

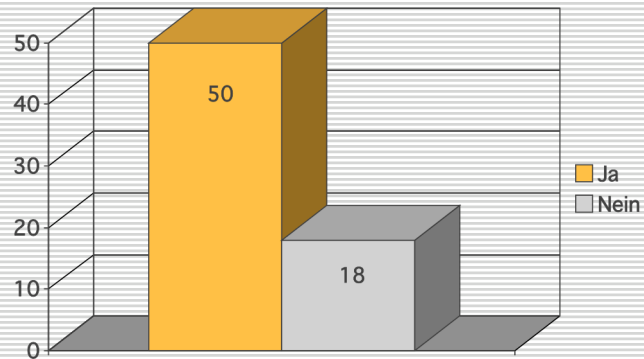
Zusammenfassung: Evaluation „Einsatz von Persönlichkeitstests“
(18.11.09)

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

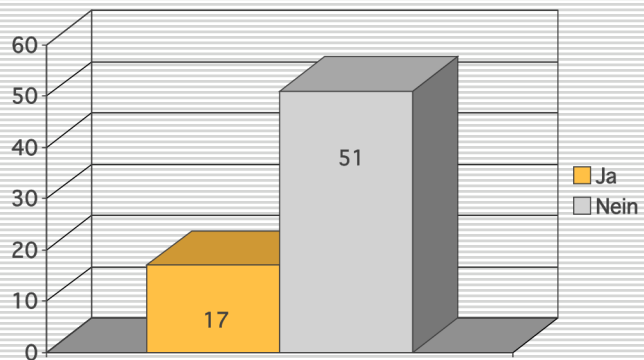
Zielgruppe 1: Firmen ohne Einsatz von Persönlichkeitstest

Zielgruppe 1: Firmen ohne Einsatz von Persönlichkeitstest

- Kennen Sie Persönlichkeitstests (Wissen über die Thematik)?

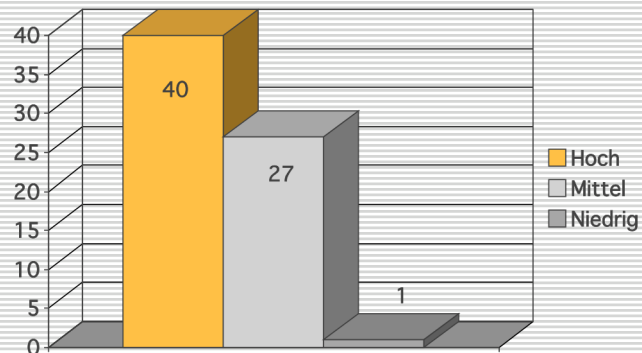


- Haben Sie schon einmal über einen Einsatz nachgedacht?



Zielgruppe 1: Firmen ohne Einsatz von Persönlichkeitstest

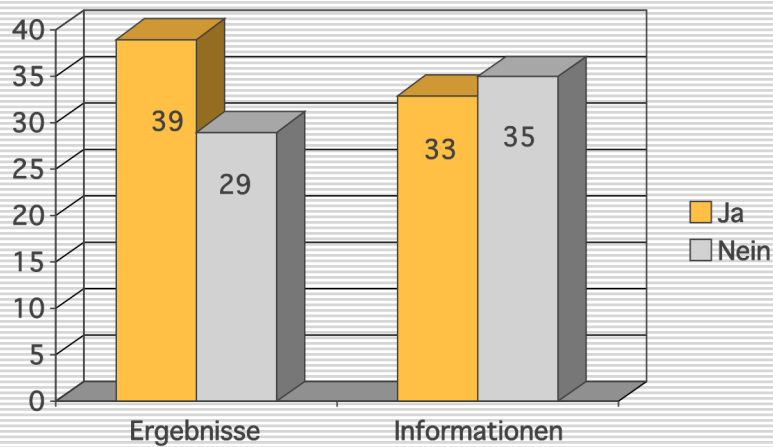
- Wie beurteilen Sie den Aufwand für das Unternehmen?



