



Google und AI-Suche:

So wird deine Stellenanzeige heute noch gefunden



Herzlich willkommen!

AI revolutioniert disruptiv die Welt des Recruitings. Jobsuchende starten ihre Suche nicht mehr grundsätzlich bei **Google**, sondern nutzen verstärkt **AI-gestützte Suchsysteme** wie ChatGPT. Um hier nicht unterzugehen, muss deine Stellenanzeige mehr bieten als nur einen netten Text: Sie muss **sichtbar und relevant** sein. Und genau darum geht es in diesem Whitepaper.

Wie sich das Suchverhalten ändert:

- **AI-Suche boomt:** Menschen nutzen immer häufiger AI, während der Umsatz mit generativer AI laut Statista bis 2030 auf fast **900 Mrd. US-Dollar** steigen soll.
- **Kombinierte Infos statt Einzeltreffer:** Google fasst Inhalte aus verschiedenen Quellen zusammen und zeigt sie gesammelt an – das verändert, wie deine Anzeige wahrgenommen wird, zum Beispiel in den Stellenangeboten direkt am Beginn der Google Ergebnisliste (“featured jobs”).
- **Veränderte Google-Ergebnisse:** Wichtige Infos erscheinen direkt. Oft ohne Klick auf die Webseite.

In diesem Whitepaper erfährst du:

1. Wie Google und AI bei der Jobsuche funktionieren
2. Welche Inhalte wichtig sind, um sichtbar zu bleiben
3. Wie du eine optimierte Stellenanzeige Schritt für Schritt erstellst
4. Tools und Tipps zur Erfolgskontrolle

Viel Spaß beim Lesen wünscht

Tracy Griesbach



Tracy Griesbach

Lead Product Marketing

Unternehmen in über 30 Branchen stellen ihre Teams mit den jobvalley Studierenden flexibel auf. Und das bereits seit 2008. In diesem Whitepaper teile ich mein Wissen zur Talentsuche heute und morgen.

What are a benefits amoditation
What should benefitis medtation

AI-generated overview

...benefits fo-both the mind and body.

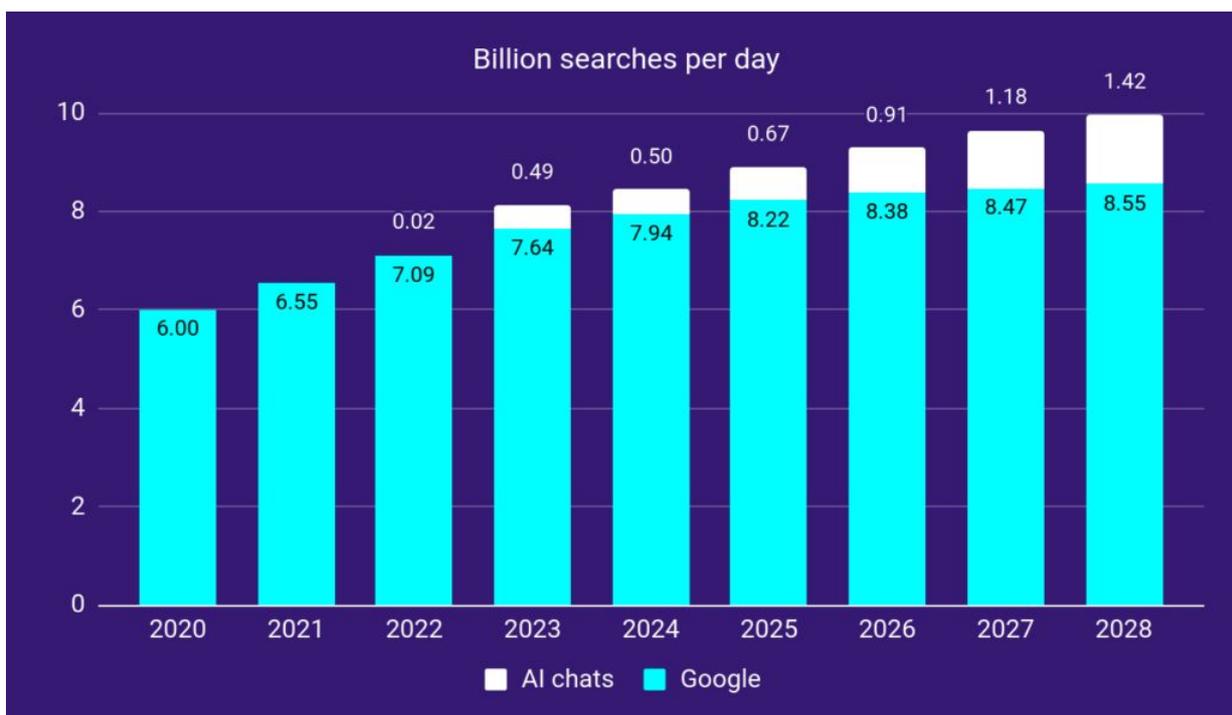
SEO & Generative Search: Was du jetzt wissen musst

