

Wir sind Recruiting.
epunkt



Das perfekte Stelleninserat

Das Stelleninserat ist oft der erste Berührungspunkt zwischen Ihrem Unternehmen und potenziellen Kandidat:innen. Dieser Guide begleitet Sie dabei, Inserate so zu gestalten, dass sie sowohl auffallen als auch überzeugen:

- ✓ Wie Ihre Stellenanzeigen aus der Masse hervorstechen und sofort Interesse wecken
- ✓ Wie Sie gezielt auf die Bedürfnisse & Erwartungen von Kandidat:innen eingehen
- ✓ Wie Sie die Anzahl und Qualität der Bewerbungen steigern

→
epunkt.com



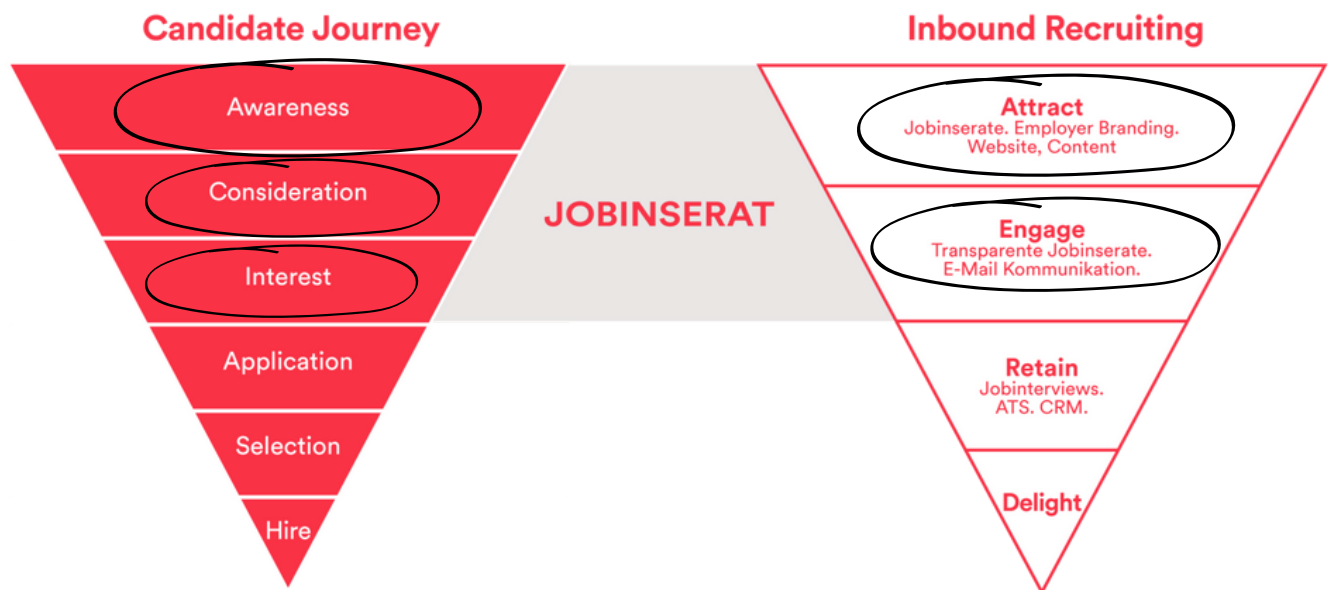


Das Stelleninserat – der erste Touchpoint in der Candidate Journey

Die Candidate Journey beschreibt den Weg, den Kandidat:innen im Bewerbungsprozess durchlaufen – von der ersten Suche nach neuen Herausforderungen bis hin zum Onboarding. Ein herausragendes Stelleninserat spielt eine zentrale Rolle in den Phasen Awareness, Consideration und Interest, sowie im Inbound Recruiting bei Attract und Engage.

