

**Verena Schwarzmann**

# Personalbeschaffung im Internet

Ansätze, Erfahrungen, Lösungen

**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 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.

Copyright © 2002 Diplomica Verlag GmbH  
ISBN: 9783832458300

**Verena Schwarzmann**

# **Personalbeschaffung im Internet**

**Ansätze, Erfahrungen, Lösungen**



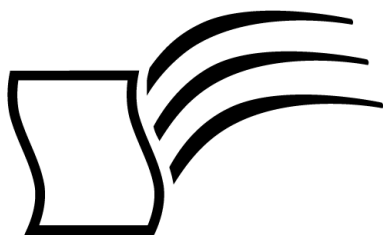
---

Verena Schwarzmann

# Personalbeschaffung im Internet

*Ansätze, Erfahrungen, Lösungen*

Diplomarbeit  
an der Fachhochschule Schmalkalden  
Fachbereich Wirtschaft  
3 Monate Bearbeitungsdauer  
Juli 2002 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 5830

Schwarzmann, Verena: Personalbeschaffung im Internet - Ansätze, Erfahrungen, Lösungen

Hamburg: Diplomatica GmbH, 2002

Zugl.: Schmalkalden, Fachhochschule, Diplomarbeit, 2002

---

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.

Diplomatica GmbH

<http://www.diplom.de>, Hamburg 2002

Printed in Germany

## Inhaltsverzeichnis

	Seite
<b>I.     Abbildungsverzeichnis</b>	<b>5</b>
<b>1.     Einleitung</b>	<b>6</b>
<b>2.     Grundlagen</b>	<b>7</b>
2.1    Die Personalbeschaffung	7
2.2    Das Personalmarketing	8
2.3    Das Internet	9
2.3.1  Die Geschichte des Internet	10
2.3.2  Das Internet heute	11
2.3.3  Entwicklungstrends des Internets	11
2.4    Die Personalbeschaffung und das Internet	12
2.4.1  Die Vorteile und Nachteile der Personalbeschaffung über das Internet	12
2.4.2  Die Zielgruppe der Personalbeschaffung im Internet	15
<b>3.     Die Umfrage</b>	<b>16</b>
3.1    Der Fragebogen	17
3.2    Die Beteiligung	17
3.3    Die Auswertung	17
<b>4.     Internet und Back Office als vollständig integrierter Prozess</b>	<b>21</b>
4.1    Problem Medienbrüche	21
4.2    Der geschlossene Recruiting-Workflow	23
4.3    Evolution von Recruiting Software-Lösungen	25
4.4    Standard Software-Module	26

4.5	Individuelle Softwarelösungen	30
4.6	Customer Relationship Management im Recruiting	32
4.7	Candidate Supply Chain Management als ganzheitlicher Ansatz	34
<b>5.</b>	<b>Die firmeneigene Homepage als Ausgangspunkt für die Personalbeschaffung im Internet</b>	<b>35</b>
5.1	Information	35
5.2	Interaktivität	38
5.3	Navigation und Benutzerführung	38
5.4	Zugang und Auffindbarkeit	39
5.5	Design	40
<b>6.</b>	<b>Interaktive Konzepte und Möglichkeiten der Unternehmen</b>	<b>40</b>
6.1	Jobbörsen auf der firmeneigenen Homepage	41
6.2	Das Online-Bewerbungsformular	42
6.3	Der Chat als Instrument der gezielten Ansprache und Beratung	47
6.4	Das Konzept der Virtual Community	47
6.5	Online – Tests	49
6.6	Online – Assessments	50
6.7	Virtuelle Karrieremessen	52
6.8	Bewerbersuche durch Agenten, Spider und Internet-Job-Auktionen	53
<b>7.</b>	<b>Die Differenzierung von externen Anbietern im Internet</b>	<b>54</b>
7.1	Suchmaschinen und Linkseiten	54
7.2	Die Bundesanstalt für Arbeit	54
7.3	Die Jobbörsen	55
7.3.1	Die Entwicklung der Jobbörsen	55
7.3.2	Die Definition des Begriffs Jobbörsen	56
7.3.3	Die Suche nach geeigneten Jobbörsen	57
7.3.4	Die Nutzung von Jobbörsen	62
7.3.5	Controlling von Jobbörsen	64



7.3.6	Der Trend bei Jobbörsen	67
7.4	Zeitungen und Verlage	68
7.5	Personalberater	68
<b>8.</b>	<b>Outsourcing von Rekrutierungsprozessen</b>	<b>69</b>
8.1	Der Begriff des E-Outsourcing	70
8.2	Der Einsatz von Systemlösungen	70
8.3	Das Outsourcing von Rekrutierungsschritten	71
8.4	Fazit	71
<b>9.</b>	<b>Schlussbetrachtung</b>	<b>72</b>
<b>II.</b>	<b>Literaturverzeichnis</b>	<b>74</b>
<b>III.</b>	<b>Ehrenwörtliche Erklärung</b>	<b>81</b>