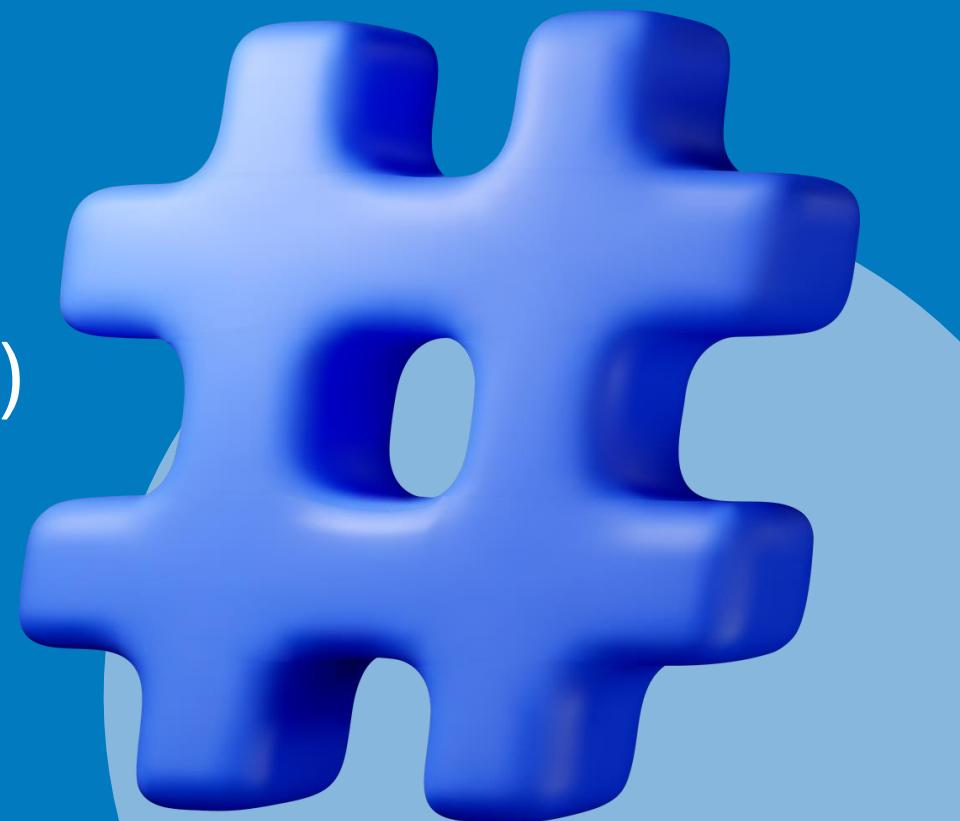
## TEXTE

- **Klar, kurz, konkret:** In den ersten 2 Zeilen muss klar sein, worum es geht.
- **Fragen stellen:** Z. B. „Suchst du einen Job mit Sinn?“ oder „Du willst anpacken statt zusehen?“
- **Du-Ansprache verwenden:** Direkt, nahbar, persönlich.  
Emojis gezielt einsetzen: Nicht übertreiben, aber sie strukturieren und lockern auf.
- **Call-to-Action einbauen:** z. B. „Jetzt bewerben“, „Mehr erfahren“, „Klick auf den Link“.

# HASHTAGS, GEOTAGS, INTERAKTION - WAS WIRKLICH WAS BRINGT

## HASHTAGS:

- Mehr Reichweite
- Bessere Auffindbarkeit deiner Beiträge
- Thematische Zuordnung
- 5-10 relevante Hashtags verwenden (nicht 30 wahllose)
- Große Hashtags mit Nischen-Hashtags kombinieren
- Unternehmenseigene Hashtags



# HASHTAGS, GEOTAGS, INTERAKTION - WAS WIRKLICH WAS BRINGT

## GEOTAGS

- Lokale Sichtbarkeit für Bewerber:innen in deiner Umgebung
- Funktioniert besonders gut auf Instagram & Facebook
- Immer den Standort deiner Firma / Einsatzstelle taggen
- Nutze auch allgemeine Orte in der Region  
(z. B. „Dillingen an der Donau“)
- Ideal für Ausbildungsplätze & regionale Stellenanzeigen



