

Hochschule Koblenz

Name: Dominique Gelhard

Titel: Konzeption für das Personalmarketing der Lidl Vertriebs GmbH (Regionalgesellschaft Koblenz) am Bewerbermarkt der Hochschule Koblenz (Rhein-Mosel-Campus)

Angesichts des Fachkräftemangels in Folge des demographischen Wandels, des „war of talents“, der Globalisierung, dem technologischen Fortschritt und den damit verbundenen Herausforderungen, denen sich Unternehmen zu stellen haben, wird es immer wichtiger, das unternehmerische Hochschulmarketing an Universitäten und Hochschulen zu platzieren.

Nachwuchsführungskräfte sind für den langfristigen Erfolg einer Unternehmung von großer Relevanz. Daher muss die Gewinnung dieser Nachwuchsführungskräfte nachhaltig gesichert werden.

Die Arbeit vermittelt einen ganzheitlichen Überblick über das Personal- und insbesondere unternehmerische Hochschulmarketing. Daneben wird die gegenwärtige Situation des unternehmerischen Hochschulmarketings der Lidl Vertriebs GmbH & Co. KG Regionalgesellschaft Koblenz beschrieben und analysiert. Durch die Verfasserin wurde eine qualitativ-empirische Untersuchung am Rhein-Mosel Campus der Hochschule Koblenz durchgeführt, um anschließend eine Konzeption für die unternehmerischen Hochschulmarketingmaßnahmen entwickeln sowie Handlungsempfehlungen für Lidl auszusprechen zu können.