

Link: <https://www.computerwoche.de/a/bewerber-erwarten-unternehmensprofile-im-bewegt-bild,2515595>

**Kampf um Fachkräfte**

## **Bewerber erwarten Unternehmensprofile im Bewegtbild**

**Datum: 01.06.2012**

**In Online-Stellenanzeigen vermitteln Videos neben einem Gesamteindruck vor allem essentielle Kriterien wie die Unternehmenskultur und die Arbeitsatmosphäre. Die Videos erhöhen die Bewerbungswahrscheinlichkeit - sagt eine Studie.**

Bewerber bewerten Videos in Stellenanzeigen mehrheitlich sehr positiv. So zeigten sich rund 43% der Befragten der Studie „Video-Content in Online-Jobbörsen“ des Forschungsschwerpunkts Kommunikationsforschung der FH Düsseldorf erfreut über das Vorhandensein von Unternehmensvideos oder setzten Videos für die Stellenauswahl sogar voraus.

Ein gut gestaltetes Recruiting-Video stärkt gemäß den Studienergebnissen den positiven Gesamteindruck des Unternehmens. Unternehmen mit Videos werden in Stellenanzeigen gegenüber denen mit Anzeigen ohne Video beispielsweise als freundlicher und teamorientierter wahrgenommen.

Klaren Mehrwert bieten Wesentliche Voraussetzungen für ein attraktives Video sind dabei authentische Inhalte und Informationen, die über die textliche Anzeige hinausgehen und einen informativen Mehrwert bieten - z.B. durch die Vorstellung von Mitarbeitern. Um die Abbruchrate der Videobetrachtung zu minimieren, sollte die zeitliche Länge der Videos die kritische Grenze von zwei Minuten nicht überschreiten.

Laut Dr. Rainer Zugehör, Geschäftsführer der Berliner MovingIMAGE24 GmbH und Partner der Studie, bestätigen die Ergebnisse die starke Zunahme von professionell erstellten Unternehmensvideos in Online-Stellenanzeigen: „Heute suchen sich Arbeitnehmer ihren Arbeitgeber. Dabei ist ein authentischer Einblick ins Unternehmen ein zentrales Kriterium. Video kann hier den entscheidenden Wettbewerbsvorteil bedeuten.“

### **Employer-Branding im Bewegtbild wirkt!**

Über die Studie Unter Leitung von Prof. Dr. Sven Pagel führten Mitarbeiter des Forschungsschwerpunkts Kommunikationsforschung an der Fachhochschule Düsseldorf in Kooperation mit dem Onlineportal JobTV24.de und der Kommunikationsagentur Heithausen & Behler die quantitative Onlinebefragung Ende 2011 durch. „Die Erkenntnisse können dazu beitragen, das E-Recruiting von Unternehmen künftig weiter zu optimieren“, betont Prof. Dr. Sven Pagel, Sprecher des Forschungsschwerpunkts Kommunikationsforschung.

Im Mittelpunkt der Untersuchung stand die Frage, ob und inwiefern die Einbindung von Unternehmensvideos in Online-Stellenanzeigen auf potentielle Bewerber wirkt und welche Videoinhalte hierbei sinnvoll sind. „Die Studie bestätigt die Wichtigkeit von Videos im Kontext von Employer Branding für Unternehmen“, bringt Angela Behler, Geschäftsführerin von Heithausen & Behler, die Ergebnisse auf den Punkt. Als Probanden wurden Studenten aller sieben Fachbereiche der Fachhochschule Düsseldorf herangezogen. Diese füllten 271 Fragebögen vollständig aus. Untersucht wurden verschiedene speziell für die einzelnen Fachbereiche konzipierte Online-Stellenanzeigen. In Form eines A/B-Tests konnten so aus Bewerberperspektive Anzeigen mit Video (n=131) und ohne Video (n=140) hinsichtlich der Wahrnehmung, Interaktion und Wirkung gegenübergestellt werden. Ziel war es, neue Erkenntnisse für das zukunftsorientierte Personalmarketing zu gewinnen.

---

IDG Tech Media GmbH

Alle Rechte vorbehalten. Jegliche Vervielfältigung oder Weiterverbreitung in jedem Medium in Teilen oder als Ganzes bedarf der schriftlichen Zustimmung der IDG Tech Media GmbH. dpa-Texte und Bilder sind urheberrechtlich geschützt und dürfen weder reproduziert noch wiederverwendet oder für gewerbliche Zwecke verwendet werden. Für den Fall, dass auf dieser Webseite unzutreffende Informationen veröffentlicht oder in Programmen oder Datenbanken Fehler enthalten sein sollten, kommt eine Haftung nur bei grober Fahrlässigkeit des Verlages oder seiner Mitarbeiter in Betracht. Die Redaktion übernimmt keine Haftung für unverlangt eingesandte Manuskripte, Fotos und Illustrationen. Für Inhalte externer Seiten, auf die von dieser Webseite aus gelinkt wird, übernimmt die IDG Tech Media GmbH keine Verantwortung.