

**Abstract:** Die Website als Produkt des Corporate Publishing stellt den ersten Anlaufpunkt für Studierende und Auszubildende dar und ist deshalb für eine positive Wahrnehmung des Unternehmens als Arbeitgeber essentiell. Sie dient Bewerbern als wichtigste Informationsquelle. Die Karriere-Website kann, als ein durch das Unternehmen kontrolliertes Informationsmedium im Sinne der Markenpositionierung gezielt so gestaltet werden, dass ihr Einfluss auf den Unternehmenserfolg maximiert wird. Hierbei ist die sprachliche Umsetzung der Arbeitgeber-Markenkommunikation Voraussetzung für den Erfolg. Nur wer die Inhalte der Karriere-Website verstanden hat, kann auch seine Einstellung gegenüber dem Unternehmen entwickeln und verändern. Doch wie steht es um die Verständlichkeit der Karriere-Websites attraktiver Arbeitgeber?

*F*<sub>1</sub>: Kommunizieren attraktive Arbeitgeber auf ihren Karriere-Websites relevante Themen für junge Nachwuchskräfte?

*F*<sub>2</sub>: Wie formal verständlich werden diese Themen kommuniziert?

*F*<sub>3</sub>: Gibt es signifikante Unterschiede bezüglich formaler Verständlichkeit und anderer Textmerkmale zwischen sehr beliebten und beliebten Unternehmen?

Um einen Status-Quo zu ermitteln, wurden diese Forschungsfragen durch eine Themenanalyse und eine quantitative Verständlichkeitsanalyse beantwortet. Untersuchungsgegenstand waren 30 beliebte und sehr beliebte Unternehmen junger Berufstätiger in Deutschland.

Weiterhin brachte eine Wirkungsstudie Erkenntnisse zur Wirkung formaler Textverständlichkeit auf eine junge, gebildete Zielgruppe:

*F*<sub>4</sub>: Führt formale Verständlichkeit bei der Zielgruppe zu einem besseren Textverständnis der Arbeitgeber-Themen auf Karriere-Websites?

*F*<sub>5</sub>: Wie wirkt sich die formale Textverständlichkeit unternehmenseigener Karriere-Websites auf die Wahrnehmung der Arbeitgebermarke aus?

Die Analyse der Karriere-Websites zeigte, dass wichtige Themen durch beliebte Arbeitgeber kommuniziert werden. Unternehmen, die alle Themenbereiche umfangreich abdecken, haben eine höhere Arbeitgeberattraktivität. Die Karriere-Websites sind formal verständlich, trotzdem besteht bei vielen Unternehmen Optimierungsbedarf. Es ist möglich, sich durch formal verständliche Texte positiv von anderen Wettbewerbern abzuheben. Die Wirkungsstudie konnte zeigen, dass durch formale Verständlichkeit bei verringerter Lesezeit, Arbeitgebermarkenwissen schneller aufgebaut und behalten wird. So können Arbeitgeberimage und Reputation verbessert werden. Verständliche Sprache lässt den Arbeitgeber tendenziell authentischer wirken, führt aber auch zu einer verstärkten Wahrnehmung der Inhalte.

**Art der Arbeit:** Master-Arbeit

**Verfasserin:** Sina-Helena Gross

**E-Mail:** sinahelena.gross@gmail.com