# HASHTAGS, GEOTAGS, INTERAKTION - WAS WIRKLICH WAS BRINGT

## INTERAKTION

- Höhere Reichweite durch Algorithmus
- Sympathie, Vertrauen und echte Verbindung zur Zielgruppe
- Sichtbarkeit in Netzwerken deiner Follower
- Fragen stellen, Umfragen posten, in Storys aktiv sein
- Kommentare immer beantworten – auch kurze Emojis oder ein „Danke“ wirken
- Reagiere aktiv auf andere Profile: z. B. Azubis, Schulen, Kammern



# RETARGETING INTERESSENTEN ERNEUT ANSPRECHEN

## WAS IST DAS?

Retargeting bedeutet: Personen, die bereits mit deiner Karriereseite oder Anzeige in Kontakt waren, werden gezielt noch einmal angesprochen – z. B. über Social Media oder Google Ads.

## WANN IST ES SINNVOLL?

Viele Interessent:innen klicken auf eine Anzeige – aber bewerben sich nicht sofort. Mit Retargeting bleibst du sichtbar, baust Vertrauen auf und erinnerst sie daran, dass die Stelle noch frei ist.



# ERFOLGSMESSUNG

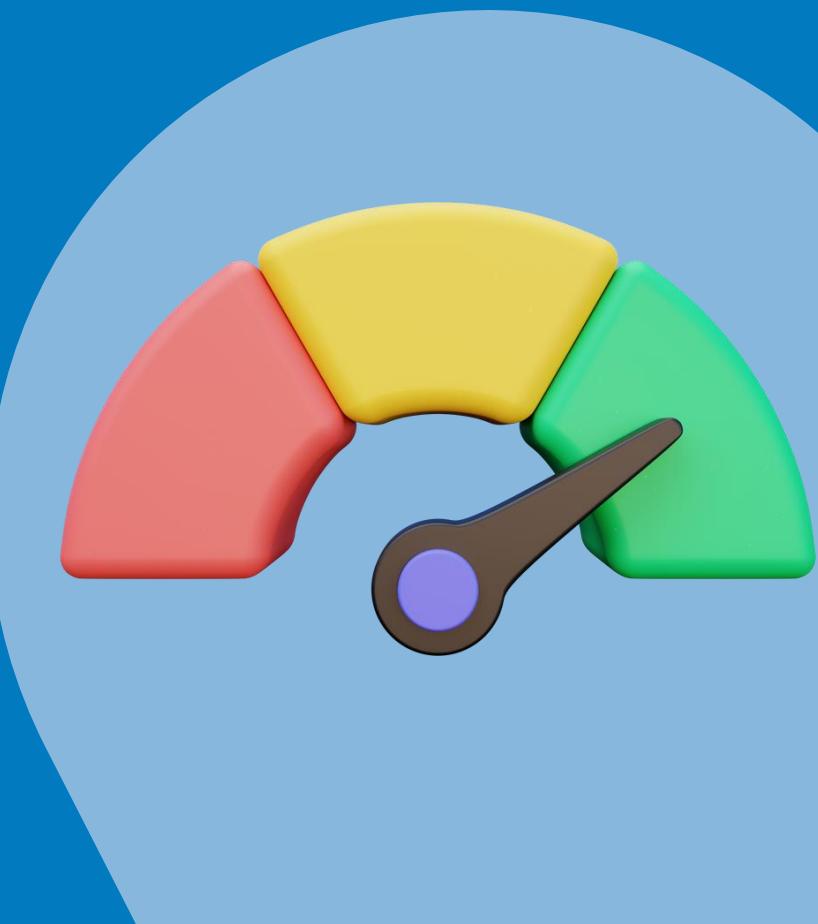
**Ziel: Maßnahmen bewerten und verbessern.**

## WAS SIND KPI'S (IM RECRUITING)?

KPIs im Recruiting sind Kennzahlen, mit denen du den Erfolg deiner Recruiting-Maßnahmen messen, vergleichen und optimieren kannst.

