

---

# Inhaltsverzeichnis

<b>Vorwort</b>	<b>9</b>
<b>1 Einleitung: Das neue Interesse an Talenten</b>	<b>13</b>
1.1 Warum Menschen für Unternehmen immer wichtiger werden	13
1.2 Auf welche Megatrends Unternehmen reagieren müssen	15
1.3 Wie Innovationen in vier konkreten Dimensionen wirken	23
1.4 Die eigene Talentstrategie entwickeln und umsetzen	26
1.5 Mit Talenten zum zukunftsfähigen Unternehmen werden	27
<b>Teil 1: Talente finden</b>	<b>31</b>
<b>2 Einleitung: Innovative Recruitment-Ansätze</b>	<b>33</b>
<b>3 Employer Branding – Identitätskern und Klammer erfolgreicher Talentstrategien</b>	<b>45</b>
3.1 Was ist Employer Branding?	45
3.2 Der Weg zur Arbeitgebermarke	49
3.3 Die Entwicklung Ihrer Arbeitgeberpositionierung	55
3.4 Unternehmenskultur: Zentraler Erfolgsfaktor der Arbeitgebermarkenbildung	59
3.5 Bilanz und Ausblick: Der Mittelstand hat die Nase vorn	64
<b>4 Social Recruiting – als Arbeitgeber im Social Web</b>	<b>69</b>
4.1 Hintergrund, Einsatzgründe und Ausprägungen	69
4.2 Social Recruiting – Talentstrategie mit vielen Optionen	74
4.3 Die POST-Methode – in 4 Schritten zur Social-Recruiting-Strategie	77
4.4 Die Praxis: 5 Erfolgsfaktoren für Social Recruiting	81
4.5 Die Kompetenzen: Was HR-Mitarbeiter können sollten	85
4.6 Fazit und Ausblick: Social Recruiting einbetten	86
<b>5 Talentpools – Netzworkebasiertes Empfehlungs-Recruiting</b>	<b>91</b>
5.1 Hintergrund des Talentansatzes	91
5.2 Beschreibung des Talentansatzes	93
5.3 Relevanz für Praktiker	103
5.4 Ausblick	108

<b>6</b>	<b>Die Karrierewebsite – die virtuelle Repräsentanz des Arbeitgebers</b>	<b>109</b>
6.1	Einleitung: Die Karrierewebsite – Historie und heutige Relevanz	109
6.2	Content: Wichtige Inhalte, die heute Standard sind	111
6.3	Struktur der Karrierewebsite: Übersichtlichkeit und Einladungscharakter	119
6.4	Karrierewebsites müssen auf allen Systemen funktionieren	121
6.5	Crossmediale Vernetzung (oder auch Multikanal-Strategie)	122
6.6	Bewerbungsportal/Stellenmarkt	123
6.7	SEO und Internetwerbung	124
6.8	Evaluation und Nutzerfreundlichkeit (Candidate Experience)	124
6.9	Fazit und Ausblick: Pflicht und Kür – und was die Zukunft erfordert	125
<b>7</b>	<b>Active-Sourcing – proaktive Kandidatensuche und -gewinnung</b>	<b>129</b>
7.1	Die Ausgangssituation	129
7.2	Aktiver und passiver Kandidatenmarkt	130
7.3	Quellen für Active-Sourcing Aktivitäten	132
7.4	Erfolgsfaktoren	133
7.5	Die prozessuale Umsetzung	139
7.6	Ausblick	144
<b>8</b>	<b>Webbasierte Assessmentverfahren zur Verbesserung von Selbst- und Fremdauswahl</b>	<b>147</b>
8.1	Verlagerung von den „Besten“ auf die „Bestpassenden“	148
8.2	Was ist eigentlich eine „gute Auswahlentscheidung“?	148
8.3	Verbesserung der Kandidatenselbstselektion durch Self-Assessment Verfahren	154
8.4	Die Verbesserung der Talentidentifikation durch Online-Assessments	160
8.5	Akzeptanz auf Bewerberseite, Betrugsmöglichkeiten sowie ethische und juristische Aspekte	163
8.6	Ausblick	167
<b>Teil 2: Talente entwickeln</b>		<b>169</b>
<b>9</b>	<b>Einleitung: Innovative Personalentwicklungsstrategien</b>	<b>171</b>
<b>10</b>	<b>Wie viel Kompetenzmanagement braucht der Mittelstand?</b>	<b>177</b>
10.1	Einleitung	177
10.2	Der Hintergrund	179
10.3	Die drei Thesen	180
10.4	Was bedeutet das für die Praxis?	190
10.5	Wohin führt das?	195

