

Andrea Lich

Die optimal gestaltete Homepage als Instrument der Personalbeschaffung

Eine statistische Analyse zur Homepagegestaltung der
Caritas, AWO und Diakonie auf Städteebene

Bachelorarbeit

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 © 2016 Diplomica Verlag GmbH
ISBN: 978-3-95636-848-6

Andrea Lich

Die optimal gestaltete Homepage als Instrument der Personalbeschaffung

Eine statistische Analyse zur Homepagegestaltung der Caritas, AWO und Diakonie auf Städteebene

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung und Aufbau	1
1.1	Beschreibung der Problematik des demographischen Wandels für die Arbeitswelt.....	2
1.2	Zielsetzung der Arbeit	3
1.3	Erläuterungen zu grundlegenden Begrifflichkeiten	4
1.3.1	Demographischer Wandel	4
1.3.2	Homepage	5
1.3.3	Personalbeschaffung und Personalbeschaffungswege.....	6
1.3.4	E-Recruitment.....	7
1.4	Vorstellung der Caritas, Diakonie und AWO	8
2	Studien zu Recruiting-Kanälen	9
2.1	Aktuelle und zukünftige Personalbeschaffung aus Sicht der Unternehmen	9
2.2	Aktuelle und zukünftige Jobsuche aus Sicht der Bewerber	12
3	Betrachtungselemente der Homepages	15
3.1	Formale Anforderungen	15
3.1.1	Zugang zur Homepage über intuitive Namenseingabe	16
3.1.2	Jobfinder	16
3.1.3	Menüleiste	16
3.1.4	Suchfunktion	16
3.1.5	Mehrsprachigkeit	16
3.1.6	Kontakt.....	17
3.2	Basisanforderungen	17
3.2.1	Ansprache an Studenten	17
3.2.2	Ansprache an Hochschulabsolventen	18
3.2.3	Ansprache an Berufserfahrene.....	18
3.2.4	Praktikum.....	18
3.2.5	Ausbildungsplätze.....	18
3.2.6	Stellenausschreibung	18
3.2.7	Einsatzort.....	19

3.2.8	Leitbild	19
3.2.9	Bewerbungsmöglichkeit per Email.....	19
3.2.10	Bewerbungsmöglichkeit per Online-Formular.....	19
3.2.11	Bewerbungsmöglichkeit per Postweg	19
3.3	Serviceanforderungen	20
3.3.1	Termine.....	20
3.3.2	FAQs.....	20
3.3.3	Routenplaner	20
3.3.4	News.....	20
4	Darstellung des theoretischen Modells und der Hypothesen	21
4.1	Theorie von Arbeitskraft-Anbietern und Arbeitskraft-Nachfragern	21
4.2	Die Homepage als Instrument der Personalbeschaffung.....	22
4.3	Hypothese zum Zusammenhang der Größe eines Verbandes und der erfüllten Betrachtungselemente	23
4.4	Hypothese zum Zusammenhang zwischen Jobfinder und der Möglichkeit der Online-Bewerbung	24
4.5	Hypothese zur Verbandsgröße und den unterschiedlichen Wegen der Bewerbungsmöglichkeiten	25
5	Methodik	26
5.1	Rahmenbedingungen.....	26
5.1.1	Stichprobe.....	27
5.1.2	Erhebungsmethode	28
5.1.3	Auswertungsmethoden	28
6	Ergebnisse	29
6.1	Deskriptive Statistik.....	29
6.2	Überprüfung der Hypothesen.....	31
7	Schlussbetrachtung.....	34
	Literaturverzeichnis.....	40