Die Art, wie Menschen nach Jobs suchen, verändert sich rasant. Google entwickelt sich von einer **Suchmaschine zu einer Antwortmaschine**. Gleichzeitig nutzen immer mehr Menschen **AI-Tools wie ChatGPT**, um direkt Antworten zu erhalten. Für dich als Recruiter*in bedeutet das: Sichtbarkeit entsteht nicht mehr nur über klassisches SEO.

Was ist SEO heute?

SEO (Search Engine Optimization) sorgt dafür, dass deine Inhalte bei Google gefunden werden. Auch 2025 ist das **relevant**: Über 63 % des Web-Traffics kommt weiterhin über Suchmaschinen wie Google ([Neil Patel](#)). Außerdem steigen die jährlichen Suchanfragen beim Online-Riesen weiterhin an.

Doch: Google zeigt immer häufiger sogenannte **AI Overviews** – AI-generierte Zusammenfassungen, die direkt Antworten liefern. Das kann zu weniger Klicks auf deiner Website führen. Einige Branchen berichten bereits von einem Rückgang des organischen Traffics um 20–60 %.



Geschätzte Entwicklung der Suchen über Google vs. AI ([Karsten Madsen](#))

Was ist Generative Search?

Generative Search nutzt **AI**, um auf komplexe Fragen direkt Antworten zu geben – **ohne klassische Linklisten**. Tools wie ChatGPT, Perplexity oder Googles AI Overviews fassen Informationen zusammen und liefern sie **direkt im Chat** oder auf der Ergebnisliste.

Das verändert das Spiel:

- **Zero-Click-Suchen:** Immer mehr Nutzer*innen erhalten Antworten, ohne auf eine Website zu klicken.
- **Neue Optimierungsstrategien:** Statt nur auf Keywords zu setzen, musst du Inhalte so gestalten, dass sie von AI-Systemen erkannt und genutzt werden.

Ist SEO tot?

Nein. Aber es **entwickelt sich weiter**. Statt nur auf klassische SEO-Techniken zu setzen, solltest du auch Strategien wie **Answer Engine Optimization (AEO)** und **Generative Engine Optimization (GEO)** in Betracht ziehen. Diese zielen darauf ab, Inhalte so zu gestalten, dass sie in AI-generierten Antworten erscheinen.

Das ist jetzt wichtig

1. **Inhalte für AI optimieren:** Erstelle Inhalte, die Fragen klar beantworten und von AI-Systemen leicht verarbeitet werden können. Nutze aktive, direkte Satzkonstruktionen und lasse alle redundanten Informationen weg. Jedes Wort hat Gewicht und muss der Beantwortung der Frage dienen.
2. **Technische Grundlagen sicherstellen:** Sorge für eine saubere Struktur, schnelle Ladezeiten und klare Datenformate, wie das Schema-Markup (mehr dazu später)
3. **Neue Metriken beobachten:** Achte nicht nur auf Klickzahlen, sondern auch darauf, wie oft deine Inhalte in AI-Antworten erscheinen.



Fazit: Die neue Jobsuche passiert nicht nur im Browser, sondern im Prompt.

Wer in KI-Antworten vorkommen will, muss Inhalte bieten, die präzise, aktuell und verlässlich sind. Setz den ersten Schritt: Analysiere eine bestehende Stellenanzeige. Wird sie von einer KI verstanden? Wenn nicht – weißt du, was zu tun ist.



Die Grundlagen einer sichtbaren Stellenanzeige

Damit deine Stellenanzeige nicht im digitalen Dschungel untergeht, musst du sie so gestalten, dass sowohl Menschen als auch Suchmaschinen sie finden und verstehen können. Eine gelungene Anzeige vereint **klare Struktur, ansprechende Sprache** und **SEO- und AI-Optimierung**.

Die Kernelemente einer guten Stellenanzeige

1. Aussagekräftiger Jobtitel:

- Kurz, präzise und verständlich:
So: "Werkstudent*in Marketing (m/w/d)"
So nicht: "Marketingprofi in jungen Jahren gesucht!"
- Wichtig: Nutze **gängige Begriffe**, die Kandidat:innen auch tatsächlich suchen.

