

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	7
1 Ausgangslage: Mangel an qualifizierten Arbeitskräften	9
1.1 Verschiedene Erklärungsversuche	9
1.2 Demographischer Wandel	10
1.3 Ausbildungsmisere	11
1.4 Aus- und Abwanderung („Brain Drain“)	12
1.5 Abnehmende Loyalität zum Arbeitgeber	13
1.6 Branchenwettbewerb	14
1.7 Zusammenfassung	16
2 Verhalten der Bewerber auf dem Arbeitsmarkt	17
2.1 Erfahrene bzw. ältere Experten („Baby Boomers“)	17
2.2 Mitarbeiter im Produktivitätshoch („Generation X“)	19
2.3 Berufseinsteiger bzw. junge Professionals („Generation Y“)	20
2.4 Zusammenfassung	22
3 Quellen für die Stellenbesetzung	23
3.1 Offener Arbeitsmarkt	24
3.2 Mitarbeiter aus dem eigenen Unternehmen	24
3.3 Passiv suchende Personen	25
3.4 Zufriedene Mitarbeiter abwerben	26
3.5 Ehemalige Mitarbeiter	26
3.6 Stille Arbeitsreserve	27
3.7 Ausländische Mitarbeiter	28
3.8 Zukünftige Arbeitssuchende	29
3.9 „Umlerner“	29
3.10 Zusammenfassung	30
4 Informationsquellen für Bewerber	33
4.1 Klassische Informationsquellen für Stellenangebote	34
4.1.1 Zeitungsinserate	34
4.1.2 Plakate und Aushänge	35

4.1.3	Job- und Karriereveranstaltungen	36
4.1.4	Personalberatungen	37
4.1.5	Produkte und Dienstleistungen	39
4.1.6	Berichterstattung zum Unternehmen	40
4.1.7	Arbeitskollegen und Berufsumfeld	40
4.1.8	Familie und Freunde des Bewerbers	41
4.2	Online-Informationsquellen für Stellenangebote	42
4.2.1	Allgemeine Jobplattformen	42
4.2.2	Spezialisierte Jobplattformen	43
4.2.3	Ansprache aufgrund von Lebenslaufdatenbanken	44
4.2.4	Firmenwebseite	45
4.2.5	Soziale Netzwerke	45
4.2.6	Suchmaschinen	48
4.2.7	Ansprache aufgrund von Online-Profilen	49
4.2.8	Empfehlungen durch Bekannte	50
4.2.9	Ausblick: „kollektive“ Personaldienstleistungen	51
4.3	Online-Informationsquellen über den Arbeitgeber	52
4.3.1	Firmenwebseite	52
4.3.2	Newsletter und Pressemeldungen	53
4.3.3	Berichterstattung über das Unternehmen	54
4.3.4	Arbeitgeberbewertungen	54
4.3.5	Meinungen und Kommentare zum Unternehmen in sozialen Medien	56
4.3.6	Ergebnisse in Suchmaschinen	57
4.4	Zusammenfassung	58
5	Instrumente für ein erfolgreiches Bewerbermarketing	61
5.1	Homepage des eigenen Unternehmens	61
5.1.1	Einstieg direkt von der Hauptseite	62
5.1.2	Gestaltung des Karrierebereichs auf der Homepage	65
5.1.3	Exkurs: Der Nutzen von Arbeitgeber-Videos	70
5.2	Stelleninserate	73
5.2.1	Inserate in Printmedien	74
5.2.2	Inserate auf Jobplattformen und in Recruiting-Netzwerken	74
5.2.3	Stellenangebote auf der eigenen Homepage	78
5.2.4	Werbung für offene Stellen in Suchmaschinen und sozialen Netzwerken	79

5.3	Werbung in Suchmaschinen	80
5.4	Werbung in sozialen Netzwerken und Medien	84
5.5	Werbung innerhalb des eigenen Unternehmens	86
5.6	Empfehlungen von Kollegen	87
5.7	Vorteile eines professionellen Bewerbermanagements	89
5.8	Testverfahren für Bewerber	95
5.9	Werbemöglichkeiten im Vorstellungsgespräch	96
5.10	Aufbau eines eigenen Unternehmensnetzwerkes	97
6	Unternehmensstrategien für soziale Medien	99
6.1	Umgangsformen in sozialen Netzwerken – Was ist erlaubt, was nicht?	100
6.1.1	Geschäftliche Netzwerke	101
6.1.2	Fachliche Netzwerke	104
6.1.3	Private Netzwerke	106
6.2	Kurzfristige Werbestrategien in sozialen Netzwerken	108
6.2.1	Personen ansprechen in geschäftlichen Netzwerken	109
6.2.2	Personen finden in geschäftlichen Netzwerken	117
6.2.3	Stellen inserieren in geschäftlichen Netzwerken	122
6.2.4	Personen finden und Stellen inserieren in fachlichen Netzwerken	140
6.2.5	Werbung schalten in privaten Netzwerken	154
6.3	Langfristige Marketingstrategien in sozialen Netzwerken	166
6.3.1	Strategien in geschäftlichen Netzwerken	168
6.3.2	Strategien in fachlichen Netzwerken	178
6.3.3	Strategien in privaten Netzwerken	180
6.3.4	Aufbau eines eigenen Netzwerkes	199
6.4	Umgang mit Kommentaren zum Unternehmen in sozialen Medien	201
6.4.1	Beobachtungswerkzeuge für soziale Medien nutzen	201
6.4.2	Auf Kommentare und Meinungsäußerungen reagieren	207
7	So gehen Sie beim Bewerbermarketing vor	211
7.1	Schritt 1: Definition der Zielgruppe	213
7.2	Schritt 2: Hineinversetzen in die Wünsche und Bedürfnisse des Bewerbers	215
7.3	Schritt 3: Erarbeiten einer Botschaft der Stellenanzeige	216
7.4	Schritt 4: Identifikation von „Aufenthaltsorten“ des Bewerbers	218
7.5	Schritt 5: Auswahl der Kanäle und Medien des Bewerbers	219

7.6	Schritt 6: Analyse der Erfolgsfaktoren	220
7.7	Schritt 7: Planung langfristiger Maßnahmen	221
8	Ausblick: Die Aufgaben von Personalverantwortlichen	223
8.1	Entwicklung der Personalabteilung	223
8.2	Zentrale Aufgaben im Bewerbermarketing	225
8.3	Outsourcing von Personalprozessen	226
8.4	Ziele der Personalabteilung	227
	Stichwortverzeichnis	229
	Über den Autor	232