

Inhaltsverzeichnis

Vorwort zur dritten Auflage	5
1 Einleitung zur dritten Auflage	11
2 Grundlagen	19
2.1 Fachkräftemangel – War for Talents	20
2.2 Der Arbeitsmarkt	29
2.2.1 Teilarbeitsmärkte	30
2.2.2 Dynamik im Arbeitsmarkt	33
2.3 Recruiting – ein professioneller Ansatz	35
2.3.1 Ansätze und Modelle	36
2.3.2 Zielgruppenbestimmung	48
2.4 Abgrenzung zu anderen Disziplinen	64
2.4.1 Employer Branding	68
2.4.2 HR-Marketing	74
2.5 Digitalisierung	80
2.6 Begriffliche Einordnung im Kontext Recruiting	83
2.7 Digitale Recruiting-Transformation	86
2.7.1 Technologischer Fortschritt	90
2.7.1.1 Daten im Überfluss – Big Data, der große Helfer	91
3 Recruiting planen und gestalten	97
3.1 Bedarfsplanung und Bedarfsanalyse	98
3.1.1 Bedarfsplanung	99
3.1.1.1 Bruttonpersonalbedarf	102
3.1.1.2 Personalbestandsplanung	104
3.1.1.3 Nettopersonalbedarf	104
3.1.2 Bedarfsanalyse und Zielgruppenbestimmung	106
3.2 Der Recruiting-Prozess	110
3.2.1 Die mittelfristige Personalplanung	111
3.2.2 Die jährliche Personalplanung	113
3.2.3 Die Prozessschritte	114
3.3 Positionieren der Arbeitgebermarke	123
3.4 Die Vakanz	132
3.4.1 Das Anforderungsprofil	135
3.4.2 Die Stellenausschreibung	139
3.4.2.1 Imagetext und Arbeitgebervorstellung	141
3.4.2.2 Titel der Stelle	142

3.4.2.3	Aufgaben	143
3.4.2.4	Anforderungen	143
3.4.2.5	Angebot	144
3.4.2.6	Weitere Informationen	145
3.4.2.7	Print-Stellenausschreibungen	147
3.4.2.8	Online-Stellenausschreibungen	148
3.4.2.9	Weitere Tools bei Stellenausschreibungen	153
3.5	HR-Marketing	155
3.5.1	Grundsätzliche Überlegungen	156
3.5.2	Zielgruppenanalyse	158
3.5.3	Das Konzept steht – und nun?	160
3.6	Recruiting Tools	163
3.6.1	Die Karrierewebsite	163
3.6.1.1	Inhaltliche Überlegungen	165
3.6.1.2	Layout und technische Anforderungen einer Stellenbörse	169
3.6.1.3	Strategische Dimension	172
3.6.1.4	Dein Quickcheck für deine Karrierewebseite	172
3.6.2	Jobbörsen und Jobsuchmaschinen	176
3.6.2.1	Klassifizierung von Jobbörsen	176
3.6.2.2	Angebote von Jobbörsen und Jobsuchmaschinen	180
3.6.2.3	Eingesetzte Methoden und Verfahren	181
3.6.2.4	Neue Tools für den Recruiting-Markt	184
3.6.3	Anzeigen in Printmedien	186
3.6.4	Messen	189
3.6.4.1	Vorbereitung	192
3.6.4.2	Die Messe-Veranstaltung	194
3.6.4.3	Nachbereitung	195
3.6.5	Arbeitgeberbewertungsportale	197
3.6.6	Social Media	199
3.6.7	Andere Ansätze: Whatchado und Phenom	204
3.6.8	Einsatz von Software und Tools	207
3.6.9	Crossmedial	213
3.7	Touchpoints im Bewerbungsprozess	217
3.7.1	Kandidatenerleben – Candidate Experience	220
3.7.2	Bewerberkommunikation	227
3.8	Bewerber auswählen	233
3.8.1	Der Matching-Prozess	234
3.8.2	Die Vorauswahl	242
3.8.3	Das Interview	250
3.8.3.1	Vorbereitung des Interviews	254
3.8.3.2	Durchführung des Interviews	256

3.8.3.3	Fragetechniken	260
3.8.3.4	Nachbereitung	263
3.8.4	Assessment-Center	265
3.8.5	Weitere Testverfahren	269
3.9	Bewerber einstellen	274
3.9.1	Das Onboarding	274
3.9.2	Talentmanagement	279
4	Social Recruiting	285
4.1	Web 2.0/Web 3.0 und das Social Web	287
4.2	Die Verwendung von Social Media im Recruiting	294
4.2.1	Die Zielgruppe	296
4.2.2	Zwei Ansätze – werben und suchen	298
4.2.3	Content-Strategien	299
4.2.4	Ein Bild sagt mehr als 1.000 Worte – ein Video auch!	306
4.3	Die wichtigsten Social-Media-Kanäle	309
4.3.1	Die Business-Netzwerke Xing und LinkedIn	311
4.3.2	TikTok	317
4.3.3	X (ehemals Twitter)	320
4.3.4	YouTube	322
4.3.5	Instagram/Threads/Reels	327
4.3.6	Snapchat	329
4.3.7	Der Blog	331
4.3.8	Der Podcast	334
4.3.9	Weitere ausgewählte Kanäle	336
4.3.9.1	WhatsApp/Messenger	336
4.3.9.2	Pinterest	336
4.4	Sourcing	337
4.5	Digitales Recruiting	345
4.5.1	Smart Recruiting	346
4.5.2	Taylor-made Recruiting	347
4.5.3	Augmented Recruiting	351
4.6	Die neue Kommunikation	352
4.7	Ein Blick in die Trends, die eigentlich keine mehr sind	352
5	Talent Intelligence	357
5.1	TI im Employer Branding	358
5.2	TI im HR-Marketing	360
5.3	TI im Recruiting	361

5.4	Die Welt der Kennzahlen	363
5.4.1	Woher kam der Bewerber?	364
5.4.1.1	Online-Bewerbung	365
5.4.1.2	Offline – Alternative Bewerbungsmethoden	368
5.4.2	Wie war der Verlauf der Bewerbung innerhalb des Unternehmens	369
5.4.3	Wie hat der Bewerber gesucht?	372
5.4.4	Social Media Monitoring	373
5.4.4.1	Wir im Social Web Screening	373
5.4.4.2	Unsere Wirkung im Social Web	374
5.4.5	Smart Data	375
5.4.6	Arbeitgeber Rankings – wohin das Auge schaut	377
6	Der Recruiter und die künstliche Intelligenz	381
6.1	Ist jetzt schon wieder etwas anders? Der neue Recruiter	382
6.2	Der Augmented Recruiter	383
6.2.1	Die Kerngebiete, an denen wir arbeiten müssen	384
6.2.2	Die acht Themengebiete im Detail	385
6.2.2.1	Kommunikation	386
6.2.2.2	Technik und Gadgets	387
6.2.2.3	Zeit-, Selbst- und Online-Reputationsmanagement	389
6.2.2.4	Soziale Netzwerke	390
6.2.2.5	Innovation und Kreativität	391
6.2.2.6	Repräsentation	392
6.2.2.7	Navigation durch das Unternehmen	392
6.2.2.8	Prompten	393
7	Ausblick	397
	Glossar	403
	Literaturverzeichnis	411
	Podcast-Liste	419
	Stichwortverzeichnis	425
	Die Autoren	435