Das Inserat verfolgt zwei Hauptziele:

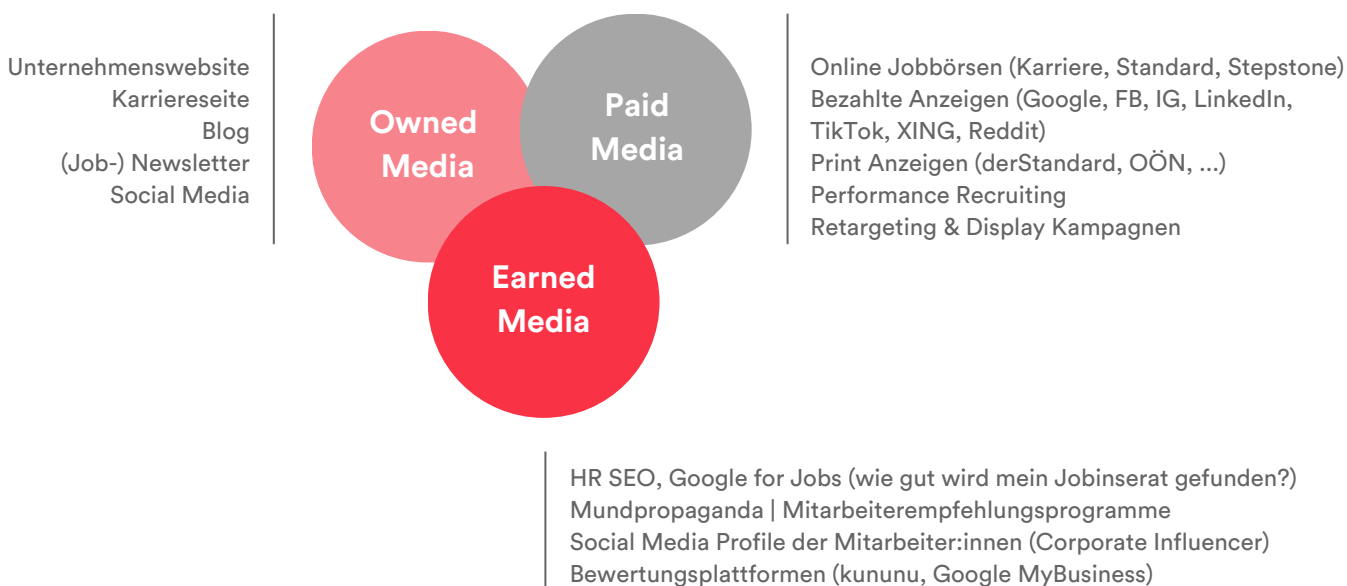
- 1 **Aus der Masse herausstechen**
- 2 **Interessent:innen zur Bewerbung motivieren**





Sichtbarkeit steigern: Wo schalten Sie Ihr Jobinserat?

Jobbörsen (karriere.at, StepStone.at, derStandard Karriere, Willhaben Jobs oder jobs.tt), Meta Jobbörsen (Indeed, Metajob, jobs.at), Social Media-Kanäle wie LinkedIn, Facebook, Instagram, TikTok und XING, bezahlte Kampagnen auf Facebook oder Google Ads und last but not least die eigenen Kanäle wie Unternehmenswebsite und Newsletter – die Möglichkeiten, Ihrem Jobinserat zu Reichweite zu verhelfen, sind enorm.



Da diese Reichweiten-Kanäle mehrheitlich Kosten verursachen, sollten Sie sich vor der Schaltung des Jobinserates Gedanken darüber machen, welche Schraubchen Sie drehen können, um der Job Ad maximale Sichtbarkeit zukommen zu lassen.





Aufbau & Struktur einer guten Stellenanzeige

1. Headerbild mit Kandidatenfokus



Wichtig dabei ist:

- Die Bildgröße. Der sichtbare Bildschirmbereich (above the fold) sollte nicht zu 100 % vom Bild eingenommen werden, damit wichtige Inhalte nicht verdrängt werden. Die Dateigröße soll optimiert sein, um eine möglichst kurze Ladezeit zu gewährleisten (SEO).

- Das Corporate Design. Für den Wiedererkennungswert: Unternehmenslogo und Unternehmensfarben verwenden.
- Bilder passend zum Content. Achten Sie darauf, dass die Wort-Bild-Schere nicht zu groß ist. Das Bild sollte den Job oder den Arbeitgeber unterstreichen.
- Botschaft transportieren. Ob Unternehmenswerte, Sympathiepunkte durch Humor oder Insights in die Unternehmenskultur – mit Bildern lassen sich auch Botschaften kommunizieren.

