

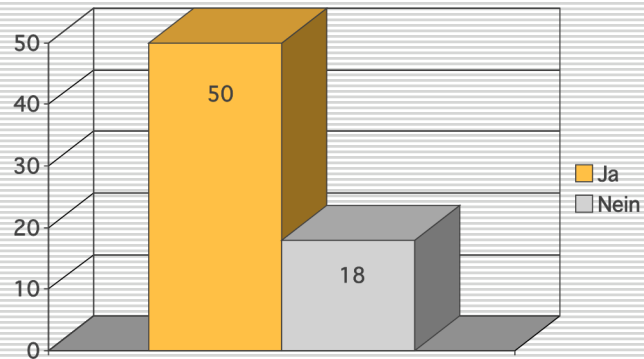
Zusammenfassung: Evaluation „Einsatz von Persönlichkeitstests“  
(18.11.09)

- Zielgruppe 1: Firmen ohne Einsatz von Persönlichkeitstest: 68
- Zielgruppe 2: Firmen mit Einsatz von Persönlichkeitstest: 43

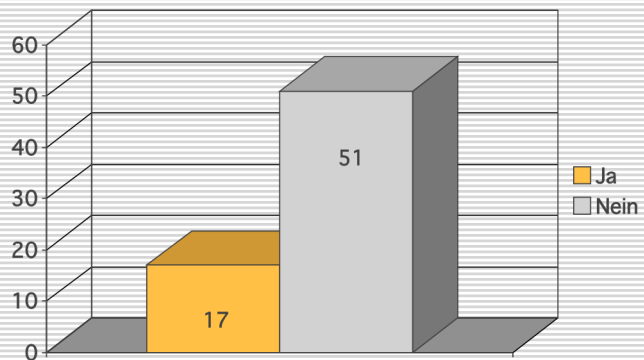
Zielgruppe 1: Firmen ohne Einsatz von Persönlichkeitstest

## Zielgruppe 1: Firmen ohne Einsatz von Persönlichkeitstest

- Kennen Sie Persönlichkeitstests (Wissen über die Thematik)?

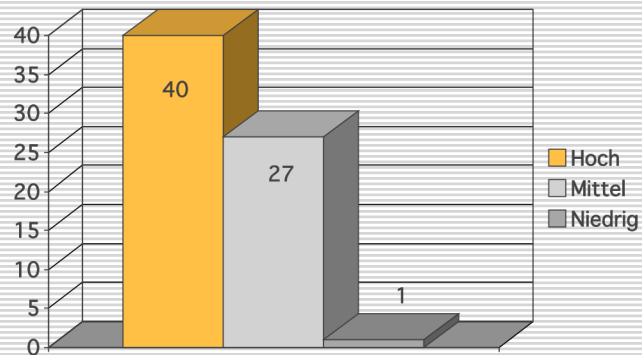


- Haben Sie schon einmal über einen Einsatz nachgedacht?



## Zielgruppe 1: Firmen ohne Einsatz von Persönlichkeitstest

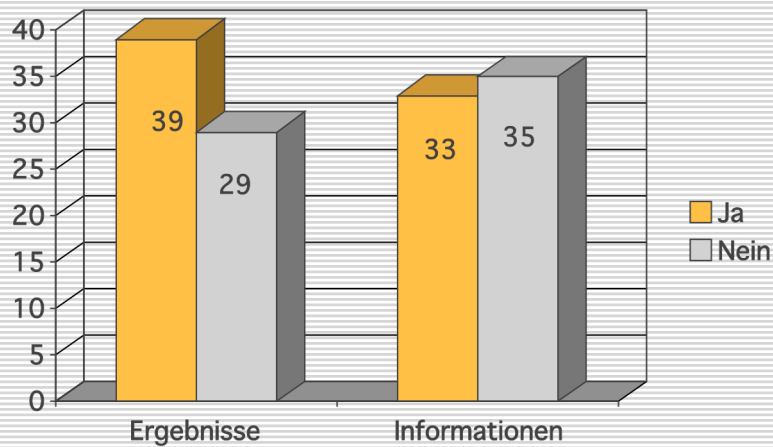
- Wie beurteilen Sie den Aufwand für das Unternehmen?



- Wünsche/Änderungen an die Testverfahren
  - Mehr Informationen (22)
  - Transparenz (13)
  - Bessere Umsetzbarkeit (6)
  - Spezialisierung (auf das Unternehmen zugeschnitten) (6)