2. Starke Einleitung als Anreißertext:

- Hebe direkt hervor, warum die Stelle spannend ist:
Beispiel: "Du suchst Praxiserfahrung im Marketing? Bei uns gestaltest du Kampagnen aktiv mit!"
- Vermeide lange Unternehmensvorstellungen – komme direkt auf den Punkt.

3. Anforderungen & Aufgaben:

- Strukturiere die Anforderungen in **Must-haves** und **Nice-to-haves**.
- Nutze Aufzählungen für bessere Lesbarkeit:
 - **Must-haves:** Studium im Marketing, erste praktische Erfahrungen
 - **Nice-to-haves:** Kenntnisse in Social Media Advertising

4. Benefits und Arbeitsumfeld:

- Zeige auf, warum sich die Stelle lohnt:
 - Flexible Arbeitszeiten
 - Moderne Büroräume
 - Weiterbildungsmöglichkeiten

5. Call-to-Action:

- Klar und aktivierend: "Bewirb dich jetzt mit deinem Lebenslauf und einem kurzen Motivationsschreiben!"



Worauf achtet Google bei Stellenanzeigen?

Damit deine Stellenanzeige bei Google gut rankt, müssen verschiedene Faktoren berücksichtigt werden. Google bewertet nicht nur den Inhalt, sondern auch die Struktur und technische Details.

Relevanz: Inhalte, die passen

Keyword-Recherche: Finde die Begriffe, die potenzielle Kandidat:innen nutzen (z.B. "Werkstudent Marketing Köln"). Das Hauptkeyword sollte natürlich und sinnvoll im Text erscheinen. Nutze semantische Keywords, also verwandte Begriffe. Diese erhöhen die Chancen, auch bei ähnlichen Suchanfragen gefunden zu werden.

Meta-Titel und -Beschreibung: Prägnant und mit Keywords:

- **Title:** "Werkstudent Marketing (m/w/d) in Köln | Dein Einstieg ins Marketing"
- **Description:** "Praxiserfahrung im Marketing? Bewirb dich jetzt bei [Unternehmen] als Werkstudent (m/w/d)!"

Strukturierte Daten: Damit Google deine Stellenanzeige besser versteht, kannst du strukturierte Daten verwenden – eine Art „unsichtbarer Code“ im Hintergrund deiner Webseite. Diese Daten zeigen Suchmaschinen genau, worum es geht: z. B. Jobtitel, Ort, Gehalt oder Bewerbungsfrist. Ein verbreiteter Standard dafür ist schema.org-Markup. Damit steigt die Chance, dass deine Anzeige bei Google for Jobs sichtbar wird.

Mobile-Optimierung: Mehr als 50 % der Bewerbungen erfolgen mobil – stelle sicher, dass deine Anzeige auf Smartphones gut aussieht.

Aktualität: Google bevorzugt **aktuelle Inhalte**. Überarbeite deine Anzeige regelmäßig und halte die Informationen frisch.



Tip: Aktualisiere die Anzeige mindestens alle drei Monate – vor allem, wenn die Stelle noch nicht besetzt ist.

Struktur und Lesbarkeit: Klarheit zählt

Überschriften richtig nutzen: Verwende **H1** für den Jobtitel und **H2** für Abschnitte wie "Deine Aufgaben" oder "Dein Profil". Vermeide es, mehrere H1-Überschriften auf einer Seite zu verwenden – das irritiert Google. Nutze eine klare Hierarchie.

Bullet Points: Liste Aufgaben und Anforderungen strukturiert auf. Das verbessert die Lesbarkeit und Google erkennt die Struktur als positiv.

Kurze Absätze: Vermeide Textwüsten. Teile den Text in kurze, informative Absätze. Ideal: Maximal **3–4 Zeilen** pro Absatz.

Was passiert hinter den Kulissen?

Google bewertet mehr als das, was Nutzer:innen sehen:

Crawling und Indexierung: Google crawlt deine Seite regelmäßig. Wenn die Anzeige veraltet ist, nicht verlinkt ist oder Fehler enthält, kann das Ranking negativ beeinflusst werden.



Tipp: Nutze die **Google Search Console**, um zu prüfen, ob deine Seite richtig indexiert ist.

Strukturierte Daten: Nutze **JobPosting Schema Markup**, um wichtige Informationen wie Jobtitel, Ort und Gehalt maschinenlesbar zu machen. Vorteil: Google kann so direkt relevante Details anzeigen (z.B. im "Google for Jobs"-Modul).