- 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

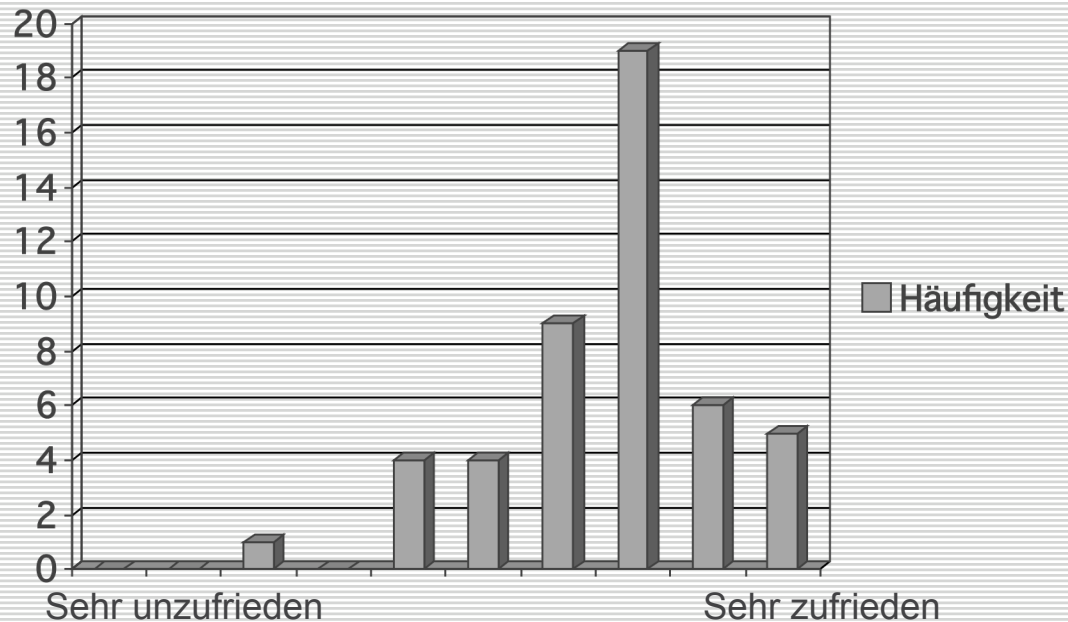
Zielgruppe 2: Firmen mit Einsatz von Persönlichkeitstest

- 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

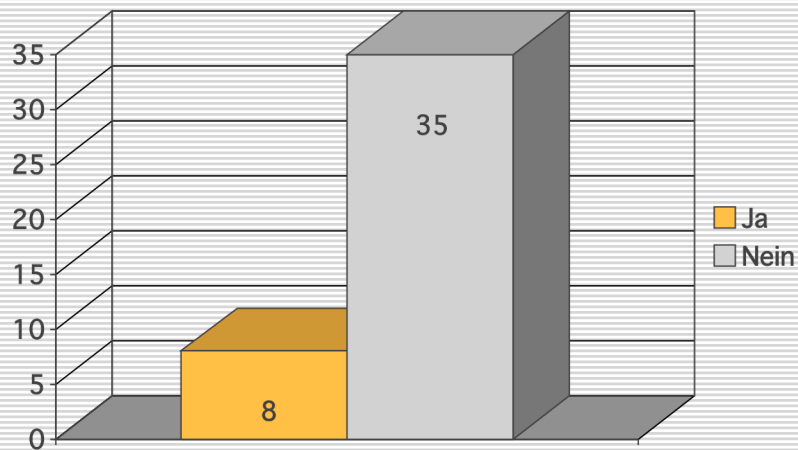
- Einsatzzweck der meist verwendeten Tests
 - Entwicklungspotential von Führungskräften (intern): 27
 - Einstellung/Bewerbung: 22
 - Sonstige: Testzwecke, Schulungen, MA besser kennen lernen, Mitarbeiterzufriedenheit testen etc.
- Zufriedenheitsgrad:



Zielgruppe 2: Firmen mit Einsatz von Persönlichkeitstest

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

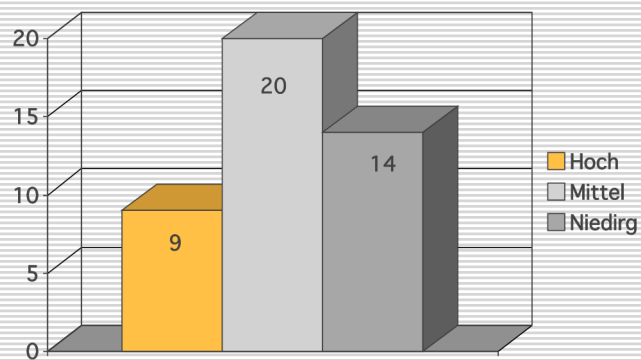
- Negative Erfahrungen:



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

