

Nina Olbrück

Online-Self-Assessments als Instrument des Personalmarketings

Vergleichende Betrachtung und Ableitung einer Stärken-/Schwächenanalyse

Masterarbeit

BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Impressum:

Copyright © 2014 GRIN Verlag
ISBN: 9783656701712

Dieses Buch bei GRIN:

<https://www.grin.com/document/277523>

Nina Olbrück

Online-Self-Assessments als Instrument des Personalmarketings

Vergleichende Betrachtung und Ableitung einer Stärken-/ Schwächenanalyse

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

http://www.twitter.com/grin_com

RHEINISCHE FACHHOCHSCHULE KÖLN

University of Applied Sciences

Fachbereich: Wirtschaft & Recht

Studiengang: Business Administration (M.A.)



Master Thesis

Online-Self-Assessments als Instrument des Personalmarketing – Vergleichende Betrachtung und Ableitung einer Stärken-/ Schwächenanalyse

Thesis vorgelegt von: Nina Olbrück

Sommersemester 2014

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	I
Abbildungsverzeichnis	III
Tabellenverzeichnis	IV
Abkürzungsverzeichnis	V
1 Einleitung	6
1.1 Problemstellung und Zielsetzung	7
1.2 Aufbau	8
2 Personalmarketing	9
2.1 Einführung und Definition des Personalmarketings	9
2.2 Erfordernis des Personalmarketings	10
2.3 Ziele des Personalmarketings	12
2.4 Disziplinen des Personalmarketings	13
2.4.1 Recruitment	15
2.4.2 Assessment	16
3 Online-Personalmarketing	18
3.1 Definition E-Recruitment	19
3.1.1 Online-Jobbörsen	20
3.1.2 Firmen-Homepages	22
3.1.3 Chancen und Grenzen von E-Recruitment	24
3.2 Definition E-Recruitment	26
3.2.1 Online-Assessment	27
3.2.2 Online-Self-Assessment	28
3.2.3 Chancen und Grenzen von E-Recruitment	32
4 Erhebung	34
4.1 Untersuchungsstrategie	34
4.2 Untersuchungsmethode	36
4.2.1 Forschungsfragen	37
4.2.2 Auswahl der Unternehmen	37
4.3 Bewertungsraster	38
5 Fallstudie	41
5.1 Unilever GmbH	41
5.1.1 Das Online-Self-Assessment der Unilever GmbH	42
5.1.2 Auswertung	45
5.2 Franz Haniel & Cie. GmbH	47

5.2.1	Das Online-Self-Assessment der Franz Haniel & Cie. GmbH	48
5.2.2	Auswertung	50
5.3	RWE AG	52
5.3.1	Das Online-Self-Assessment der RWE AG.....	52
5.3.2	Auswertung	57
5.4	Allianz SE	59
5.4.1	Das Online-Self-Assessment der Allianz SE.....	59
5.4.2	Auswertung	62
5.5	Vergleichende Analyse	64
5.5.1	Bewertung	65
5.5.2	Stärken-/ Schwächenanalyse	67
6	Fazit und Ausblick	73
	Fachsprachliches Glossar	75
	Literatur- und Quellenverzeichnis.....	76

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Wechselwirkungen im Personalmarketing	12
Abbildung 2: Personalbeschaffungsprozess	15
Abbildung 3: Jobbörse Bundesagentur für Arbeit	21
Abbildung 4: Jobbörse des Kölner-Job-Stellenmarktes	22
Abbildung 5: Karriereseite der Lufthansa AG	23
Abbildung 6: Self-Assessments in der Schnittmenge	29
Abbildung 7: Drei Dimensionen von Online-Self-Assessments	31
Abbildung 8: Startseite "Could it be U?"	42
Abbildung 9: Beispielfrage "U know"	43
Abbildung 10: Ergebnisübersicht "Could it be U?"	44
Abbildung 11: Infobox "U fit"	45
Abbildung 12: Usability "Could it be U?"	46
Abbildung 13: Werte-Check Haniel & Cie. GmbH	48
Abbildung 14: Antwortmöglichkeit im Werte-Check	49
Abbildung 15: Ergebnisseite Werte-Check	50
Abbildung 16: Informationstext Werte-Check	51
Abbildung 17: Interessententest der RWE AG	53
Abbildung 18: Interessenprofil im Überblick	54
Abbildung 19: Berufsorientierungsspiel "Industriekaufleute"	55
Abbildung 20: RWE Wissensquiz	56
Abbildung 21: Allianz Job-Matcher Zielgruppenauswahl	60
Abbildung 22: Job-Matcher Ergebnisse	61
Abbildung 23: Allianz JobChecker	62
Abbildung 24: Auswertung Drei-Dimensionen-Grafik	64
Abbildung 25: Stärken-/ Schwächenanalyse	67