Nutzersignale: Je besser diese Werte, desto höher die Chance auf ein gutes Ranking:

- **Klickrate (CTR):** Wie oft wird deine Anzeige geklickt?
- **Verweildauer:** Wie lange bleiben Nutzer*innen auf der Seite?
- **Absprungrate:** Verlassen Nutzer*innen die Seite sofort wieder?



Was verändert sich durch Generative Search, GEO & AEO?

Viele neue Begrifflichkeiten erobern gerade die Branche. Fakt ist: Durch den Einsatz von **Generative Search**, **GEO (Generative Engine Optimization)** und **AEO (Answer Engine Optimization)** müssen auch deine Stellenanzeigen neu gedacht werden.

SEO, AEO, GEO – Das steckt hinter den Abkürzungen



SEO:
Search Engine
Optimization

Inhalte für Suchmaschinen
optimieren



AEO:
Answer Engine
Optimization

Inhalte für direkte
Antworten in
Suchmaschinen optimieren



GEO:
Generative Engine
Optimization

Inhalte für AI-Suche
optimieren

Übergeordnete Strategie notwendig

Die Kanäle stehen nicht in Konkurrenz zueinander, sondern unterstützen sich gegenseitig.

Wie verändert Generative Search die Jobsuche?

Direkte Antworten statt Linklisten:

- Statt einer klassischen Suchergebnisliste gibt es vermehrt **direkte Antworten** durch AI-Tools wie ChatGPT oder Googles AI Overviews.
- Nutzer:innen verlassen sich zunehmend auf **Zero-Click-Ergebnisse**, bei denen sie die Website gar nicht mehr aufrufen müssen.

Neue Suchgewohnheiten:

- User formulieren ihre Anfragen jetzt in **Frageform**:
 - Statt "Marketing Werkstudent Köln" eher "Wie finde ich einen Werkstudentenjob im Marketing in Köln?"

Wie kannst du dich anpassen?



Inhalte für die Generative Search optimieren:

- **Frage-Antwort-Formate nutzen:**
 - Beispiel: "Wie bewirbt man sich als Werkstudent*in im Marketing?"
 - Die Frage kannst du direkt als H2-Überschrift formulieren und sie dann im ersten Textabschnitt beantworten oder du nutzt das beliebte FAQ-Format:
- **Häufig gestellte Fragen (FAQ):**
 - Integriere eine FAQ-Sektion in die Anzeige, die relevante Fragen aufgreift.
 - Beispiel: "Welche Qualifikationen sollte ein Marketing-Werkstudent haben?"



AEO anwenden: Antworten statt nur Keywords

- **Direkt auf den Punkt kommen:** Nutze in den ersten Absätzen eine präzise Antwort auf die häufigste Frage zur Stelle.
- **Keyword-Sätze statt Einzelwörter:** Statt nur "Werkstudent Marketing" auch Sätze wie "Wie werde ich Marketing-Werkstudent?" verwenden.



GEO-Strategien umsetzen:

- **Klare Strukturen und semantische Keywords:** Vermeide lange, verschachtelte Sätze. AI-Systeme bevorzugen kurze, prägnante Aussagen. Verwende Keyword-Synonyme und Begriffe, die sich thematisch im Umfeld des Hauptkeywords bewegen.
- **Autoritätsaufbau:** Zeige Fachkompetenz und beziehe dich auf Branchenwissen, um als vertrauenswürdige Quelle zu gelten. Zitiere Expert*innen des Fachs oder Kolleg*innen, Googles E-E-A-T (Experience, Expertise, Authoritativeness, Trustworthiness) Faktoren spielen auch in der KI-Suche eine wichtige Rolle.



Snippet-Optimierung:

- Formuliere prägnante Abschnitte, die als Snippet genutzt werden können:
- **Beispiel:** "Ein Werkstudent im Marketing unterstützt das Team bei Social Media und Content-Erstellung."



Nützliche Tools für sichtbare Stellenanzeigen

Hier findest du eine **Übersicht der für mich hilfreichsten Werkzeuge**, die dich bei der **Erstellung, Optimierung und Erfolgskontrolle** unterstützen. Nutze die Tools in Kombination, um die besten Ergebnisse zu erzielen. Probiere **kostenlose Testversionen** aus, um die passenden Tools für deine Bedürfnisse zu finden. Setze die Werkzeuge **regelmäßig** ein, um die Performance deiner Anzeigen kontinuierlich zu überwachen und anzupassen.