Klare Struktur erhöht den Ranking-Faktor

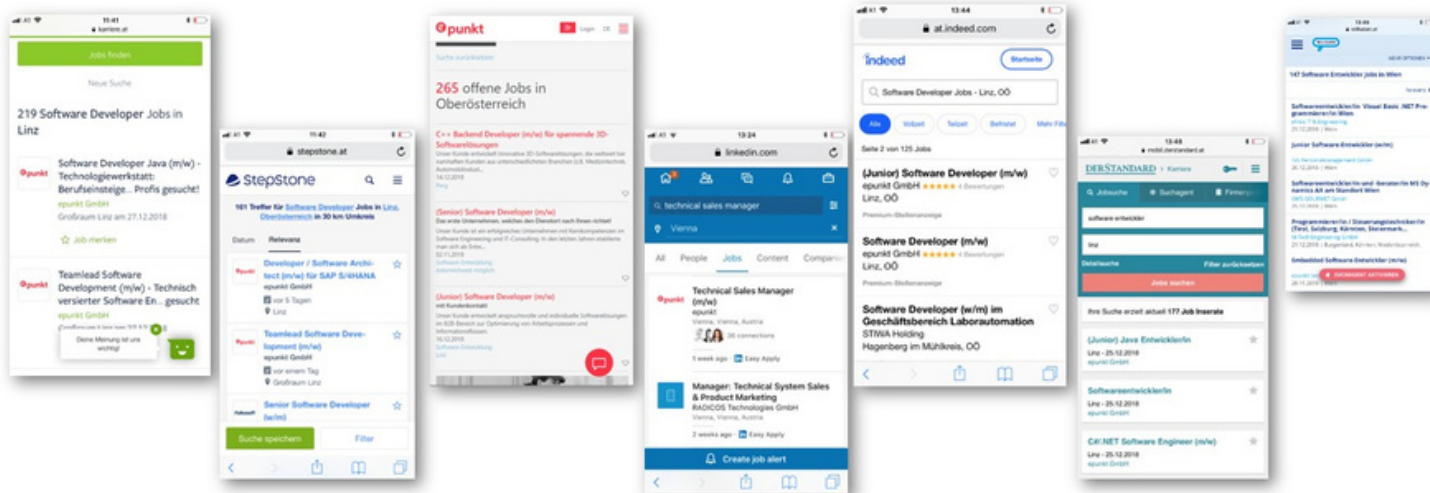
Um zu gewährleisten, dass sich sowohl die Kandidat:innen als auch der Google Bot beim Jobinserat zurechtfinden, macht es Sinn das Inserat nach seinen Bestandteilen zu strukturieren und diese Kategorien jeweils mit Headlines zu versehen:

- WER sucht? Aussagekräftige Informationen über Arbeitgeber, Employer Brand und Cultural Fit
- WAS wird gesucht? Konkrete Positionsbeschreibung und Kernaufgaben
- WER wird gesucht? Notwendige und wünschenswerte Anforderungen
- WIEVIEL? Gehalt und Benefits, am besten so konkret wie möglich!
- WANN soll die Position besetzt sein?

Zusätzlich hat Google selbst noch konkrete Richtlinien publiziert, wie man Stellenanzeigen am besten für die Suchmaschine und auch für Google for Jobs aufbereitet.



2. Jobtitel: Wichtigster Ranking-Faktor für Suchmaschinen und Jobbörsen



Tipps:

- Klar und prägnant: Gelernte Bezeichnungen wie „Projektmanager IT (w/m/x)“ performen besser als kreative, aber unbekannte Begriffe
- Keywords einbinden: Integrieren Sie Begriffe, nach denen Kandidat:innen suchen (z. B. „Home-Office“, „Vollzeit“)
- Länge des Titels: Die wichtigsten Infos gehören an den Anfang, da mobil nur die ersten 50 Zeichen angezeigt werden
- Geschlechtsneutraler Jobtitel: Hier beginnt bereits gendergerechte Sprache. Stellen Sie sicher, dass Ihr Jobtitel neutral formuliert ist bzw. den Zusatz w/m/x enthält (seit Erweiterung des Gleichbehandlungsgesetzes 2020 verpflichtend)

The best place to hide a dead body is page 2 of search results.

