02

FÜR HANDWERKSBETRIEBE IN SÜDTIROL

DIE EHRLICHE STELLENANZEIGE.

Was in eine Anzeige gehört, damit sich die Richtigen melden und auch bleiben. Mit eigenen Zahlen aus 389 Südtiroler Betrieben.

DAS WICHTIGSTE ZUERST

- In fast allen Stellenanzeigen im Handwerk fehlt, was Bewerber zuerst wissen wollen: das Gehalt. Oft fehlen auch Arbeitszeiten, Einsatzgebiet und die Kollegen.
- Eine ehrliche Anzeige zeigt den echten Arbeitstag, auch die harten Seiten. Dann melden sich weniger Leute, die nicht passen, und wer anfängt, bleibt eher.
- Die Anzeige muss dorthin, wo Fachkräfte abends ohnehin sind: auf Instagram und Facebook, im Umkreis Ihres Betriebs.

01 WAS IN SÜDTIROLER ANZEIGEN FEHLT

Wir haben am 9. Oktober 2026 alle 788 Stellenanzeigen von Südtiroler Betrieben auf handwerk-jobs.it ausgewertet.[1] Eine Angabe fehlt fast überall.

14 von 100 Anzeigen nennen ein Gehalt

Jeder Punkt steht für eine von 100 Anzeigen. Dunkel: Gehalt genannt (109 von 788 Anzeigen).



Warum das Gehalt hineingehört

Ein Geselle, der schon eine Stelle hat, fragt sich zuerst: Lohnt sich der Wechsel? Ohne Zahl bleibt die Frage offen, und viele melden sich gar nicht erst.

Eine Spanne reicht, am besten als Monatsbetrag netto. In die Anzeige kommt nur, was Sie freigeben.

EINFACH GESAGT

Die erste Frage jedes Bewerbers ist: Was verdiene ich? Eine Anzeige, die darauf keine Antwort gibt, verschenkt ihre wichtigste Zeile.

Wenn Sie keine Zahl nennen wollen

Dann schreiben Sie wenigstens, wonach sich das Gehalt richtet: Kollektivvertrag, Erfahrung, Überstunden, Zulagen und Prämien. Das ist immer noch besser als „nach Vereinbarung“.

02 WARUM LEUTE FRÜH WIEDER GEHEN

Wer nach drei Wochen kündigt, hat sich die Arbeit meist anders vorgestellt. Harver, ein Anbieter von Recruiting-Software für große Arbeitgeber, nennt falsche Erwartungen als einen Hauptgrund für frühe Kündigungen.[2] Die Lösung heißt dort „realistische Jobvorschau“: den echten Arbeitstag zeigen, bevor jemand zusagt.

Das gehört in jede Anzeige

- Gehalt als Spanne, netto pro Monat
- Arbeitszeiten, auch Überstunden und Samstage
- Einsatzgebiet und typische Fahrzeit zur Baustelle
- Firmenauto, Werkzeug und Arbeitskleidung, wenn es das gibt
- Welche Arbeiten hauptsächlich anfallen
- Mit wem man arbeitet: Vorarbeiter und Team
- Was im Winter passiert
- Was man bei Ihnen lernen kann

> **EINFACH GESAGT**
>
> Eine Anzeige, die auch die harten Seiten zeigt, bringt weniger Bewerbungen von Leuten, die nicht passen. Das spart Ihnen Probetage und Ärger.

Kurze Wege sind ein Argument

Wer eine Viertelstunde zur Werkstatt hat, rechnet anders als jemand, der jeden Tag über den Pass fährt. Schreiben Sie in die Anzeige, wo Ihre Baustellen meist liegen und wie lange man im Schnitt fährt. Die Anzeige selbst läuft dann gezielt im Umkreis Ihres Betriebs.

03 ECHTE GESICHTER STATT STOCKFOTOS

Bewerber wollen wissen, mit wem sie arbeiten. Fotos und kurze Videos von Ihrem Team und Ihren Baustellen zeigen das in einer Sekunde. Ein Stockfoto zeigt einen Handwerker, den es bei Ihnen nicht gibt.

- **Ein Satz von einem Mitarbeiter**, mit Namen und Foto, zum Beispiel warum er gern bei Ihnen arbeitet. Nur mit seiner Erlaubnis.
- **Mitarbeiter teilen die Anzeige** in ihrem Umfeld. Empfehlungen gehören laut einer US-Umfrage unter großen Arbeitgebern zu den wirksamsten Wegen, viele Stellen zu besetzen (53 % der Befragten).[3]
- **Eine Empfehlungsprämie**, ausgezahlt nach der Probezeit, macht das Teilen für Ihr Team attraktiv.

> **VORLAGE · DREI FRAGEN AN IHRE MITARBEITER, FÜR EIN EHRLICHES ZITAT**
>
> „Seit wann bist du bei uns, und was machst du hier?“ · „Was gefällt dir an der Arbeit, was nervt manchmal?“ · „Was würdest du einem Freund sagen, der überlegt, bei uns anzufangen?“

04 HEUTE STEHT OFT DA, BESSER WÄRE

Diese Sätze stehen in vielen Stellenanzeigen. Sie sind nicht falsch, sie sagen nur nichts. Rechts jeweils ein Beispiel, wie es konkreter geht.

