

# Inhaltsverzeichnis

---

1	<b>Grundlagen und Einführung</b> .....	1
1.1	Einführung – der Rahmen .....	2
1.2	Personalmarketing .....	9
	Literatur .....	25
2	<b>Maßnahmenpaket Personalmarketing</b> .....	29
2.1	Einführung .....	30
2.2	Stellen-/Imageanzeigen .....	32
2.3	Messen & Inhouse-Events .....	36
2.4	Microsite .....	44
2.5	Social-Media-Targeting .....	49
2.6	Plakatwerbung .....	52
2.7	Verkehrswerbung .....	56
2.8	Bewegt看ld .....	59
2.9	Radiowerbung .....	63
2.10	Postmailings .....	64
2.11	Prämienmodelle .....	66
	Literatur .....	67
3	<b>Personalmarketing implementieren – aus dem Alltag einer Klinikpflegedienstleitung</b> .....	69
3.1	„Und plötzlich ist kein Personal da“ .....	70
3.2	Theorie und Praxis .....	72
3.3	Typische Fehlerquellen .....	75
3.4	Kriterien eines effektiven Recruitings .....	75
	Literatur .....	84
4	<b>Einsatz von crossmedialen Kampagnen</b> .....	85
4.1	Definition einer Kampagne .....	86
4.2	Kampagnenkonzeption und -führung .....	87
4.3	Internationale Personalmarketingkampagnen .....	95
4.4	Personalmarketingkampagne am Beispiel der Uniklinik RWTH Aachen .....	96
	Literatur .....	101

5	<b>Controlling und Effizienznachweis</b> .....	103
5.1	<b>Controlling vor, während und nach dem Recruiting</b> .....	104
5.2	<b>Budget- und Mittelverwaltung (während der Kampagne)</b> .....	109
5.3	<b>Kennzahlen (nach der Kampagne)</b> .....	110
5.4	<b>Evaluationsmaßnahmen</b> .....	117
	<b>Literatur</b> .....	129
	 <b>Serviceteil</b>	
	Sachverzeichnis .....	131