70 % der Klicks auf Stellenanzeigen hängen direkt mit der Attraktivität und Prägnanz des Jobtitels zusammen. Der Jobtitel ist entscheidend für das Ranking Ihrer Stellenanzeige auf Suchmaschinen wie Google und Jobbörsen wie karriere.at oder StepStone. Der Algorithmus vergleicht die Suchanfragen der Nutzer:innen mit den relevanten Inseraten und zeigt die passendsten Ergebnisse zuerst an. Anzeigen, die auf Seite 2 oder weiter hinten erscheinen, verlieren stark an Sichtbarkeit.



Jobinserterate, die überzeugen: Die 11 besten Copywriting-Hacks

Das Texten von Jobinseraten kann knifflig sein. Warum sich nicht Inspirationen aus der Marketingwelt holen? Hier funktioniert das folgende Konzept gut:

1

Keep it short and simple (25 % der Jobsuchenden entscheiden sich innen 30 Sekunden für eine Stelle).

Eine klare Struktur verbessert die Scannability: Gliederung in Absätze mit Überschriften & max. 5 Punkten.

2

Die Zielgruppe kennen: Welche Begriffe sprechen die Wunsch-Kandidat:innen an?

3

Benefits & Gehaltsangaben transparent kommunizieren (erhöht die Bewerbungsbereitschaft).

4

Inklusive und gendergerechte Sprache = Ansprache eines breiteren Bewerber:innenpools!

5

Statt abstrakten Begriffen → Verben verwenden (Führung → führen, Leistung → leisten). Verben helfen, die Tonalität aktiver und direkter zu gestalten. Das macht Texte leichter verständlich.

6

Wenig Modalverben (mögen, dürfen, sollen, müssen schafft unnötige Distanz), z. B. Statt ‚Du solltest erste Erfahrung im Projektmanagement haben‘ besser ‚Du bringst erste Erfahrung im Projektmanagement mit‘.

7

Auf Superlative (aktuellste, verschiedenste) und internen Jargon verzichten (Glaubwürdigkeit).

8

DU- oder SIE-Formulierung der Zielgruppe anpassen. Das schafft Verbindung.

9

Unternehmenskultur vorstellen: Wofür steht Ihr Unternehmen, was macht es besonders?

10

Check: Auf Vollständigkeit prüfen. Double Check: Auf Rechtschreibung & Lesbarkeit achten. Mobile Check: Auf mobile Ansicht und Scannability prüfen. 4-Augen-Prinzip.

11

Einen klaren Call-to-Action (CTA) einbauen: Aufforderung zur Bewerbung sowohl am Ende als auch in der Mitte der Anzeige. „Lust, unser Team zu verstärken? Dann bewirb dich jetzt!“ oder „Interessiert? Wir freuen uns auf deine Bewerbung!“





3. Subheadline: Ihre Kreativität ist gefragt

Während im Jobtitel auf das Suchverhalten der Kandidat:innen und auf das Suchvolumen der eingebauten Keywords geachtet werden sollte, kann eine (optionale) Subheadline kreativ begeistern:

- Bauen Sie eine Handlungsaufforderung ein.
Bsp.: Bauen Sie die Testautomatisierung auf!
- Stellen Sie eine direkte Frage.
Bsp.: Du hast Freude an der Entwicklung innovativer IoT-Lösungen?
- Nutzen Sie Sonderzeichen als Eyecatcher bei der passenden Zielgruppe.
Bsp.: #GoogleAds #SEA #SEO #SocialMedia #Trendscouting

4. Intro als Platz für die Unternehmenskultur

Die meisten Intros sind gähnend langweilig. Dabei würden sich 93 % der Kandidat:innen mehr Infos zu Unternehmenskultur und zum Cultural Fit wünschen.