## WARUM SIND KPI'S WICHTIG

- Du erkennst, was wirklich funktioniert – und was nicht
- Du kannst dein Budget gezielter einsetzen
- Du wirst effizienter, schneller und erfolgreicher im Recruiting



# ÜBERSICHT DER KPI'S

Cost per Hire

Time to Hire

Bewerbungsrate (CTR)

Conversion Rate

Anzahl qualifizierter  
Bewerbungen

Absprungrate

Quelle der Bewerbung

Retention Rate

Kosten pro eingestellter Person

Zeit vom Ausschreiben bis zur Einstellung

Verhältnis von Klicks auf die Anzeige zu  
tatsächlichen Bewerbung

Wie viele Besucher der Karriere Webseite bewerben  
sich tatsächlich?

Nicht nur Masse, sondern passende Bewerbungen

Wie viele verlassen die Karriereseite ohne  
Interaktion

Welche Plattform

Wie viele eingestellte Personen bleiben über längere  
Zeit im Unternehmen

# WICHTIGE TOOLS UND IHRE FUNKTION

## GOOGLE ANALYTICS:

- Misst den Traffic auf deiner Karriereseite
- Zeigt, woher Besucher kommen (z. B. Instagram, Google, Facebook)
- Erkennt Absprungraten & Verweildauer
- Hilfreich, um zu sehen: Welche Seiten funktionieren – welche nicht?



# WICHTIGE TOOLS UND IHRE FUNKTION

## META ADS MANAGER

- Auswertung von Reichweite, Klicks, Bewerbungs-Conversions
- Zielgruppen-Targeting & A/B-Tests möglich
- Retargeting-Listen erstellen
- Ideal für Recruiting-Kampagnen mit kleinem Budget



# WICHTIGE TOOLS UND IHRE FUNKTION

## LINKEDIN CAMPAIN MANAGER

- Anzeigen-Performance auf LinkedIn tracken
- Bewerber:innen nach Branche, Jobtitel, Region ansprechen
- Metriken wie Klickrate, Leads, Interaktionen auswerten
- Besonders für Fach- und Führungskräfte-Recruiting



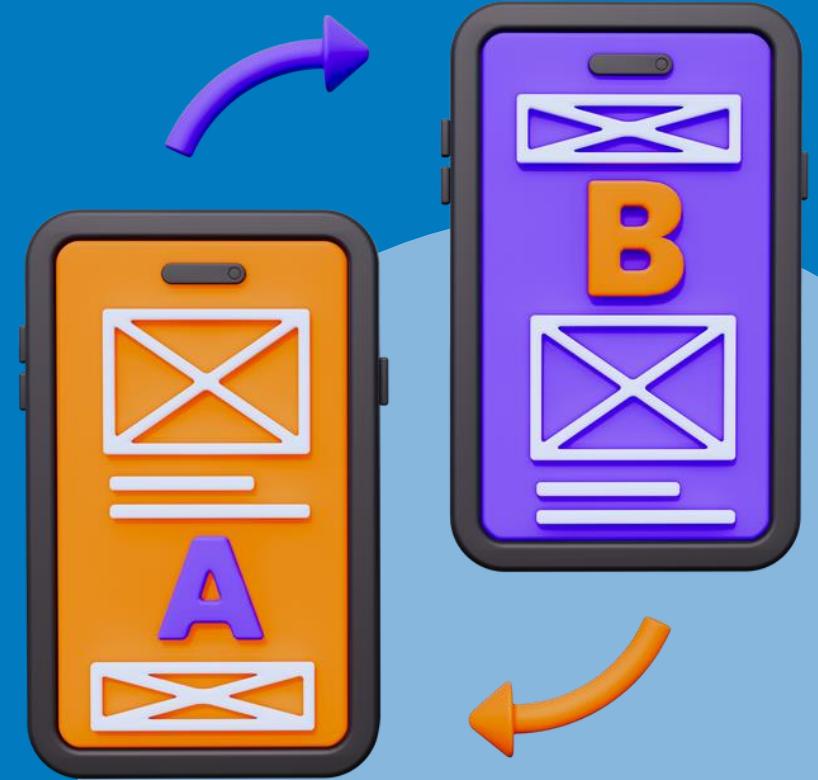
# A/B TESTING IM RECRUITING

## WAS IST DAS?

Ein A/B-Test vergleicht zwei Varianten einer Anzeige (oder eines Textes/Bildes), um herauszufinden, welche besser funktioniert – z. B. mehr Klicks oder Bewerbungen bringt.

