

| | | |
|----------|--|-----------|
| 1 | Einleitung | 1 |
| | 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 |
| 2 | Employer Branding – das Arbeitgeberimage Ihres Unternehmens | 5 |
| | 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 |
| 3 | Stellenanzeigen | 31 |
| | 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 |
| | Anschieben | 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 |
| 4 Stellenbörsen | 75 |
| 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 |
| 5 Active Sourcing – passive Kandidat*innen erschließen | 97 |
| 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 |
| 6 Die Kontaktaufnahme | 127 |
| Vorbereitungen | 127 |
| Medium | 128 |
| Absender | 129 |
| Betreffzeile | 129 |
| Nachrichtentext | 130 |
| Das Telefonat. | 135 |
| Und dann? | 138 |
| 7 Bewerbungen sichten | 139 |
| 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 |
| 8 Interviews führen | 163 |
| 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 |
| 9 Verhandlungen | 181 |
| 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 |
| 10 Der Start im Unternehmen | 199 |
| 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 |

| | |
|---|------------|
| 11 Mitarbeiter*innen binden und weiterentwickeln | 205 |
| 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 |
| | |
| 12 Bonuskapitel: Unternehmenskultur | 243 |
| 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 |
| | |
| Index | 263 |