Texten Sie mit folgenden Ideen:

- Spielen Sie mit den Motiven und Bedürfnissen Ihrer Kandidat:innen
- Bauen Sie interessante Einleitungsfragen ein
- Erzählen Sie, warum sie dieses Unternehmen lieben werden
- Malen Sie ein lebendiges Bild mit Details zur Kultur und Persönlichkeit

5. Das Aufgabengebiet = Preview Text bei den Jobbörsen

- Kurz, aktiv & knackig formulieren
- Verwenden Sie Aufzählungszeichen, um das Scannen des Inserates zu erleichtern
- Achten Sie auf eine detaillierte und aussagekräftige Formulierung der konkreten Aufgaben
- Wiederholen Sie vielgesuchte Keywords aus dem Jobtitel und deren Synonyme

6. Mit dem Anforderungsprofil nicht überfordern

- Fokus auf die 5 wichtigsten Anforderungen. Maximal!
- Mit einer Unterteilung in "Must-haves" und "Nice-to-haves" helfen Sie Kandidat:innen, das Jobprofil abzugleichen.





7. Benefits und Gehalt

Eine transparente und faire Bezahlung ist weder ein Benefit, noch ein Nice-to-Have, sondern die Basis für eine langfristige, wertschätzende Zusammenarbeit. Daher gehört eine transparente Gehaltsspanne als fester Bestandteil in jedes Stelleninserat. Laut einer Stellenanzeigen-Analyse von Stepstone führt die Offenlegung von Gehaltsinformationen zu einer Steigerung der Klickrate um bis zu 30 %.

Corporate Benefits steigern die Mitarbeiterzufriedenheit und stärken Ihr Employer Branding.

- Flexibilität in Bezug auf Arbeitsort und Arbeitszeit
- Home-Office
- Workation
- Mobilität
- Kinderbetreuungsangebote und
- Weiterbildung seien laut Benefits-Studie die am häufigsten angebotenen Gehaltsextras.



“If you pay peanuts, you get monkeys.”
James Goldsmith

8. Kurze Zusammenfassung – das kleine Extra am Schluss

Der Kandidat, die Kandidatin hat das gesamte Inserat gelesen bzw. gescannt und ist bis zum Bewerbungsbutton nicht abgesprungen? Gratulation. Um die Bewerbungshürde weiter abzubauen empfiehlt sich eine kurze Zusammenfassung mit den 3 bis 5 Besonderheiten des Jobs. Diese Argumente können und werden sich von Job zu Job unterscheiden. Die Kunst dabei ist, die Killerargumente zu finden.



Senior Programmatic Manager (w/m/x)

Entwickle Kampagnen, dich selbst und das Team!

📍 Wien

🏠 30 - 40% Homeoffice

💰 € 3.500 - € 4.500

🕒 Vollzeit

Job Nr. EPIN40440

[Jetzt bewerben](#)

Mach nichts, wo du nicht du bist. Mach deinen Weg.



Deine zukünftige Rolle

- **Strategische Expertise:** Du übernimmst die Verantwortung für die eingeständige Planung, Steuerung und Optimierung von Programmatic-Kampagnen (RTB)
- **Erfolgsmessung:** Mit deinem Blick für Details analysierst du Kampagnen und bringst sie auf das nächste Level, indem du KPIs wie CTR, CPA und ROAS kontinuierlich verbesserst
- **Technologie als dein Spielplatz:** Du tauchst tief in verschiedene DSPs (wie Google DV360 oder The Trade Desk) ein und bist stets bereit, innovative Tools in den Mix zu bringen
- **Beratung für digitale Exzellenz:** Mit deinem Know-how stehst du Kunden zur Seite und führst sie sicher durch die Umsetzung innovativer Programmatic-Strategien
- **Teamgeist:** Du teilst dein Wissen leidenschaftlich gern mit dem Team und coachst weniger erfahrene Kolleg:innen



Deine Ansprechperson

Nadja Sattler
Recruiting Partner

+43 1 523 82 07-312
[Zum Personenprofil](#)



Du bietest

- Mehrjährige Berufserfahrung im Programmatic Advertising & RTB
- Umfassendes Know-how in DSPs und Ad-Verification-Tools
- Analytisches Gespür für Kampagnendaten
- Technisches Verständnis für Tracking- und AdServer-Lösungen
- Fließende Deutsch- und Englischkenntnisse
- Proaktive, lösungsorientierte und kommunikationsstarke Persönlichkeit

Das Besondere an dieser Position

- Verantwortungsvolle Tätigkeit mit Impact
- Zukunftsträchtiges, erfolgreiches Unternehmen
- Inspirierendes Arbeitsumfeld, in dem auch der Spaß nicht zu kurz kommt
- Remote Work bei entsprechender Entfernung zum Dienstort möglich
- Entwicklungsmöglichkeit zur Teamleitung gegeben