## WAS KANNST DU DARAUS LERNEN?

- Welche Sprache spricht deine Zielgruppe besser an?
- Welche Bilder wecken mehr Interesse?
- Was motiviert eher zur Bewerbung?



# LEARNINGS

-  **WELCHE KANÄLE FUNKTIONIEREN GUT**
-  **WAS SPRICHT DIE ZIELGRUPPE AN**
-  **WO SPRINGEN BEWERBER AB**
-  **WIE EFFIZIENT IST DER PROZESS**
-  **WIE KANNST DU DICH KONTINUIERLICH VERBESSERN**

# AIDA-METHODE

Ein alter Hut, der immer noch passt!

- A ATTENTION** → Aufmerksamkeit erzeugen
- I INTEREST** → Interesse wecken
- D DESIRE** → Wunsch (nach Job) auslösen
- A ACTION** → zur Handlung/Bewerbung motivieren

# AIDA-METHODE

## Beispiel 1: Azubi-Stelle im Handwerk

### **Attention:**

*„Schule bald vorbei? Und du willst lieber was mit den Händen machen als mit Excel?“*

### **Interest:**

*Bei uns lernst du einen zukunftssicheren Beruf mit Perspektive – und bist von Anfang an Teil des Teams.*

### **Desire:**

*Eigene Projekte, coole Kollegen, geregelte Arbeitszeiten und ein sicherer Job warten auf dich.*

### **Action:**

*Bewirb dich jetzt mit 3 Klicks – ohne Lebenslauf!*

# AIDA-METHODE

Beispiel 2: Fachkraft im Marketing (z. B. Social Media Manager:in)

**Attention:**

*„Dein TikTok-Feed ist kreativer als dein aktueller Job?“*

**Interest:**

Wir suchen Social-Media-Minds, die unsere Marke online voranbringen – mit Mut, Ideen und Gefühl fürs Digitale.

**Desire:**

Dich erwartet ein junges, motiviertes Team, flexible Arbeitszeiten und viel kreativer Spielraum.

**Action:**

Klick hier & starte deine Bewerbung – in unter 2 Minuten.

# AIDA-METHODE

## Beispiel 3: Quereinsteiger:in im Lager / Logistik

### **Attention:**

„Karriere ohne Lebenslauf? Bei uns zählt, was du anpackst!“

### **Interest:**

Du hast Lust auf eine neue Aufgabe, aber keine passende Ausbildung? Kein Problem!  
Wir zeigen dir alles, was du brauchst.

### **Desire:**

Fester Job, geregelte Arbeitszeiten, nettes Team – und jede Menge Bewegung statt Bürostuhl.

### **Action:**

Bewirb dich jetzt – schnell & unkompliziert, auch ohne Unterlagen!

# AIDA-METHODE

## Beispiel 4: IT-Fachkraft / Entwickler:in

### **Attention:**

„Dein Code läuft – aber deine Karriere steht?“

### **Interest:**

Wir suchen Entwickler:innen, die mitdenken, mitgestalten und etwas bewegen wollen – in einem kleinen, agilen Team mit echten Freiheiten.

### **Desire:**

Hybrides Arbeiten, Weiterbildung nach Wunsch, moderne Projekte mit Sinn – ohne Konzern-Blabla.

### **Action:**

*Jetzt in 60 Sekunden bewerben – ganz ohne Motivationsschreiben!*

**VIelen Dank für  
Eure Aufmerksamkeit  
fragen?**



**Gerne auch im Nachgang: Manuel Schuster**

**info@schuster-werbeagentur.de Tel: 09075/7020124**

**www.schuster-werbeagentur.de**