

1	Personalgewinnung	1
1.1	Basis der Personalgewinnung: Die Passung zwischen Person und Tätigkeit	2
1.1.1	Passung durch Personalgewinnung	8
1.1.2	Passung durch Personalentwicklung	9
1.1.3	Passung durch Arbeitsgestaltung	9
1.2	Der Personalauswahlprozess	11
1.3	Die Bedeutung der Candidate Experience	15
	Literatur	21
2	Personalmarketing und Employer Branding	25
2.1	Internes versus externes Personalmarketing	27
2.2	Attraktivitätsfaktoren	29
2.3	Employer Branding – Basis des externen Personalmarketings	39
2.4	Offline-Personalmarketing	47
2.5	Online-Personalmarketing	54
2.5.1	Die Karriere-Webseite	55
2.5.2	Die mobile Karriere-Webseite	56
2.5.3	Personalmarketing-Videos	58
2.5.4	Publicity, Mundpropaganda, Arbeitgeberrankings und Arbeitgeberbewertungsportale	59
2.5.5	Self-Assessments	61
2.6	Über den Schaden und den Nutzen von Personalmarketing	62
	Literatur	65
3	Personalauswahl	69
3.1	Klassifikation und Professionalisierung in der Eignungsdiagnostik	71
3.1.1	Klassifikation eignungsdiagnostischer Verfahren	73
3.1.2	DIN 33430: Professionalisierung eignungsdiagnostischer Entscheidungen	77

3.2	Biografieorientierte Verfahren	79
3.2.1	Die Bewerbungsunterlage	79
3.2.2	Das Einstellungsinterview (Bewerbungsgespräch)	90
3.3	Konstruktorientierte Verfahren	100
3.3.1	Leistungstests	104
3.3.2	Persönlichkeitsorientierte Tests/Fragebögen	109
3.4	Simulationsorientierte Verfahren	112
3.4.1	Die Arbeitsprobe	113
3.4.2	Die Postkorbübung	116
3.4.3	Die Präsentation	117
3.4.4	Rollenspiel, Situational Judgement Test und Gruppendiskussion.	118
3.4.5	Fallstudien und Computersimulationen	121
3.4.6	Assessment-Center-Verfahren	124
3.5	Unseriöse und unzureichend evaluierte Verfahren	134
3.5.1	Unseriöse Verfahren	134
3.5.2	Kontrovers diskutierte und unzureichend evaluierte Verfahren	139
	Literatur	147
4	Qualität der Personalgewinnung	155
4.1	Gütekriterien eignungsdiagnostischer Verfahren	155
4.1.1	Objektivität	156
4.1.2	Reliabilität	156
4.1.3	Validität	157
4.1.4	Testfairness und Normierung	162
4.1.5	Ökonomie und Einsatzbreite	163
4.1.6	Akzeptanz (Soziale Validität)	163
4.2	Systematische Validierung eignungsdiagnostischer Instrumente	168
4.3	Metaanalytische Untersuchungen zur prognostischen Validität eignungsdiagnostischer Instrumente	170
4.4	Soziale Erwünschtheit, Impression Management, Faking	180
4.5	Mögliche Gründe für methodische Defizite im Bereich der Personalauswahl	188
4.6	Prognostische Validität ist nicht alles: Zum Zusammenhang von Selbstauswahl und Fremdauswahl	191
	Literatur	202
5	Recrutainment	209
5.1	E-Recruiting	209
5.2	Gamification und Recrutainment – Eine Grobstruktur	218
5.3	Recrutainment – Ein Modethema?	222
5.3.1	Technologische Veränderungen als Treiber von Recrutainment	224
5.3.2	Veränderte Erwartungen der Zielgruppe als Treiber von Recrutainment	225

