

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
2	Grundlagen	7
2.1	Fachkräftemangel – War for Talents	8
2.2	Der Arbeitsmarkt	15
2.3	Recruiting – ein professioneller Ansatz	20
2.3.1	Ansätze und Modelle	21
2.3.2	Zielgruppenbestimmung	24
2.4	Abgrenzungen zu anderen Disziplinen	34
2.4.1	Employer Branding	37
2.4.2	HR-Marketing	38
3	Recruiting – planen und gestalten	43
3.1	Bedarfsplanung und Bedarfsanalyse	44
3.1.1	Bedarfsplanung	44
3.1.1.1	Brutto-Personalbedarf	47
3.1.1.2	Personalbestandsplanung	48
3.1.1.3	Netto-Personalbedarf	49
3.1.2	Bedarfsanalyse und Zielgruppenbestimmung	50
3.2	Der Recruitingprozess	53
3.3	Arbeitgebermarke positionieren	60
3.4	Die Vakanz (Schritt 1)	66
3.4.1	Das Anforderungsprofil	68
3.4.2	Die Stellenausschreibung	72
3.4.2.1	Imagetext/Arbeitgebervorstellung	73
3.4.2.2	Titel der Stelle	73
3.4.2.3	Aufgaben	74
3.4.2.4	Anforderungen	74
3.4.2.5	Angebot	75
3.4.2.6	Print-Stellenausschreibungen	76
3.4.2.7	Online-Stellenausschreibungen	77
3.4.2.8	Weitere Tools bei Stellenausschreibungen	78
3.5	HR-Marketing (Schritt 2)	79
3.5.1	Das Grundsätzliche	80
3.5.2	Zielgruppenanalyse	82
3.5.3	Das Konzept steht – und nun?	83
3.6	Recruiting Tools (Schritt 2)	85
3.6.1	Karrierewebsite	85
3.6.1.1	Inhaltliche Überlegungen	87
3.6.1.2	Layout und technische Anforderungen einer Stellenbörse	90
3.6.1.3	Strategische Dimension	92
3.6.2	Jobbörsen/Jobsuchmaschinen	92
3.6.3	Print-Anzeigen	98
3.6.4	Messen	100
3.6.5	Events	105

3.6.6	Arbeitgeberbewertungsportale	108
3.6.7	Social Media	109
3.6.8	Andere Ansätze: Whatchado	112
3.6.9	Einsatz von Software und Tools	113
3.6.10	#Crossmedial	117
3.7	Touchpoints im Bewerbungsprozess (Schritt 3)	120
3.7.1	Kandidatenerleben – Candidate Experience	123
3.7.2	Bewerber-Korrespondenz	127
3.8	Bewerber auswählen (Schritt 3 und 4)	130
3.8.1	Der Matchingprozess	131
3.8.2	Die Vorauswahl	136
3.8.3	Das Interview	141
3.8.3.1	Vorbereitung	144
3.8.3.2	Durchführung	145
3.8.3.3	Nachbereitung	151
3.8.4	Assessment Center	153
3.8.5	Weitere Testverfahren	155
3.9	Bewerber einstellen (Schritt 5)	159
3.9.1	Das Onboarding	160
3.9.2	Talent Management	164
4	Social Media Recruiting	167
4.1	Web 2.0 und Social Media	168
4.2	Die Verwendung von Social Media im Recruiting	173
4.2.1	Die Zielgruppe	174
4.2.2	Zwei Ansätze – Werben und Suchen	175
4.2.3	#Sourcing besteht nicht nur aus der Suche	176
4.2.4	Wer sind eigentlich Sem und Seo?	181
4.2.5	Content-Strategien	183
4.2.6	Ein Bild sagt mehr als 1.000 Worte	186
4.3	Die wichtigsten Social-Media-Kanäle	187
4.3.1	Xing und LinkedIn	189
4.3.2	Facebook	194
4.3.3	Twitter	198
4.3.4	YouTube und #Vine	203
4.3.5	Der Blog	207
4.3.6	Weitere ausgewählte Kanäle	210
4.4	Ein Blick in die Zukunft	213
5	Recruiting in Europa	219
5.1	Europäischer Arbeitsmarkt	219
5.2	Europäisches Recruiting	222
5.3	Operatives Recruiting	225
5.4	Integration ausländischer Mitarbeiter	229
5.4.1	Willkommenskultur	230
5.4.2	Interkulturelle Kompetenz	232

6	Die Welt der Kennzahlen	235
6.1	Woher kam der Bewerber?	235
6.1.1	Online-Bewerbung aus dem Netz	236
6.1.2	Offline – alternative Bewerbungsmethoden	239
6.2	Wie war der Verlauf der Bewerbung innerhalb des Unternehmens?	240
6.3	Wie hat der Bewerber gesucht?	242
6.4	Social Media Monitoring	243
6.4.1	Wir im Social Web – Screening	243
6.4.2	Unsere Wirkung im Social Web – Messung	244
6.5	Arbeitgebrerrankings – wohin das Auge schaut	245
7	Der Recruiter next Generation	247
7.1	Der Recruiter: ein komplexes vollwertiges Berufsfeld	247
7.2	Die Kerngebiete, an denen wir arbeiten müssen	248
7.3	Die 7 Themengebiete im Detail	250
7.3.1	Kommunikation	250
7.3.2	Technik und Gadgets	252
7.3.3	Zeit-, Selbst- und Onlinereputationsmanagement	253
7.3.4	Soziale Netzwerke	254
7.3.5	Innovation und Kreativität	255
7.3.6	Repräsentation	255
7.3.7	Navigation durch das Unternehmen	256
7.4	Das Schulungskonzept	256
8	Der Ausblick	259
9	#Glossar	263
10	Anhang: HR-Blogs in Deutschland	271
11	Literaturverzeichnis	275
12	Stichwortverzeichnis	279
	Die Autoren	281