<b>11</b>	<b>Lernkompetenz von Mitarbeitern steigern und Weiterbildungsressourcen nutzen</b>	<b>197</b>
11.1	Herausforderungen für die Personalentwicklung	197
11.2	Lernprozesse selbstverantwortlich gestalten	199
11.3	Die Einflussfaktoren eines nachfrageorientierten Lernprozesses	202
11.4	Lernkompetenz von Mitarbeitern analysieren	205
11.5	Relevanz für den Praktiker	213
<b>12</b>	<b>Soziale Lernformate: Wissenstransfer sichern, Erlerntes festigen</b>	<b>217</b>
12.1	Einleitung	217
12.2	Die Innensicht – Kooperatives Lernen im Unternehmen	219
12.3	Die Außensicht – Fallbeispiel Netzwerk Industrie RuhrOst e. V.	235
12.4	Vorgehen und Erfolgsfaktoren für die Umsetzung in mittelständischen Unternehmen	243
<b>13</b>	<b>Praxisbericht: Entwicklung von Spezialisten bei Dräger</b>	<b>247</b>
13.1	Spezialisten bei Dräger – Hintergrund ihrer Entwicklung	248
13.2	Personalentwicklung für Spezialisten	250
13.3	Ausgestaltung der Spezialistenentwicklung bei Dräger	257
13.4	Ausblick	259
<b>14</b>	<b>Praxisbericht: Forschungsk Kooperationen zwischen Industrie und Wissenschaft bei SICK AG</b>	<b>261</b>
14.1	Ausgangslage	261
14.2	Herausforderung	262
14.3	Die HR-Strategie	262
14.4	Umsetzung des Personalmanagements	263
14.5	Talentmanagement – Great People at a Great Place to Work	264
14.6	Die Zielgruppe	265
14.7	Industry on Campus	266
<b>Teil 3: Talente binden – innovative Retention Instrumente</b>		<b>271</b>
<b>15</b>	<b>Einleitung – Innovative Retention Instrumente</b>	<b>273</b>
<b>16</b>	<b>Unternehmenskultur – Entscheidender Faktor erfolgreicher Mitarbeiterbindung</b>	<b>279</b>
16.1	Einleitung	279
16.2	Studien zum Thema Mitarbeiterbindung	280
16.3	Praxisbeispiel: Mitarbeiterbindung bei T.A. Cook	287
16.4	Handlungsempfehlungen für Unternehmen	292

<b>17</b>	<b>Synergetische Führung und Talentbindung</b>	<b>295</b>
17.1	Einleitung	295
17.2	Voraussetzungen für Talentförderung	303
17.3	Beschreibung des Talentansatzes	304
<b>18</b>	<b>Talente binden im Verbund</b>	<b>309</b>
18.1	Einleitung	309
18.2	Organisation	310
18.3	Operatives Geschäft	311
18.4	Arbeitnehmerüberlassung als Bindungsinstrument	318
18.5	Sozialberatung zur Bindung	320
18.6	Zusammenfassung und Ausblick	324
<b>19</b>	<b>Ganzheitliches Gesundheitsmanagement als Instrument der Mitarbeiterbindung</b>	<b>327</b>
19.1	Umdenken – auf drei Ebenen	327
19.2	Dreiklang von Körper, Geist und Seele	328
19.3	Gesundheitsmanagement ist Talentbindung	330
19.4	Umsetzung in der Praxis: Die health2business-Strategie	331
19.5	Gesundheitsmanagement implementieren	334
19.6	Ausblick	337
<b>20</b>	<b>Make Talent-Love, not Talent-War! Oder: Cal's Weg zu den Sternen</b>	<b>341</b>
20.1	Wozu und wie rekrutiert man Captain Kirk?	341
20.2	Cal's Dilemma – Auch ein Vorstand braucht Liebe	342
20.3	Das Gesetz der Liebe	344
20.4	Der nackte König – Eine respektvolle Beziehung baut auf Ehrlichkeit und Transparenz auf	346
20.5	Die Chemie der Liebe – vom One-Night-Stand zur glücklichen Ehe	352
20.6	Der realistische Griff nach den Sternen	355
20.7	Zahlen Sie für Liebe?	357
20.8	What you give is what you get – Ein Ausblick in den Sternenhimmel	363
<b>Autoren</b>		<b>367</b>
<b>Stichwortverzeichnis</b>		<b>375</b>