

Anja Göritz

# Personalmarketing im Internet

Unternehmenswebseiten auf dem Prüfstand

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	1
1 Einleitung.....	4
2 Personalmarketing.....	5
2.1 Begriffsbestimmung.....	5
2.2 Bedeutung und Ablauf.....	5
3 Personalmarketing im Internet.....	8
3.1 Vorteile des Internets als Rekrutierungsmedium.....	11
3.1.1 Kosten- und Arbeitsentlastung.....	11
3.1.2 Aktualität.....	12
3.1.3 Reaktionsgeschwindigkeit.....	12
3.1.4 Verfügbarkeit.....	12
3.1.5 Nutzerkreis.....	13
3.1.6 Niedrigschwelligkeit.....	13
3.2 Nachteile des Internets als Rekrutierungsmedium.....	14
4 Ausgestaltung von Karriere-Seiten im Internet.....	17
4.1 Inhalt.....	17
4.2 Benutzerfreundlichkeit.....	18
4.3 Interaktivität.....	19
5 Ziele der Untersuchung.....	22
6 Methode.....	22
7 Ergebnisse.....	27
7.1 Inhalt.....	28
7.1.1 Beschreibende Statistik.....	28
7.1.2 Zusammenhänge beim Inhalt.....	29

	7.2 Benutzerfreundlichkeit.....	29
	7.2.1 Beschreibende Statistik.....	29
	7.2.2 Zusammenhänge bei der Benutzerfreundlichkeit.....	32
	7.3 Interaktivität.....	33
	7.3.1 Beschreibende Statistik.....	33
	7.3.2 Zusammenhänge bei der Interaktivität.....	36
	7.4 Mitarbeiterzahl und Qualität.....	37
	7.5 Umsatz und Qualität.....	39
	7.6 E-Commerce und Qualität.....	40
	7.7 Branche und Qualität.....	41
	8 Schlussbemerkung.....	43
	8.1 Ergebniszusammenfassung.....	43
	8.2 Grenzen der Studie.....	46
J	8.3 Ausblick.....	48
	Anhang.....	50
n	Kategoriensystem.....	50
	Ranking der Unternehmen nach Gesamtbewertung.....	54
	Bewertung der Unternehmen nach Einzelkriterien.....	58
	Ranking der Unternehmen nach Branche.....	70
	Tabellenverzeichnis.....	75
	Abbildungsverzeichnis.....	76
	Literaturverzeichnis.....	77