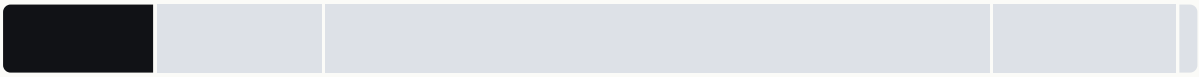
STEHT OFT DA	BESSER (BEISPIEL)
„Wir bieten ein junges, dynamisches Team.“	„Du arbeitest mit Martin, unserem Vorarbeiter, und drei Gesellen. Die meisten sind seit über fünf Jahren bei uns.“
„Leistungsgerechte Bezahlung“	„[Betrag] bis [Betrag] € netto im Monat, je nach Erfahrung.“
„Flexible Arbeitszeiten“	„Montag bis Freitag, 7 bis 16:30 Uhr. Freitags ab Mittag frei.“
„Abwechslungsreiche Tätigkeiten“	„Vor allem Sanierungen von Wohnhäusern zwischen Brixen und Bruneck. Höchstens 40 Minuten Fahrt, im Firmenauto.“
„Sie sind teamfähig und belastbar.“	„Du hast den Gesellenbrief oder ein paar Jahre Erfahrung. Wenn nicht: Wir lernen dich an.“
„Wir freuen uns auf Ihre aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen.“	„Bewirb dich in einer Minute am Handy, ohne Lebenslauf. Wir rufen dich bis morgen an.“

05 WO DIE ANZEIGE LAUFEN MUSS

Von 389 Handwerks-, Bau- und Technikbetrieben mit offenen Stellen schalteten am 9. Oktober 2026 nur 50 Stellenanzeigen auf Facebook oder Instagram.[1] Die meisten setzen allein auf Stellenportale.

389 suchende Betriebe aus Handwerk, Bau und Technik

Stand 9. Oktober 2026, aktive Anzeigen laut Meta-Werbebibliothek



50 schalten Stellenanzeigen auf Facebook oder Instagram

54 schalten Anzeigen, aber keine für Stellen

219 haben einen Kanal, schalten aber keine Anzeige

60 haben keinen auffindbaren Kanal

6 waren noch nicht fertig geprüft

Stellenportale erreichen Leute, die aktiv suchen. Gute Gesellen suchen selten aktiv. Abends am Handy sind sie trotzdem, und dort sehen sie Anzeigen aus ihrem Umkreis. In derselben US-Umfrage nannten 55 % der Befragten Stellenanzeigen in sozialen Medien als besonders wirksam.[3]

06 IST IHRE ANZEIGE FERTIG?

Gehen Sie die Liste durch, bevor die Anzeige online geht.

- [ ] Gehalt als Spanne in Euro netto pro Monat, von Ihnen freigegeben
- [ ] Arbeitszeiten, Einsatzgebiet und typische Fahrzeit
- [ ] Was Sie bieten, konkret: Firmenauto, Werkzeug, Weiterbildung. Nur, was stimmt.
- [ ] Auch das Unbequeme: Wochenendeinsätze, Bereitschaft, Arbeit im Winter
- [ ] Fotos oder ein kurzes Video von Ihrem Team und Ihren Baustellen, keine Stockfotos
- [ ] Ein Satz von einem Mitarbeiter, mit Namen und Erlaubnis
- [ ] Bewerben in einer Minute am Handy, auf Deutsch und Italienisch
- [ ] Die Anzeige läuft auch auf Instagram und Facebook, im Umkreis Ihres Betriebs
- [ ] Ihr Team weiß davon und teilt die Anzeige

EINFACH GESAGT

Schreiben Sie die Anzeige so, wie Sie einem Bekannten erzählen würden, wie die Arbeit bei Ihnen wirklich ist. Mit Zahlen, mit Namen und ohne Floskeln.

Quellen

1. amstudio-Auswertung vom 9.10.2026: alle offenen Stellen auf suedtirolerjobs.it (2.951 Anzeigen) und karriere-suedtirol.com (3.427 Anzeigen) sowie die Karriereseiten von 1.097 Handwerksbetrieben, dazu die Meta-Werbebibliothek (an diesem Tag aktive Anzeigen in Italien). Gehalt: alle 788 Anzeigen von 252 Südtiroler Arbeitgebern auf handwerk-jobs.it am 9.10.2026, wo das Gehalt als eigenes Feld erscheint. Auf den anderen Portalen wurde das Gehalt nicht gezählt.
2. Harver, „Restaurant Volume Hiring in 2021“ und „How to win the retail recruitment game in times of labor shortage“.
3. HR.com HR Research Institute, „The State of Hourly and High-volume Hiring 2022“. Umfrage unter 233 US-Organisationen ab 1.000 Mitarbeitern, unterstützt von Harver. Mehrfachnennungen möglich.

ÜBER AMSTUDIO

amstudio sitzt in Kastelruth und arbeitet vor allem für Handwerksbetriebe in Südtirol: Websites, Sichtbarkeit bei Google und Recruiting aus einer Hand. Gegründet von Alex Grünberger, gelernter Elektriker. Beim Recruiting filmen wir Ihr Team und Ihre Baustellen, schalten Anzeigen im Namen Ihres Betriebs auf Instagram und Facebook und organisieren die Vorstellungsgespräche. Wen Sie einstellen, entscheiden Sie.

KONTAKT

Alex Grünberger
alex@amstudio.ink
+39 327 304 2753
amstudio.ink/recruiting-handwerk