

Inhaltsverzeichnis

1. Die Virtualisierung des Human-Resources-Management ..	1
1.1 Human-Resources-Management & Information-Resources-Management	1
1.2 Das ganzheitliche HRM-Modell	2
1.3 Digitalisierungstendenzen bei den HRM-Funktionen	4
2. E-Recruitment	10
2.1 Traditionelle Personalbeschaffung	11
2.2 Theorie von Arbeitskraft-Anbietern und Arbeitskraft-Nachfragern	12
2.3 E-Recruitment / Online Recruiting	17
2.4 Der Personalbeschaffungsprozess	18
3. Jobbörsen verändern die Personalbeschaffung	24
3.1 Der Markt	24
3.2 Die Marktteilnehmer	25
3.3 Jobbörsen im World Wide Web	36
3.4 Branchen-Spezialisierung von Jobbörsen im World Wide Web	38
3.5 Die Leistungsfähigkeit von Jobbörsen im Netz der Netze	41
3.5.1 Formale Anforderungen	41
3.5.2 Kern- und Basisleistungen	45
3.5.3 Zusatzleistungen	55
3.5.4 Serviceleistungen	69
3.6 Exkurs: Die Recherchefunktionalität als Erfolgsfaktor jeder Jobbörse	80
3.6.1 Suchstrategien: Von Katalogen bis Search Bots ..	80
3.6.2 Such- und Recherchearten in Jobbörsen	83
3.7 Das Arbeitsamt und seine Leistungsfähigkeit im Netz ..	87
3.8 Ausbildungsplatz- / Lehrstellenbörsen	90
3.9 uni-gateway: Akademiker-Jobbörse und Alumni Circle ..	92
3.9.1 Das Konzept	92
3.9.2 Die bisherige Umsetzung	99
3.9.3 Die Einbindung in die internationale Hochschul- und Unternehmenslandschaft	100
3.9.4 Die komparativen Vorteile	100
3.10 Die »ideale« Jobbörse für Unternehmen	101
3.10.1 Effektive und effiziente Auswahl von Jobbörsen ..	106

3.10.2	Wie unterscheidet der Recruiter die Guten von den Schlechten?	110
3.10.3	Parallelschaltung und Mehrfachnutzung von Jobbörsen	114
3.10.4	Preismodelle und Mengenrabatte	115
3.10.5	Von PageImpressions bis zur Tausender Kontakt-rate. Kennzahlen die der Recruiter kennen sollte .	117
4.	Die digitale Personalbeschaffung	122
4.1	Die digitale Stellenanzeige	122
4.1.1	Traditionelle Stellenanzeigen versus Online-Anzeigen	123
4.1.2	Komponenten und Struktur einer Online-Anzeige	126
4.1.3	Schaltung von Online-Anzeigen	127
4.1.4	Optimierung des Personalmarketings	135
4.2	Die Online-Bewerbung	135
4.3	Der Prozess der Online-Bewerbung (<i>am Beispiel von monster.de</i>)	138
4.4	Bewerbungs-Controlling (<i>am Beispiel von monster.de</i>) ..	139
4.5	Erst-Sichtung oder das Bewerber-Screening (<i>am Beispiel von monster.de</i>)	142
4.6	Response-Management (<i>am Beispiel von monster.de</i>) ..	145
4.7	Workflow-Management (<i>am Beispiel von monster.de</i>) ..	148
4.8	Digitales Interview	151
4.9	Lebenslauf-Datenbanken-Recherche, eine echte Alternative (<i>am Beispiel von monster.de</i>)	151
5.	Praxisbericht: E-Recruiting in der GenoPersonalConsult GmbH	156
5.1	Ausgangssituation	156
5.2	Rahmenbedingungen und Auswahl des Suchweges	157
5.3	Umsetzungsschritte	157
5.4	Erfahrungen mit dem E-Recruiting	161
5.4.1	Vorteilhafte Aspekte	162
5.4.2	Kritische Aspekte	165
5.5	Fazit	166
6.	Die Unternehmens- bzw. eigene HRM- Homepage als Instrument der Personalbeschaffung	168
6.1	Formale Anforderungen an eine HRM-Homepage	169
6.1.1	Zugang zur Unternehmens-/HRM-Site	170
6.1.2	Layout und Navigation	171

