

<b>1</b>	<b>Einleitung</b> .....	<b>1</b>
	Wie es zu diesem Buch kam .....	1
	Für wen dieses Buch ist. ....	2
	Was Sie erwarten können .....	2
	Was Sie nicht finden werden .....	3
	Wie Sie dieses Buch lesen können .....	3
<b>2</b>	<b>Employer Branding – das Arbeitgeberimage Ihres Unternehmens</b> .....	<b>5</b>
	Ihr Auftritt im realen Leben. ....	7
	Meetups, Stammtische und andere Gelegenheiten. ....	8
	Barcamps, Unconferences, Open Spaces .....	9
	Hackathons oder Ähnliches .....	10
	Sponsoring z. B. von Open-Source-Aktivitäten. ....	10
	Jobmessen. ....	11
	Hochschulmarketing und mehr .....	12
	Ihre Präsenz im Netz .....	13
	Unternehmenswebsite .....	14
	Arbeitgeberbewertungsportale .....	21
	Social Media .....	22
	Auftritte auf anderen Plattformen. ....	27
	Reaktionen testen und messen .....	30
<b>3</b>	<b>Stellenanzeigen</b> .....	<b>31</b>
	Worauf Sie verzichten können. ....	31
	Abschreckende Beispiele. ....	31
	Superlative und Lobeshymnen auf das eigene Unternehmen .....	34
	Abstrakt beschriebene Aufgaben .....	35
	Einander widersprechende Anforderungen .....	35
	Überzogene Anforderungen .....	35
	Abstrakt beschriebene Soft Skills .....	37
	Nichtssagende Angebote voller Selbstverständlichkeiten. ....	37
	Anschreiben .....	38

Gehaltswunsch . . . . .	39
Angaben zum frühestmöglichen Arbeitsbeginn . . . . .	39
Befristung . . . . .	39
Worauf es ankommt . . . . .	39
Jobbezeichnung . . . . .	40
Informationen zu Ihrem Unternehmen . . . . .	43
Konkrete Aufgaben . . . . .	43
Realistische und schlüssige Anforderungen . . . . .	45
Konkretes und attraktives Angebot . . . . .	49
Was sonst noch wichtig ist: Sprache, Suchmaschinenoptimierung und weitere Aspekte . . . . .	58
Initiativbewerbungen . . . . .	65
Einige inspirierende Beispiele . . . . .	66
<b>4 Stellenbörsen . . . . .</b>	<b>75</b>
Jobbörsen . . . . .	75
Google Jobs . . . . .	75
Reichweite . . . . .	78
Bewertung durch Nutzer*innen . . . . .	79
Anzahl angebotener Stellen . . . . .	80
Allgemeine Jobbörsen . . . . .	81
Spezialisierte Jobbörsen – eine subjektive Auswahl . . . . .	84
Multiposting-Agenturen . . . . .	87
Jobsuchmaschinen . . . . .	87
Social-Media-Plattformen . . . . .	89
Xing . . . . .	89
LinkedIn . . . . .	93
Facebook . . . . .	94
Weitere Social-Media-Plattformen . . . . .	94
Fazit . . . . .	94
<b>5 Active Sourcing – passive Kandidat*innen erschließen . . . . .</b>	<b>97</b>
Empfehlung von Mitarbeitenden . . . . .	97
Frühere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter . . . . .	99
Frühere Bewerber*innen . . . . .	100
Bewerber*innen, denen Sie abgesagt haben . . . . .	100
Bewerber*innen, die Ihnen abgesagt haben . . . . .	100
Bewerberdatenbanken . . . . .	102
Bewerberdatenbank der Agentur für Arbeit . . . . .	102
Monster-Lebenslaufdatenbank . . . . .	103
StepStone DirectSearch Database . . . . .	103
Careerbuilder . . . . .	103
Experteer . . . . .	103
Jobleads . . . . .	103
4scotty . . . . .	104

Honeypot . . . . .	104
99talents . . . . .	105
Matching Box . . . . .	105
Boa Recruiting . . . . .	105
Talent.Io, Moberries . . . . .	105
Talentsuchmaschinen . . . . .	105
Social Media . . . . .	106
Profile finden. . . . .	107
Profile analysieren. . . . .	109
Weitere »Wasserlöcher« im Internet . . . . .	114
Fachartikel und Bücher. . . . .	114
Mailinglisten . . . . .	115
Blogs . . . . .	115
Webforen . . . . .	116
Treffpunkte im realen Leben . . . . .	120
Stammtische, Usergroups & Co. . . . .	121
Konferenzen und Tagungen . . . . .	122
»Echtes« Guerilla-Recruiting . . . . .	122
Suchen lassen? . . . . .	123
Arbeitsagentur . . . . .	123
Personalberater . . . . .	124
<b>6 Die Kontaktaufnahme . . . . .</b>	<b>127</b>
Vorbereitungen . . . . .	127
Medium . . . . .	128
Absender . . . . .	129
Betreffzeile . . . . .	129
Nachrichtentext . . . . .	130
Das Telefonat. . . . .	135
Und dann? . . . . .	138
<b>7 Bewerbungen sichten . . . . .</b>	<b>139</b>
Vorbereitungen . . . . .	139
Vorgehen . . . . .	140
Terminvereinbarung? . . . . .	142
Absagen. . . . .	144
Die Analyse im Detail . . . . .	145
Anschreiben . . . . .	145
Lebenslauf. . . . .	147
Zeugnisse . . . . .	152
Sonstige Unterlagen . . . . .	153
Was Sie nicht zu einer Absage veranlassen sollte . . . . .	153
Arbeitslosigkeit . . . . .	153
Alter . . . . .	154
Geschlecht . . . . .	155