Benefits

- | | | |
|----------------------------|------------------------|--------------|
| Barrierefreiheit | Bonuszahlungen | Duschen |
| Firmenevents | Flexible Arbeitszeiten | Getränke |
| Handy (zur Privatnutzung) | Jahreskarte | Kaffee & Tee |
| Kein Dresscode | Konferenzen | Obst |
| Öffentliche Erreichbarkeit | Onboarding | Tischkicker |
| Weiterbildungen | | |

Gehaltsspanne

EUR 3.500

EUR 4.500

Das Gehalt liegt je nach Qualifikation & Erfahrung zwischen EUR 3.500 und EUR 4.500 brutto / Monat (auf Vollzeitbasis).
Hier geht es zum [Brutto Netto Rechner](#).

Das Unternehmen

Unser Auftraggeber ist eine Digitale Medien Agentur, welche ihren Kunden erstklassiges Knowhow und Leistungen im Bereich SEM, Programmatic, Social Media sowie Data & AI bietet. Das Unternehmen setzt dabei voll und ganz auf die Expertise seiner Mitarbeiter:innen und technologische Exzellenz.

[Jetzt bewerben](#)





Hilfreiche Tools zur Inseratgestaltung

Für die Erstellung des perfekten Jobtitels

1. Monatliches Suchvolumen von Suchbegriffen: Google Keyword Planner
2. Die Entwicklung von Keywords im Blick: Google Trends
3. Autosuggest-Funktion der großen Jobportale (karriere.at, StepStone.at)
4. Um die Vielfalt der Bewerbenden zu erhöhen: Tools wie der Gender Bias Decoder helfen dabei, unbewusste Vorurteile zu vermeiden

Textanalyse und Grammatik/Rechtschreibung

1. Wortliga Textanalyse
2. Textanalyse Tool
3. Duden Rechtschreibprüfung
4. Bei englischen Jobposts: DeepL



In 9 Schritten die perfekte Stellenanzeige mit ChatGPT texten

1.

Jobinformationen bereitstellen

- Jobtitel: Welche Position soll besetzt werden? (z. B. „Marketing Manager“)
- Standort: Wo befindet sich die Stelle? Ist Home-Office möglich?
- Arbeitszeit: Vollzeit, Teilzeit, oder flexibles Arbeiten?
- Anforderungen: Welche Fähigkeiten und Erfahrungen sind notwendig?
- Aufgaben: Welche Hauptaufgaben erwarten die Kandidat:innen?



2.

Jobtitel optimieren

ChatGPT Prompt:

Erstelle einen prägnanten Jobtitel für die Position 'Marketing Manager', der auch für SEO optimiert ist.

3.

Ansprechende Jobbeschreibung erstellen

ChatGPT Prompt:

Verfasse eine Jobbeschreibung für die Position 'Marketing Manager'. Die Hauptaufgaben umfassen Social Media Management, Kampagnenplanung und -durchführung und Zusammenarbeit mit dem Vertriebsteam. Beschreibe auch die Unternehmenskultur und welche Vorteile das Unternehmen bietet.

4.

Anforderungen und Qualifikationen strukturieren

ChatGPT Prompt:

Erstelle eine klare Liste der Anforderungen für einen 'Marketing Manager'. Fokussiere dich auf notwendige Erfahrungen, Fähigkeiten und relevante Ausbildung.

5.

Call-to-Action formulieren

ChatGPT Prompt:

Formuliere einen ansprechenden Call-to-Action, der Kandidat:innen zur Bewerbung motiviert.

6.

Stellenanzeige für SEO optimieren

ChatGPT Prompt:

Optimiere die Stellenanzeige für SEO: Welche Keywords sollten in die Beschreibung aufgenommen werden?



7.

Gendergerechte Sprache und Inklusion beachten

ChatGPT Prompt:

Passe die Stellenanzeige so an, dass sie gendergerecht und inklusiv formuliert ist.

8.

Endversion prüfen

ChatGPT Prompt:

Überprüfe die gesamte Stellenanzeige auf Klarheit, Lesbarkeit und ansprechende Formulierung.