5.4	Ziele von Recrutainment im Personalmarketing	227
5.5	Ziele von Recrutainment in der Personalauswahl	228
5.6	Recrutainment – Eine Feinstruktur	230
	Literatur	237
6	Offline-Recrutainment	241
	Literatur	253
7	Self-Assessments	255
7.1	Recruiting-Games: Spielerisch simulative Praktika für den Person-job fit	260
7.1.1	Beispiel 1: <i>DAK – Ich und meine Zukunft</i>	261
7.1.2	Beispiel 2: <i>Der PwC-Jobmatcher</i>	264
7.1.3	Beispiel 3: <i>Der GameChanger des Klinikums Dortmund</i>	267
7.1.4	Beispiel 4: <i>Die Online-Praktika von Deloitte</i>	269
7.1.5	Beispiel 5: <i>Commerzbank – Probier Dich aus!</i>	272
7.1.6	Beispiel 6: <i>Die P&C-Praxis-Checks</i>	273
7.1.7	Beispiel 7: <i>Die Lidl Berufs-Checks</i>	277
7.1.8	Beispiel 8: <i>C!You – start-learning@hamburg</i>	282
7.1.9	Beispiel 9: <i>Marriott International – MyMarriot</i>	286
7.1.10	Beispiel 10: <i>Helvetia – The Game: Mission Kundenberatung</i>	289
7.2	Matcher: Spielerisch-simulative Selbsttests für den Person-job fit	292
7.2.1	Beispiel 1: <i>Der Karrierematcher der Telekom</i>	294
7.2.2	Beispiel 2: <i>Der EDEKA-Jobmatcher</i>	297
7.2.3	Beispiel 3: <i>Der BVG-Ausbildungsmatcher</i>	300
7.2.4	Beispiel 4: <i>Der KNAST-O-MAT</i>	303
7.2.5	Beispiel 5: <i>Bundesagentur für Arbeit – Der WhatsMeBot</i>	305
7.2.6	Beispiel 6: <i>Das Handwerk – Der Berufe-Checker</i>	307
7.2.7	Beispiel 7: <i>Die chemische Industrie – ElVi's Ausbildungsfinder</i> ..	310
7.2.8	Beispiel 8: <i>Heineken – Virtuelles Jobinterview Go Places</i>	313
7.3	Recruiting-Games und Matcher für den Person-organization fit	315
7.3.1	Beispiel 1: <i>METRO – Der Principles Matcher</i>	317
7.3.2	Beispiel 2: <i>CYQUEST – Der KulturMatcher</i>	320
7.4	Fazit zu Self-Assessments	325
	Literatur	326
8	Online-Assessments	331
8.1	Entwicklung und Verbreitung von Online-Assessments	334
8.2	Nutzen und Gefahren von Online-Assessments	337
8.3	Online-Assessments im Recrutainment-Format	343
8.4	Game-Based-Assessment	349
8.4.1	Spiele als Vehikel – Video-Games	350
8.4.2	Spiele als psychometrische Tests – Psychometric-Games	356
8.4.3	Fazit zu Game-Based-Assessments – Empirische Befundlage	362

8.5	Gamified-Assessment	366
8.5.1	Surreal-Gamified-Assessment	367
8.5.2	Serious-Gamified-Assessment	372
8.5.3	Fazit zu Gamified-Assessments – Empirische Ergebnisse	389
	Literatur.	397
9	Die Zukunft des Recruitings	405
9.1	Veränderung der E-Recruiting-Wertschöpfungskette im Zeitverlauf	406
9.2	Machtverschiebung in Richtung der Bewerbenden und ein neues Recruiting-Paradigma	408
9.3	Personalauswahl beginnt bei (potenziellen) Bewerbenden – die zunehmende Bedeutung der Selbstselektion	410
9.4	Zunehmende Personalisierung – in der Kommunikation und der Gestaltung der Arbeitsmodelle	411
9.5	Die abnehmende Bedeutung vergangenheitsbezogener Merkmale und die zunehmende Bedeutung von Potenzial	414
9.6	Matching, Data Driven Recruiting und künstliche Intelligenz	417
9.7	Eine „neue“ Menschlichkeit?	420
9.8	Von Mensch zu Mensch, aber doch nicht kohlenstofflich ... Das Metaversum	422
	Literatur	425