6.1.3	Mehrsprachigkeit	172
6.1.4	Kontaktmöglichkeit	173
6.1.5	Aktualität	174
6.1.6	Datenschutz	174
6.2	Basiselemente einer HRM-Homepage	175
6.2.1	Zielgruppenspezifische Ansprache	175
6.2.2	Offerten und Stellenangebote	177
6.2.3	Stellenbezogene Informationen	185
6.2.4	Unternehmensinformationen	187
6.2.5	Bewerbungsmöglichkeiten	190
6.3	Zusatzelemente einer HRM-Homepage	192
6.3.1	Initiativ-Bewerbungen	193
6.3.2	HR-Info-Base	194
6.3.3	Personalentwicklung	195
6.3.3.1	Ausbildung	196
6.3.3.2	Weiterbildung	197
6.3.3.3	Spezielle Programme	199
6.3.4	Personalisierung	199
6.4	Serviceelemente einer HRM-Homepage	199
6.4.1	Jobagent mit Mail-Funktion	199
6.4.2	Eignungs- und Orientierungstests	200
6.4.3	Erweiterte Kommunikationsmöglichkeiten	200
6.4.4	Bewerber-Informationen	201
6.4.5	Veranstaltungskalender	202
6.4.6	Downloadmöglichkeiten	202
6.4.7	Feedback	203
6.4.8	Weitere Serviceelemente	205
6.5	Checkliste: Die optimale HRM-Homepage	206
7.	Online-Spiele – Innovatives Recruiting-Instrument	212
7.1	Beispielhafte Auswahl von Online-Spielen	212
7.1.1	Siemens – »Challenge Unlimited«	212
7.1.2	Cyquest – »Erfolg-Reich-Spiel«, »Karrierejagd durchs Netz«	213
7.1.3	CSC Ploenzke – »Mission Xtelligence«	214
7.1.4	Commerzbank – »Hotstaff«	215
7.1.5	Take it – »Play4Job«	216
7.1.6	WISO und KfW-Bank – »Schloss Lerchenberg« ..	216
7.1.7	Kategorisierung der Online-Spiele	217
7.2	Die Notwendigkeit und Funktionsweise von Online-Spielen	219

7.2.1	Die Zielsetzung der Unternehmen für den Einsatz eines innovativen Recruiting-Instruments	220
7.2.2	Die Motivation der Zielgruppen zur Teilnahme an Online-Spielen	221
7.2.3	Leistungskomponenten der Online-Spiele	223
7.3	Mögliche Grenzen der Online-Spiele	225
7.4	Von der Innovation zur Akzeptanz: Die Zukunft der Online-Spiele	227
8.	Traineeprogramme im Netz	230
8.1	Allgemeine Anforderungen an die Internet-Präsentation . .	233
8.2	Informationsangebot	234
8.2.1	Anforderungs- und Kompetenzprofil	234
8.2.2	Programmtyp mit Beschreibung	236
8.2.3	Lehr- / Lernformen	236
8.2.4	Ausbildungsorte	237
8.2.5	Steuerung und Kontrolle	237
8.2.6	Zielposition	237
8.2.7	Laufzeit / Dauer	238
8.2.8	Anzahl der Teilnehmer	238
8.2.9	Bewerbungstermine	238
8.2.10	Verdienstmöglichkeiten	239
8.2.11	Auswahlverfahren	239
8.3	Zusatz- und Serviceleistungen	240
8.4	Checkliste für die Internet-Präsentation	242
8.5	Unternehmen, die Traineeprogramme im Netz veröffentlichen	243
9.	Zeitarbeitsfirmen im Netz	246
10.	E-Recruitment: Das digitale Evangelium oder die Apokalypse?	252
10.1	Das Zukunfts-Szenario »E-Recruitment«	252
10.2	Jobbörsen 2010 plus	257
10.3	Personalberatung, quo vadis?	262
	Literatur- und Internetquellen	265
	Jobbörsen	271
	Unternehmen / Institutionen	273