Tool	Nutzen	Anwendung	Pricing
ChatGPT	Textoptimierung und Keyword-Varianten	Generierung von Frage-Antwort-Texten	Kostenlos (Basis) / Pro ab 20 €/Monat
SurferSEO	SEO-Analyse und Textstruktur	Keyword-Dichte, Struktur und Lesbarkeit prüfen	Ab 49 €/Monat
Answer The Public	Identifizierung häufig gestellter Fragen	Frageformulierung und Ideenfindung	Kostenlos (eingeschränkt) / Pro ab 99 €/Monat
Sistrix	Analyse für Rankings & Sichtbarkeit	Keyword Research, Wettbewerbsanalyse, Potenziale	Ab 119 €/Monate
Google Search Console / Analytics	SEO-Performance überwachen	Analyse von Klickzahlen und Sichtbarkeit	Kostenlos
SEMrush	Keyword- und Wettbewerbsanalyse	Auffindbarkeit von Stellenanzeigen verbessern	Ab 119 €/Monat
Canva Pro	Gestaltung ansprechender Grafiken	Visualisierung von Jobangeboten (z.B. Moodbilder oder für die Socials)	Ab 11,99 €/Monat
Screaming Frog	Technische SEO-Analyse	Fehleranalyse und Crawling-Berichte	Kostenlos (Basis) / Lizenz ab 149 €/Jahr
Jasper.ai	AI-basierte Texterstellung	Schnelles Erstellen von Stellenanzeigen	Ab 39 €/Monat

Checkliste: Erkennt eine AI deine Anzeige als relevant?

1. Keyword-Optimierung:

- Finde heraus, welche Begriffe Kandidat:innen tatsächlich nutzen.
- Setze Keywords gezielt im **Jobtitel**, der **Einleitung** und den **Abschnitten** ein.
- Vermeide Keyword-Stuffing – die Verwendung muss **natürlich** wirken.

2. Struktur und Lesbarkeit:

- Nutze **klare Überschriften** (H1, H2) und **Bullet Points**, um Inhalte zu gliedern.
- Halte die Absätze kurz und prägnant (max. 3–4 Zeilen).
- Mobile-Optimierung ist Pflicht: Über 50 % der Bewerbungen erfolgen mobil.

3. Inhalte für Generative Search optimieren:

- Formuliere relevante **Frage-Antwort-Formate** (z.B. FAQs) direkt im Text.
- Setze auf **strukturierte Daten** (Schema.org), um bei Google direkt als Antwort zu erscheinen.
- Erstelle Inhalte, die **Fragen direkt beantworten** und von AI-Systemen verarbeitet werden können.

4. Aktualität und Autorität:

- Überarbeite die Stellenanzeige regelmäßig, um bei Google aktuell zu bleiben.
- Beziehe dich auf **aktuelle Statistiken** und **Branchenwissen**, um als vertrauenswürdige Quelle zu gelten.

5. Erfolgskontrolle:

- Nutze Tools wie **Google Search Console** und **Sistrix**, um die Sichtbarkeit und Performance zu prüfen.
- Analysiere Klickzahlen, Verweildauer und Absprungrate, um die Wirkung deiner Anzeige zu verstehen.

AI in HR: Auf viele gute Bewerbungen!

Jetzt bist du gut vorbereitet: Du weißt, wie du mit SEO, AI und klarer Struktur mehr Sichtbarkeit für deine Stellenanzeigen erreichst. **Doch eines ist sicher:** Die Entwicklungen rund um Google & generative Suche sind kompetent. Es lohnt sich, das Thema **kontinuierlich** im Blick zu behalten und bei Bedarf frühzeitig zu handeln.

Du brauchst Unterstützung bei der Besetzung deiner offenen Stellen?

jobvalley ist dein Partner für die Vermittlung von **qualifizierten Studierenden** und **jungen Talenten**. Mit unserer umfangreichen Datenbank und **digitalen Prozessen** finden wir schnell und passgenau die Unterstützung, die dein Unternehmen benötigt.

600.000+
Talente

130.000+
Talente in den Job
gebracht

Ob für temporäre Projekte, saisonale Spitzen oder zur langfristigen Nachwuchssicherung: Wir bieten **flexible Lösungen**, die sich deinen **individuellen Anforderungen** anpassen. Reduziere deinen administrativen Aufwand und profitiere von unserer Expertise in der Vermittlung von Studierenden. Durch unser technologiegetriebenes Matching, Menschenkenntnis und einen Pool von über 600.000 Talenten können wir deine offenen Stellen schnell besetzen.

Gemeinsam gestalten wir die Arbeitswelt von morgen.

[Jetzt Gespräch vereinbaren](#)

Fragen oder Feedback?

Ich freue mich, von dir zu hören!

Tracy Griesbach

tracy.griesbach@jobvalley.com

+49 800 277 2000


we make flexible work
simple for everyone