

Sandra Schlemeier

Die Personalanzeige als Mittel der Personalwerbung vom externen Arbeitsmarkt

Diplomarbeit

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

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 Verlags. 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.

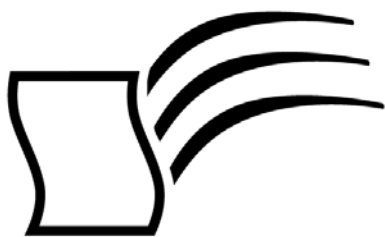
Copyright © 1994 Diplom.de
ISBN: 9783832436513

Die Personalanzeige als Mittel der Personalwerbung vom externen Arbeitsmarkt

Sandra Schlemeier

Die Personalanzeige als Mittel der Personalwerbung vom externen Arbeitsmarkt

Diplomarbeit
an der Philipps-Universität Marburg
Fachbereich Wirtschaftswissenschaften
Lehrstuhl für Prof. Dr. Erich Priewasser
Dezember 1994 Abgabe



Diplom.de

Diplomica GmbH _____
Hermannstal 119k _____
22119 Hamburg _____

Fon: 040 / 655 99 20 _____
Fax: 040 / 655 99 222 _____

agentur@diplom.de _____
www.diplom.de _____

ID 3651

Schlemeier, Sandra: Die Personalanzeige als Mittel der Personalwerbung vom externen Arbeitsmarkt / Sandra Schlemeier - Hamburg: Diplomica GmbH, 2001
Zugl.: Marburg, Universität, Diplom, 1994

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtes.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden, und die Diplomarbeiten Agentur, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

Diplomica GmbH
<http://www.diplom.de>, Hamburg 2001
Printed in Germany



Wissensquellen gewinnbringend nutzen

Qualität, Praxisrelevanz und Aktualität zeichnen unsere Studien aus. Wir bieten Ihnen im Auftrag unserer Autorinnen und Autoren Wirtschaftsstudien und wissenschaftliche Abschlussarbeiten – Dissertationen, Diplomarbeiten, Masterarbeiten, Staatsexamensarbeiten und Studienarbeiten zum Kauf. Sie wurden an deutschen Universitäten, Fachhochschulen, Akademien oder vergleichbaren Institutionen der Europäischen Union geschrieben. Der Notendurchschnitt liegt bei 1,5.

Wettbewerbsvorteile verschaffen – Vergleichen Sie den Preis unserer Studien mit den Honoraren externer Berater. Um dieses Wissen selbst zusammenzutragen, müssten Sie viel Zeit und Geld aufbringen.

<http://www.diplom.de> bietet Ihnen unser vollständiges Lieferprogramm mit mehreren tausend Studien im Internet. Neben dem Online-Katalog und der Online-Suchmaschine für Ihre Recherche steht Ihnen auch eine Online-Bestellfunktion zur Verfügung. Inhaltliche Zusammenfassungen und Inhaltsverzeichnisse zu jeder Studie sind im Internet einsehbar.

Individueller Service – Gerne senden wir Ihnen auch unseren Papierkatalog zu. Bitte fordern Sie Ihr individuelles Exemplar bei uns an. Für Fragen, Anregungen und individuelle Anfragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung. Wir freuen uns auf eine gute Zusammenarbeit.

Ihr Team der Diplomarbeiten Agentur

Diplomica GmbH _____
Hermannstal 119k _____
22119 Hamburg _____

Fon: 040 / 655 99 20 _____
Fax: 040 / 655 99 222 _____

agentur@diplom.de _____
www.diplom.de _____

Inhaltsverzeichnis

	Seite
Anhangverzeichnis	IV
Abbildungsverzeichnis	V
Abkürzungsverzeichnis	VI
1 Einleitung	1
2 Die externe Personalbeschaffung und die Personalwerbung im betriebswirtschaftlichen Zusammenhang	3
2.1 Ziele und Methoden der externen Personalbeschaffung	3
2.1.1 Beschaffungswege	4
2.1.1.1 passive Beschaffungswege	5
2.1.1.2 aktive Beschaffungswege	5
2.1.2 Beschaffungsinstrumente	6
2.1.3 Kriterien zur Auswahl von Methoden der externen Personalbeschaffung	7
2.2 Die Personalwerbung als eigenständige Unternehmensfunktion	9
2.2.1 Ziele und Aufgaben der Personalwerbung	9
2.2.2 Formen der Personalwerbung	11
2.2.3 Auswahl und Gestaltung der Personalwerbemaßnahmen ...	14
2.2.4 Die Bedeutung des Firmenimages für die Personalwerbung	16
2.3 Die Bedeutung der Personalanzeige für die externe Personalbeschaffung und die Personalwerbung	17

II

3	Die Personalanzeige	19
3.1	Aufgaben der Personalanzeige.....	19
3.2	Informationsbeschaffung als Voraussetzung der Erstellung einer Personalanzeige.....	20
3.3	Die AIDA-Formel als Grundgerüst der Personalanzeige	21
3.4	Entwicklung einer Anzeigenlinie.....	22
4	Konkrete Ausformung der Elemente einer Personalanzeige.....	25
4.1	Inhalt des Textes einer Personalanzeige.....	25
4.1.1	Schlagzeile	27
4.1.2	Darstellung des Unternehmens.....	28
4.1.3	Logo und Slogan des Unternehmens	31
4.1.4	Aufgabenbeschreibung	33
4.1.5	Anforderungsprofil an den Bewerber	34
4.1.6	Angaben zum in Aussicht gestellten Leistungsangebot	35
4.1.7	Modalitäten der Bewerbung.....	36
4.2	Formulierung des Textes.....	37
4.3	Formale Gestaltung	40
4.3.1	Typographie	40
4.3.1.1	Der weiße Raum	41
4.3.1.2	Umrahmung	41
4.3.1.3	Schriftart und Schriftgröße.....	43
4.3.1.4	Weitere Gestaltungsmöglichkeiten.....	44
4.3.2	Größe und Platzierung der Anzeige.....	48

III

4.4	Auswahl des Werbeträgers.....	49
4.4.1	Bei mittleren Positionen.....	50
4.4.2	Bei Aufsteiger-Positionen	51
4.4.3	Bei Führungskräften	51
4.5	Insertionszeitpunkt.....	52
5	Direktwerbung versus Berateranzeigen.....	54
5.1	Direktwerbung der Unternehmen	54
5.2	Anzeigenschaltung durch Personalberater.....	55
6	Probleme der Erfolgskontrolle.....	57
7	Zusammenfassung der Ergebnisse und Ausblick.....	60
	Anhang.....	62
	Literaturverzeichnis	75
	Quellenverzeichnis.....	82