

Inhaltsverzeichnis

Vorwort zur zweiten Auflage	V
1 Einleitung zur zweiten Auflage	1
2 Grundlagen	7
2.1 Fachkräftemangel – War for Talents	8
2.2 Der Arbeitsmarkt	17
2.2.1 Teilarbeitsmärkte	19
2.2.2 Dynamik im Arbeitsmarkt	21
2.3 Recruiting – ein professioneller Ansatz	23
2.3.1 Ansätze und Modelle	23
2.3.2 Zielgruppenbestimmung	30
2.4 Abgrenzung zu anderen Disziplinen	43
2.4.1 Employer Branding	47
2.4.2 HR-Marketing	52
2.5 Digitalisierung	58
2.6 Begriffliche Einordnung im Kontext Recruiting	60
2.7 Digitale Recruiting Transformation	61
2.7.1 Übungen zur Erlangung digitaler Fitness	62
2.7.2 Daten im Überfluss und ihre intelligente Nutzung	64
3 Recruiting planen und gestalten	69
3.1 Bedarfsplanung und Bedarfsanalyse	70
3.1.1 Bedarfsplanung	71
3.1.2 Bedarfsanalyse und Zielgruppenbestimmung	77
3.2 Der Recruiting-Prozess	81
3.2.1 Die mittelfristige Personalplanung	82
3.2.2 Die jährliche Personalplanung	84
3.2.3 Die Prozessschritte	85
3.3 Positionieren der Arbeitgebermarke	92
3.4 Die Vakanz	99
3.4.1 Das Anforderungsprofil	102
3.4.2 Die Stellenausschreibung	105
3.5 HR-Marketing	117
3.5.1 Grundsätzliche Überlegungen	118
3.5.2 Zielgruppenanalyse	120
3.5.3 Das Konzept steht – und nun?	123

3.6	Recruiting Tools	125
3.6.1	Die Karrierewebseite	125
3.6.2	Jobbörsen und Jobsuchmaschinen	136
3.6.3	Anzeigen in Printmedien	144
3.6.4	Messen	148
3.6.5	Arbeitgeberbewertungsportale	154
3.6.6	Social Media	156
3.6.7	Andere Ansätze: Whatchado und Talentcube	160
3.6.8	Einsatz von Software und Tools	162
3.6.9	Crossmedial	168
3.7	Touchpoints im Bewerbungsprozess	171
3.7.1	Kandidatenerleben – Candidate Experience	175
3.7.2	Bewerberkommunikation	181
3.8	Bewerber auswählen	186
3.8.1	Der Matching-Prozess	188
3.8.2	Die Vorauswahl	194
3.8.3	Das Interview	201
3.8.4	Assessment-Center	215
3.8.5	Weitere Testverfahren	219
3.9	Bewerber einstellen	223
3.9.1	Das Onboarding	224
3.9.2	Talentmanagement	229
4	Social Recruiting	235
4.1	Web 2.0 / Web 3.0 und das Social Web	236
4.2	Die Verwendung von Social Media im Recruiting	244
4.2.1	Die Zielgruppe	245
4.2.2	Zwei Ansätze – werben und suchen	246
4.2.3	Content-Strategien	248
4.2.4	Ein Bild sagt mehr als 1.000 Worte – ein Video auch!	251
4.3	Die wichtigsten Social-Media-Kanäle	254
4.3.1	Xing und LinkedIn	258
4.3.2	Facebook	263
4.3.3	Twitter	269
4.3.4	YouTube	274
4.3.5	Instagram	278
4.3.6	Snapchat	280
4.3.7	Musical.ly	283
4.3.8	Der Blog	284
4.3.9	Weitere ausgewählte Kanäle	287
4.4	Sourcing	289
4.5	Digitales Recruiting	296
4.5.1	Smart Recruiting	297
4.5.2	Taylor-made Recruiting	298

4.5.3	Augmented Recruiting	301
4.6	Die neue Kommunikation	302
4.7	Ein Blick in die Zukunft	303
5	Recruiting in Europa	309
5.1	Europäischer Arbeitsmarkt	309
5.2	Europäisches Recruiting	312
5.3	Operatives Recruiting	315
5.3.1	Schritt 1: Ausschreibung und Schritt 2: Ansprache	315
5.3.2	Schritt 3: Screening und Schritt 4: Auswahl	318
5.3.3	Schritt 5: Vertrag	319
5.4	Integration ausländischer Mitarbeiter	319
5.4.1	Willkommenskultur	320
5.4.2	Interkulturelle Kompetenz	323
6	Die Welt der Kennzahlen	327
6.1	Woher kam der Bewerber?	328
6.1.1	Online – Bewerbung aus dem Netz	328
6.1.2	Offline – alternative Bewerbungsmethoden	331
6.2	Wie war der Verlauf der Bewerbung innerhalb des Unternehmens?	332
6.3	Wie hat der Bewerber gesucht?	335
6.4	Social-Media-Monitoring	336
6.4.1	Wir im Social Web – Screening	336
6.4.2	Unsere Wirkung im Social Web	337
6.5	Smart Data	338
6.6	Arbeitgeberrankings – wohin das Auge schaut	340
7	Der Recruiter	343
7.1	Der Recruiter – ein komplexes, vollwertiges Berufsfeld	344
7.2	Recruiter Next Generation (Augmented Recruiter)	345
7.2.1	Die Kerngebiete, an denen wir arbeiten müssen	346
7.2.2	Die sieben Themengebiete im Detail	347
7.3	Das Schulungskonzept	355
8	Ausblick	359
	Glossar	365
	Literaturverzeichnis	373
	Blog-Liste	379
	Stichwortverzeichnis	385
	Die Autoren	389