## Zielgruppe 1: Firmen ohne Einsatz von Persönlichkeitstest

- Anforderung der Ergebnisse und weitergehenden Informationen



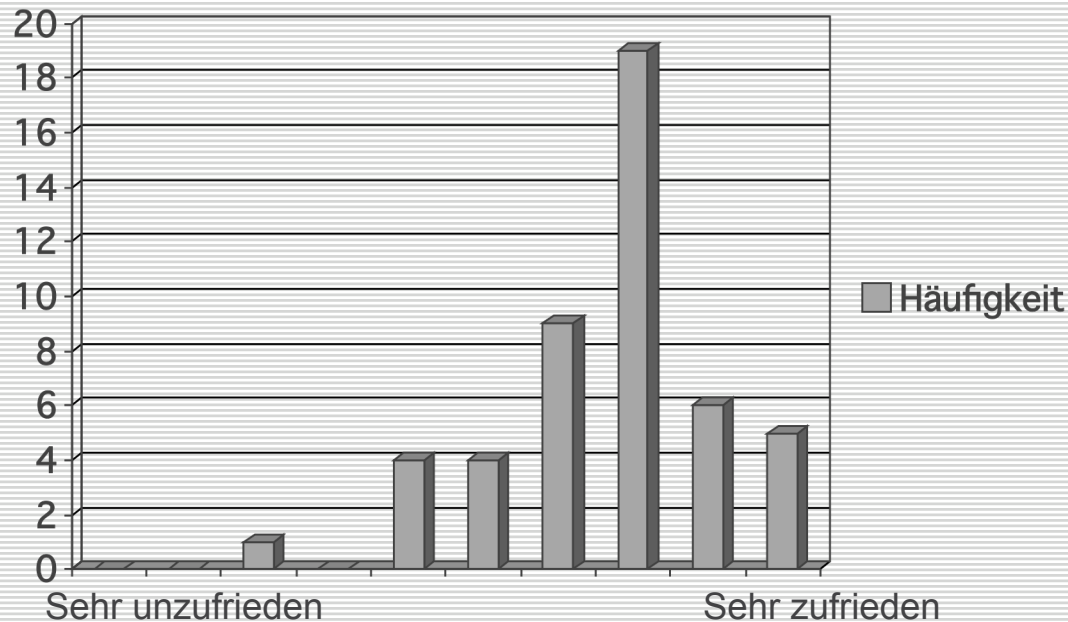
Zielgruppe 2: Firmen mit Einsatz von Persönlichkeitstest

## Zielgruppe 2: Firmen mit Einsatz von Persönlichkeitstest

- Meist verwendete Tests:
  - Speziell für das Unternehmen entwickelte Tests: 6
  - BIP: 5
  - DISG: 5
  - Insights: 3
  - DNLA: 2
  - Biostrukturanalyse: 2
  - unbekannt: 10
  - Sonstige: MBTI, BOMAT, Zirkelfeedback, Sciopos, VIQ, improvement, Scheelentest, SHL, LEA, U-Formen, HTI-Profil, Predictiv Index, Reiss Profile, MPA, Epska, Thomas International Verhaltensprofil, Gallup Interview
- Anwendungshäufigkeit der meist verwendeten Tests:
  - 1-10/Jahr: 23
  - 11-50/Jahr: 10
  - 51-200/Jahr: 10

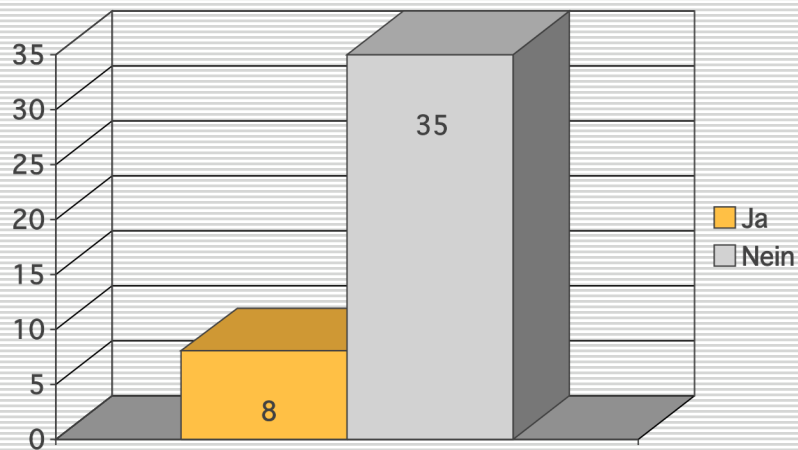
## Zielgruppe 2: Firmen mit Einsatz von Persönlichkeitstest

- Einsatzzweck der meist verwendeten Tests
  - Entwicklungspotential von Führungskräften (intern): 27
  - Einstellung/Bewerbung: 22
  - Sonstige: Testzwecke, Schulungen, MA besser kennen lernen, Mitarbeiterzufriedenheit testen etc.
- Zufriedenheitsgrad:



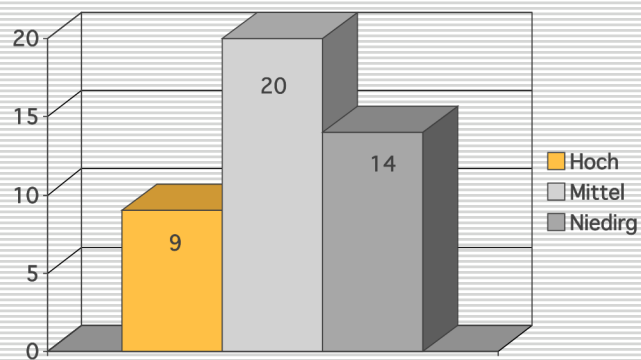
## Zielgruppe 2: Firmen mit Einsatz von Persönlichkeitstest

- Entscheidungsgrund für das Testverfahren:
  - Bewährtheit (Qualität und Zuverlässigkeit): 17
  - Auf Empfehlung: 10
  - Konzernvorgabe: 8
  - Versuch/Probe: 3
  
- Negative Erfahrungen:



## Zielgruppe 2: Firmen mit Einsatz von Persönlichkeitstest

- Negative Erfahrungen:
  - Widersprüche (4)
  - Keine Akzeptanz auf Seiten des Teilnehmers (3)
  - Scientology-Charakter
  - Zu zeitintensiv und umfangreich
  - Pauschalisierung
  - Erlernbare Antworten
  
- Aufwand für das Unternehmen:



## Zielgruppe 2: Firmen mit Einsatz von Persönlichkeitstest

- Wünsche/Änderungen an die Testverfahren
  - Selbsterklärend (8)
  - Transparenz (7)
  - Spezialisierung (5)
  - Mehr Informationen (4)
  - Verlässlichkeit (3)
  
- Anforderung der Ergebnisse und weitergehenden Informationen

