

Inhaltsverzeichnis

1. Personalmarketing als Idee – heute wichtiger denn je	9
1.1 Der Personalmarketingbegriff	18
1.2 Wer braucht Personalmarketing?	24
1.3 Personalmarketing und Unternehmensleitbild	28
1.4 Dezentralisierung des Personalmarketings	33
1.5 Das Personalmarketingszenario	39
1.6 Checkliste: Erfolgreiches Personalmarketing	43
2. Den Ideen folgen Taten – Informationsbeschaffung ...	46
2.1 Die integrierte Personalmarketinganalyse	51
2.2 Die Qualität der Informationsbeschaffung	64
2.3 Analyse der Umweltorientierung – Wertequalität	66
2.4 Analyse der Mitarbeiterorientierung – Prozeßqualität	69
2.5 Analyse der Kundenorientierung – Ergebnisqualität	77
2.6 Analyse der Mitbewerber – Benchmarking	82
2.7 Ergebnisauswertung und -umsetzung	85
3. Qualität statt Quantität – die Personalmarketingstrategie	90
3.1 Prozeßorientierung als Herausforderung	94
3.2 Aspekte eines dynamischen Managementsystems	96
3.3 Personalmarketing als (Lern-)Prozeß	102
3.4 Vom Mitarbeiter zum Mitunternehmer?	107
3.5 Die Infrastruktur einer Strategie	118
3.6 Checkliste: Einführung eines Managementsystems	123
4. Voraussetzungen schaffen – Unternehmensentwicklung	129
4.1 Das marketingorientierte Assessment Center	132
4.2 Prinzipien der Mitarbeiterbeurteilung	143
4.3 Karriereprogramme mit System	154
4.4 Das Primat der offenen Kommunikation	165
4.5 Ein Marketingmuß: Individuelle Personalentwicklung ..	173
5. Kombination ist alles – Personalmarketingmix	177
5.1 Produktmix als Wettbewerbsfaktor	183
5.2 Preismix als Ausgleichsfaktor	187
5.3 Plazierungsmix als Integrationsfaktor	196

5.4	Promotionsmix als Informationsfaktor	200
5.5	Kombination oder Integration der Variablen?	204
6.	Mehr Profil durch Kommunikation – das klare Konzept	207
6.1	Die Einbindung in die Corporate Identity	211
6.2	Planungsparameter der Personalwerbung	214
6.3	Zielgruppenorientierte Medienauswahl	217
6.4	Personalmarketing und Public Relations	221
6.5	Erfolgsfaktor Personal Relations	224
6.6	Marketingkommunikation in der Praxis	242
6.7	Möglichkeiten der Erfolgskontrolle	247
7.	Auf dem laufenden bleiben – Controlling	250
7.1	Controlling als integratives Konzept	253
7.2	Strategien auf dem Prüfstand	259
7.3	Die Idee des wertvollen Mitarbeiters	262
7.4	Controlling und Qualitätsmanagement	268
7.5	Instrumente eines ganzheitlichen Prozeßcontrollings	271
7.6	Informationen gezielt nutzbar machen	279
8.	Zukunft findet statt – die Wegbestimmung	285
8.1	Wo fängt man an? – Umbau statt Anbau	286
8.2	Sieben Schritte – Ein Weg	290
8.3	Warum auch Sie beginnen sollten!	295
9.	Literaturverzeichnis	297
10.	Sachregister	304