

Elke Hartmann

## **Marktlösungen für die Personalwertschöpfungskette durch den Einsatz von Web 2.0**

*Möglichkeiten zur Realisierung eines  
Kernkompetenzmarktplatzes*

## **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 © 2007 Diplomica Verlag GmbH  
ISBN: 9783836634403

**Elke Hartmann**

## **Marktlösungen für die Personalwertschöpfungskette durch den Einsatz von Web 2.0**

**Möglichkeiten zur Realisierung eines Kernkompetenzmarktplatzes**



Elke Hartmann

## **Marktlösungen für die Personalwertschöpfungskette durch den Einsatz von Web 2.0**

*Möglichkeiten zur Realisierung eines  
Kernkompetenzmarktplatzes*

Elke Hartmann

**Marktlösungen für die Personalwertschöpfungskette durch den Einsatz von Web 2.0**  
Möglichkeiten zur Realisierung eines Kernkompetenzmarktplatzes

ISBN: 978-3-8366-3440-3

Herstellung: Diplomica® Verlag GmbH, Hamburg, 2009

Zugl. Universität des Saarlandes, Saarbrücken, Deutschland, Diplomarbeit, 2007

---

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 der Verlag, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

© Diplomica Verlag GmbH

<http://www.diplomica.de>, Hamburg 2009

# Inhaltsverzeichnis

<b>Inhaltsverzeichnis .....</b>	<b>II</b>
<b>Tabellenverzeichnis .....</b>	<b>IV</b>
<b>Abbildungsverzeichnis .....</b>	<b>V</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis .....</b>	<b>VI</b>
<b>1 Einleitung .....</b>	<b>1</b>
1.1 Herausforderung und Relevanz .....	1
1.2 Zielsetzung und Vorgehensweise .....	3
<b>2 Grundlagen .....</b>	<b>4</b>
2.1 Personalwertschöpfungskette und Personalmarketing .....	4
2.1.1 Die Saarbrücker MO5-Wertschöpfungskette .....	4
2.1.2 Das Ziel und die Marktlösung: Alleinstellung und Kernkompetenzmarktplatz .....	8
2.1.3 Personalmarketing durch interne und externe Unternehmenskommunikation .....	11
2.2 Web 2.0 – Das neue Netzverständnis .....	15
2.2.1 Der Begriff und die Idee .....	15
2.2.2 Die Technologien .....	17
2.2.3 Die Anwendungen .....	20
<b>3 Web 2.0-Anwendungen im Bereich Personalmarketing .....</b>	<b>27</b>
3.1 Realisierung von Alleinstellung .....	27
3.1.1 Authentizität und Interaktivität in der externen Unternehmenskommunikation .....	27
3.1.2 Individualität und Partizipation in der internen Unternehmenskommunikation .....	33
3.2 Realisierung des Kernkompetenzmarktplatzes .....	40
3.3 Beispiele: Realisierte Anwendungen in der Praxis .....	46
3.3.1 IBM: Kulturherausbildung und Wissensmanagement .....	48
3.3.2 Pentos AG: Identifikation, Motivation, Retention .....	50
3.3.3 Accenture: Image und Recruiting .....	52

3.3.4	Siemens: Führung, Mitarbeiternähe, Bewerberansprache.....	53
<b>4</b>	<b>Herausforderungen und Implikationen für den Einsatz von Web 2.0 im Personalmarketing .....</b>	<b>59</b>
4.1	Unternehmen: Verlust der Informationshoheit oder der Umgang mit der neuen Transparenz .....	59
4.2	Online-Jobbörsen: Notwendigkeit neuer Funktionalitäten .....	64
4.3	Mitarbeiter und Bewerber: Mittendrin statt nur dabei .....	66
<b>5</b>	<b>Zusammenfassung und Fazit.....</b>	<b>68</b>
	<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>VII</b>

## **Tabellenverzeichnis**

Tabelle 1: Technologien, Anwendungen, Idee und Charakteristika des Web 2.0.....	27
---	----

## **Abbildungsverzeichnis**

Abbildung 1: Die Grundform der Saarbrücker MO5-Wertschöpfungskette .....	7
Abbildung 2: Authentizität und Interaktion in der externen Unternehmenskommunikation .....	33
Abbildung 3: Individualität und Partizipation in der internen Kommunikation .....	40
Abbildung 4: Kommunikations- und Informationsbeziehungen auf dem Kernkompetenzmarktplatz .....	46
Abbildung 5: Screenshot Einstiegsseite IBM InnovationJam .....	49
Abbildung 6: Screenshot Blog-Statistik Pentos AG .....	51
Abbildung 7: Screenshot Recruiting-Plattform Accenture .....	53
Abbildung 8: Screenshot Recruiting-Plattform Siemens .....	58