9.

Optional: Verschiedene Varianten testen

ChatGPT Prompt:

Erstelle zwei alternative Versionen dieser Stellenanzeige, um A/B-Tests durchführen zu können.



3 rechtliche Anforderungen an ein Jobinserat

1. Gehaltsangabe

In Österreich gilt seit 2011 eine verpflichtende Gehaltsangabe in allen Jobinseraten. Grundsätzlich reicht es, das geltende KV-Mindestgehalt anzugeben. Um sich aber von den Mitbewerbern zu unterscheiden, empfehlen wir, eine realistische Gehaltsspanne zu benennen:

Wir bieten ein attraktives, leistungsorientiertes Vergütungspaket ab 60.000 Euro brutto mit Bereitschaft zur Überzahlung bei entsprechender Erfahrung.

Wenn diese Angabe fehlt oder bewusst falsch ist, drohen Verwaltungsstrafen von bis zu 450 Euro. Wiederholte Verstöße oder besonders schwerwiegende Fälle könnten strengere Maßnahmen nach sich ziehen.

2. Gleichstellung der Geschlechter

Das Jobinserat muss laut Gleichbehandlungsgesetz geschlechtsneutral formuliert sein.

Wir empfehlen, im Jobtitel zu gendern bzw. den Zusatz (w/m/x), englisch (f/m/x), anzufügen und im Inserattext auf eine geschlechtsneutrale Ansprache zu achten.

3. Keine Diskriminierung

Das Allgemeine Gleichbehandlungsgesetz (AGG) in Österreich verbietet jegliche Diskriminierung in Stellenanzeigen aufgrund von Merkmalen wie ethnischer Zugehörigkeit, Religion, Weltanschauung, Alter, Geschlecht, sexueller Orientierung oder Behinderung.

Im Fall von Diskriminierung nach dem Gleichbehandlungsgesetz können Geldstrafen bis zu 360 Euro verhängt werden. Betroffene können zusätzlich Schadenersatzansprüche geltend machen, was zu Entschädigungen von bis zu 500 Euro führen kann.

Stelleninserat 2026 – die Trends



#1: Selbstdarstellung reduzieren

Die im Inserat angeführten Informationen sollten nicht aus der „Wir-Perspektive“, sondern aus der Perspektive der Kandidat:innen ausgewählt sein. Also reicht ein kurzer, selbstbewusster Vorstellungssatz, vielleicht sogar am Ende und nicht am Beginn des Inserates.

#2: SEO-Optimierung

Voller Fokus auf die Verwendung von branchenrelevanten Keywords, klaren Jobtiteln (max. 50 Z.), einer strukturierten Meta-Beschreibung (max. 150 Z.), einem Call-to-Action, mobile Optimierung, Erwähnung der Benefits und USPs und eine laufende Analyse & Optimierung der Performance.

#5: Everybody ♥ Videos

Indem Sie mit einem Employer Video Einblicke in Ihr Unternehmen, das Team und den Joballtag gewähren, heben Sie sich vom Mitbewerb ab. Und werden zum Vorreiter, denn: Diese Art, sich als Arbeitgeber zu präsentieren, steckt im deutschsprachigen Raum noch in den Kinderschuhen.

#3: Die richtigen Werte ansprechen

Ein Großteil der Jobsuchenden gehört heute den Generationen Y oder Z an. Wie Studien zeigen, stehen diese für einen Wertewandel. Wichtig sind Sinn, Entwicklungsmöglichkeiten, Spaß an den Aufgaben und Selbstverwirklichung, Diversity, Equity, Inclusion & Belonging. Moderne Stelleninserate sollten diese Werte berücksichtigen.

#4: KI und Individualisierung

Die Zukunft von Inseraten liegt in der datenbasierten Optimierung. Mit KI strukturierte Daten verschmelzen mit standardisierten Inserat-Elementen, sodass jeder Person ein individuelles Jobinserat nach ihren Bedürfnissen angezeigt wird. Performance Recruiting und laufende Optimierung werden immer relevanter.



Checkliste: Das perfekte Jobinserat

Der Jobtitel...

