

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einleitung</b> .....	1
	Literatur.....	2
<b>2</b>	<b>Die Interviewpartner und ihre IT-Unternehmen</b> .....	3
<b>3</b>	<b>Never Change a Running System?</b> .....	7
3.1	Allheilmittel Headhunter? .....	7
3.2	Warum arbeiten Sie mit Personalberatern? .....	9
3.3	Was erwarten Sie von der Zusammenarbeit mit Headhuntern? ....	10
	Literatur.....	13
<b>4</b>	<b>The Perfect (Mis)Match</b> .....	15
4.1	Typischer (Mis)Match bei der Bewerberauswahl.....	15
4.2	Der falsche Freund oder: „Sprechen wir vom selben Level?“ .....	18
4.3	Welche Aussagekraft haben Stellenanzeigen? .....	19
4.4	Wie sieht der ideale Mitarbeiter aus?.....	22
4.4.1	Der Unternehmer im Unternehmen .....	22
4.4.2	Lieber angepasst als selbstbewusst?.....	22
4.4.3	Change Management erforderlich .....	23
4.5	„Magic Moment“: Die richtigen Leute zum richtigen Zeitpunkt finden! .....	24
	Literatur.....	26
<b>5</b>	<b>Recruiting-Strategien von Start-ups</b> .....	27
5.1	Was macht Start-ups so attraktiv? .....	27
5.1.1	Aufbau vor Struktur .....	27
5.1.2	Recruitainment: Talentsuche mit Spaßfaktor .....	28

---

5.1.3	Social und Mobile Recruiting. . . . .	28
5.1.4	Start-up-Recruiting ist Chefsache . . . . .	29
5.2	Welche Recruiting-Strategien können wir von Start-ups übernehmen? . . . . .	30
5.3	Warum sind Start-ups bei Bewerbern so beliebt? . . . . .	34
	Literatur. . . . .	38
<b>6</b>	<b>Employer Branding für IT-Unternehmen. . . . .</b>	<b>39</b>
6.1	Employer Branding als wichtigster Trend . . . . .	39
6.1.1	Unternehmen schummeln bei der Selbstdarstellung . . . . .	40
6.1.2	Arbeitgeber müssen wahre Geschichten erzählen . . . . .	41
6.1.3	Authentisch und professionell ist kein Widerspruch . . . . .	41
6.2	Wie erweitern Sie Ihre Arbeitgeber-Attraktivität? . . . . .	42
6.2.1	Image des Unternehmens . . . . .	43
6.2.2	Mitarbeiter-Motivation durch soziales Engagement . . . . .	45
6.2.3	Schrittweise zum attraktiven Arbeitgeber. . . . .	45
6.2.4	Sie brauchen ein klares Profil. . . . .	46
6.3	Ihre Mitarbeiter sind die besten Botschafter und Headhunter . . . . .	48
6.3.1	Das Ambassador-Prinzip . . . . .	48
6.3.2	Mitarbeiter werben Mitarbeiter . . . . .	51
6.3.3	Software-gestützte Empfehlungen . . . . .	51
6.3.4	Gute Mitarbeiter ziehen Bewerber an. . . . .	52
6.4	Content Marketing im Recruiting . . . . .	53
	Literatur. . . . .	57
<b>7</b>	<b>Was Mitarbeiter wirklich wollen: Die Hype-Strategie. . . . .</b>	<b>59</b>
7.1	Geben Sie Ihren Mitarbeitern größtmögliche Eigenverantwortung! . . . . .	64
7.2	Kommunizieren Sie ehrlich und direkt! . . . . .	69
7.3	Setzen Sie Ihre Mitarbeiter nach ihren individuellen Stärken und Vorlieben ein! . . . . .	72
7.4	Machen Sie deutlich, wofür Ihr Unternehmen steht: Sie brauchen ein klares Profil! . . . . .	82
7.5	Unterstützen Sie Ihre Mitarbeiter bei der Selbstverwirklichung! . . . . .	87
7.6	Weg mit Bürokratie und Hierarchien! . . . . .	93
	Literatur. . . . .	98

---

<b>8</b>	<b>Mitarbeiterbindung wirkt sich positiv auf den Unternehmenserfolg aus</b>	<b>99</b>
8.1	Führungskräften fehlt es an Reflexionsbereitschaft	100
8.2	Starke Einbußen für die Wirtschaft	100
	Literatur	100
<b>9</b>	<b>Schlusswort: Quo vadis, HR? oder: Wie schaffe ich ein kulturbasiertes Recruiting?</b>	<b>101</b>
9.1	Stellen Sie Herkömmliches mutig infrage – jedoch nicht gedankenlos alles!	101
9.2	Sie brauchen Management-Attention!	102
9.3	Reden Sie nicht nur über neue Prozesse – handeln Sie!	102
9.4	Wirken Sie als Vorbild!	103
9.5	HR-Modell „Dynamic Work System“	103