Inhalt

Vorwort 5

Personalmarketing 2.0 9
Personalmarketing in der nächsten Stufe ist Präferenz-Management
Christoph Beck

Die Zukunft im Recruiting: Web 2.0 57
Mobile Media- und Personalkommunikation
Wolfgang Jäger

Erfolgsfaktoren einer Online-Stellenanzeige 66
Wolfgang Achilles

Recruiting Events als Instrument des Personalmarketings 76
Norbert Wangnick

Praxisberichte

Fallstudie Management-Holding
Bewerber- und Auswahlgespräche als Instrument des Personalmarketings 87
Christoph Aldering

Stellenanzeigen.de
Warum die großen Online-Stellenbörsen auch im Personalmarketing 2.0 eine entscheidende Rolle spielen werden 96
Bettina Sudar

Viega GmbH & Co. KG
Dialogorientiertes Personalmarketing 110
Die zukünftige Ausrichtung eines mittelständischen Unternehmens im internationalen Wettbewerb um Fach- und Führungskräfte
Peter Schöler

Carl Zeiss AG
Total Talent Management – ein einzigartiger Ansatz 121
Ganzheitliches Talent Management von der Stellenanzeige bis zum Compensation Management
Sascha Theissen und Lars Grigo

Getrag Ford Transmissions
Gefühle und Zahnräder 128
Emotionales Personalmarketing in der Ansprache
von technisch orientierten Zielgruppen – das Beispiel GETRAG FORD Transmissions
Bernhard Rauscher

PricewaterhouseCoopers AG
Hochschulmessen: Markt für Karrieren 142
Thomas Teetz

Roche AG
Think global, act local im Recruiting 150
Farsana Jakubi und Ingolf Teetz

Tchibo Konzern
Die Kombination aus internetbasiertem Employer Branding und eAssessment bei Tchibo 162
Joachim Diercks

Kaufhof Warenhaus AG
Die Entwicklung einer Employer Brand am Beispiel Galeria Kaufhof 178
Ulrich Köster und Birgit Becker

Accenture GmbH
Employer Branding bei Accenture 193
Beispiele für erfolgreiches Personalmarketing
Sonja Fink und Judith Kederer

Vodafone Deutschland
Employer Branding – Strategieentwicklung, Implementierung und Erfolgsfaktoren 205
Nicole Klawikowski

Anhang

Jobbörsen 217

Stichwortverzeichnis 225