- ... ist präzise und hat maximal 50 Zeichen ☐
- ... enthält die wichtigsten Keywords („Home-Office“ oder „Remote“ erhöhen die Sichtbarkeit) ☐
- ... entspricht dem Suchverhalten der Zielgruppe und ist geschlechtsneutral formuliert ☐

Die Subheadline...

- ... beinhaltet eine Handlungsaufforderung oder eine Frage ☐
- ... oder beinhaltet passende Sonderzeichen ☐

Das Headerbild

- Das Headerbild entspricht der Kandidatenzielgruppe und der Corporate Identity ☐

Das Intro...

- ... beinhaltet Informationen zur Unternehmenskultur ☐
- ... weckt Neugier ☐
- ... beinhaltet Motive/Bedürfnisse der Kandidat:innen oder sagt ihnen, warum sie dieses Unternehmen lieben werden, oder beginnt mit einer Einleitungsfrage ☐

Das Aufgabengebiet & Anforderungsprofil...

- ... ist aktiv, kurz und knackig getextet ☐
- Anforderungen sind in Must-haves und Nice-to-haves unterteilt ☐
- Mit sozialen Kompetenzen wird gespart ☐

Sonstiges

- Die Killerargumente wurden nochmals extra erwähnt ☐
- Das Gehalt wurde angegeben ☐
- Die Stellenbeschreibung beinhaltet 3 der Top-Bedürfnisse, z. B. Verantwortung, Arbeitsklima, Führungsstil, Gehalt, Karrieremöglichkeiten, Unternehmenskultur ☐

Finaler Check

- Die 5 wichtigsten Infos sind im Inserat zu finden: ☐
 - WER = Unternehmensbeschreibung
 - WAS = genaue Bezeichnung der Position
 - WO = Dienstort
 - WIEVIEL = Mindestgehalt
 - WANN = Startzeitraum (Ab sofort, ...)
- Mobile Check: Ist das Inserat beim Überfliegen am Smartphone erfassbar? ☐
(Job Snapshot)
- Rechtschreib-Check / 4 Augen Prinzip – Ist das Inserat fehlerfrei? ☐



Checkliste: Das perfekte Jobinserat

Der Jobtitel...

- ... ist präzise und hat maximal 50 Zeichen ☐
- ... enthält die wichtigsten Keywords („Home-Office“ oder „Remote“ erhöhen die Sichtbarkeit) ☐
- ... entspricht dem Suchverhalten der Zielgruppe und ist geschlechtsneutral formuliert ☐

Die Subheadline...

- ... beinhaltet eine Handlungsaufforderung oder eine Frage ☐
- ... oder beinhaltet passende Sonderzeichen ☐

Das Headerbild

- Das Headerbild entspricht der Kandidatenzielgruppe und der Corporate Identity ☐

Das Intro...

- ... beinhaltet Informationen zur Unternehmenskultur ☐
- ... weckt Neugier ☐
- ... beinhaltet Motive/Bedürfnisse der Kandidat:innen oder sagt ihnen, warum sie dieses Unternehmen lieben werden, oder beginnt mit einer Einleitungsfrage ☐

Das Aufgabengebiet & Anforderungsprofil...

- ... ist aktiv, kurz und knackig getextet ☐
- Anforderungen sind in Must-haves und Nice-to-haves unterteilt ☐
- Mit sozialen Kompetenzen wird gespart ☐

Sonstiges

- Die Killerargumente wurden nochmals extra erwähnt ☐
- Das Gehalt wurde angegeben ☐
- Die Stellenbeschreibung beinhaltet 3 der Top-Bedürfnisse, z. B. Verantwortung, Arbeitsklima, Führungsstil, Gehalt, Karrieremöglichkeiten, Unternehmenskultur ☐

Finaler Check

- Die 5 wichtigsten Infos sind im Inserat zu finden: ☐
 - WER = Unternehmensbeschreibung
 - WAS = genaue Bezeichnung der Position
 - WO = Dienstort
 - WIEVIEL = Mindestgehalt
 - WANN = Startzeitraum (Ab sofort, ...)
- Mobile Check: Ist das Inserat beim Überfliegen am Smartphone erfassbar? ☐
(Job Snapshot)
- Rechtschreib-Check / 4 Augen Prinzip – Ist das Inserat fehlerfrei? ☐