

Inhalt

Inhalt	I
Abbildungsverzeichnis.....	III
Abkürzungsverzeichnis.....	V
1 Einleitung.....	1
1.1 Ausgangssituation und Problemstellung	1
1.2 Ziel der Arbeit.....	3
1.3 Methodisches Vorgehen bei der Arbeit	3
1.4 Aufbau und Struktur der Arbeit.....	3
2 Traditionelle Methoden des Recruitings	4
2.1 Der Personalbeschaffungsprozess	4
2.2 Methoden der traditionellen Personalbeschaffung.....	5
2.2.1 Die Arbeitsvermittlung	6
2.2.2 Printmedien	7
2.2.3 Personalleasing.....	8
2.2.4 Personalberater.....	8
2.2.5 Headhunter	9
2.2.6 Hochschulmarketing.....	9
2.3 Defizite der traditionellen Personalbeschaffung.....	11
3 Das Internet als Instrument der Personalbeschaffung.....	13
3.1 Die klassischen Internetansätze – E-Recruiting.....	13
3.1.1 Der Wandel des Personalbeschaffungsprozesses durch das Internet	14
3.1.2 Motive und Ziele des Einsatzes von E-Recruiting.....	15
3.1.3 Methoden des E-Recruitings.....	17
3.1.3.1 Online Jobbörsen	17
3.1.3.2 Die Unternehmenshomepage	19
3.1.3.3 Die Bewerberhomepage	23
3.1.3.4 Virtuelle Recruiting-Messen	24
3.2 Social Media in der Personalbeschaffung.....	25
3.2.1 Motive und Ziele des Einsatzes von Social Media	25
3.2.2 Geeignete Social Media Plattformen für die Personalbeschaffung	27
3.2.2.1 Blogs	27

3.2.2.2	Microblogging.....	29
3.2.2.3	Businessnetzwerke	33
3.2.2.4	Soziale Netzwerke	36
3.2.2.5	Video, Podcast, Bilder.....	39
3.2.3	Verifizierung von Kandidaten	42
3.2.4	Aktive Kandidatensuche.....	43
4	Empirische Analyse.....	51
4.1	<i>Vorstellung der Kommunikationsbranche</i>	<i>51</i>
4.2	<i>Konzeption und Durchführung der Untersuchung.....</i>	<i>53</i>
4.3	<i>Auswertung der empirischen Befunde</i>	<i>54</i>
4.4	<i>Ergebnisse.....</i>	<i>57</i>
5	Entwicklung eines Recruiting-Mix für die Agentur Roth & Lorenz	59
5.1	<i>Die Agentur Roth & Lorenz</i>	<i>59</i>
5.2	<i>Definition der Zielgruppe.....</i>	<i>60</i>
5.3	<i>Personalbeschaffungsmaßnahmen bei Roth & Lorenz.....</i>	<i>62</i>
5.4	<i>Recruiting-Mix für die künftige Personalbeschaffung.....</i>	<i>63</i>
5.4.1	<i>Traditionelle Personalbeschaffung.....</i>	<i>64</i>
5.4.1.1	<i>Printmedien.....</i>	<i>64</i>
5.4.1.2	<i>Hochschulmarketing</i>	<i>66</i>
5.4.2	<i>E-Recruiting</i>	<i>68</i>
5.4.2.1	<i>Homepage</i>	<i>68</i>
5.4.2.2	<i>Online Jobbörsen.....</i>	<i>71</i>
5.4.3	<i>Social Media</i>	<i>73</i>
6	Zusammenfassung und Fazit.....	75
	Literatur	77
	Anhang	87
	Anhang A: Empirische Studie	A-1
	Anhang B: Die Agentur Roth & Lorenz.....	A-10