Überqualifizierung . . . . .	156
Mängel bei Rechtschreibung und Interpunktion . . . . .	157
Floskelhafte Anschreiben, inhaltsarme Lebensläufe . . . . .	157
Fehlende formale Qualifikationen . . . . .	158
Unvollständige Unterlagen. . . . .	159
Nicht genannter Gehaltswunsch . . . . .	159
Lange Kündigungsfrist . . . . .	159
Wohnort. . . . .	160
Gute Gründe für eine Absage . . . . .	160
Offenkundige Pflichtbewerbungen . . . . .	160
Krasse Fehleinschätzungen . . . . .	161
<b>8 Interviews führen . . . . .</b>	<b>163</b>
Die Vorbereitung . . . . .	163
Wer nimmt teil? . . . . .	164
Die Durchführung. . . . .	164
Eisbrecher. . . . .	165
Relevante Informationen geben . . . . .	165
Informative Fragen stellen . . . . .	165
Überflüssige Fragen . . . . .	171
Jenseits von Frage und Antwort. . . . .	173
Die Nachbereitung . . . . .	177
Auswertung der Notizen . . . . .	177
Referenzen . . . . .	177
Check von Social-Media-Profilen und anderen Präsenzen im Web . . . . .	178
Die Entscheidung . . . . .	178
<b>9 Verhandlungen . . . . .</b>	<b>181</b>
Wie verhandeln? . . . . .	181
Das adäquate Gehalt. . . . .	182
Einflussfaktoren . . . . .	183
Variable Gehaltsbestandteile . . . . .	185
Welche Gehaltshöhe ist angemessen? . . . . .	186
Der Arbeitsvertrag. . . . .	190
Was drinstehen sollte . . . . .	191
... und was nicht in einen Arbeitsvertrag gehört. . . . .	195
<b>10 Der Start im Unternehmen. . . . .</b>	<b>199</b>
Der erste Tag. . . . .	199
Der Pate . . . . .	200
Der Einarbeitungsplan . . . . .	201
Regelmäßiges Feedback . . . . .	202
Versprechungen halten . . . . .	202
Der Performance-Improvement-Plan . . . . .	203
Abschied in der Probezeit . . . . .	204

<b>11 Mitarbeiter*innen binden und weiterentwickeln .....</b>	<b>205</b>
Ihr Selbstverständnis als Führungskraft .....	206
The Servant Leader .....	206
Vertrauen .....	206
Anerkennung und Wertschätzung .....	208
Qualitätskriterien befriedigender Arbeit .....	209
Sinn .....	209
Werte .....	210
Ziele .....	213
Die fachlichen Anforderungen .....	214
Weiterentwicklung .....	215
Informationsfluss im Unternehmen .....	218
Kommunikation .....	219
Arbeitsorganisation .....	221
Der Arbeitsplatz .....	228
Vergütung .....	230
Von der anderen Seite des Schreibtischs: Die Mitarbeiter kommen zu Wort .....	231
<b>12 Bonuskapitel: Unternehmenskultur .....</b>	<b>243</b>
Beobachtungen sammeln .....	244
Gründer*innen und Inhaber*innen .....	244
Führungskräfte .....	245
Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter .....	245
Bewerber*innen .....	246
Kundinnen, Kunden und andere externe Quellen .....	246
Was der Alltag über Ihre Unternehmenskultur aussagt .....	246
Publikationen von Ihnen und über Sie .....	247
Andere Unternehmen .....	248
Tools zur Ermittlung der Unternehmenskultur .....	249
Ergebnisse Ihrer Analyse .....	250
Die Befunde verdichten .....	252
Wertedilemma .....	253
Ihre Kultur prägnant formulieren .....	256
Testimonials und Storytelling .....	257
Fragen und Checklisten zu Ihrer Unternehmenskultur .....	258
Gründer*innen und Inhaber*innen des Unternehmens .....	258
Führungskräfte .....	258
Mitarbeiter*innen .....	259
Bewerber*innen .....	260
Kund*innen und Lieferant*innen .....	261
<b>Index .....</b>	<b>263</b>