
Inhaltsverzeichnis

| | |
|---|-----------|
| Zum Einstieg | 11 |
| 1 Ein paar Worte vorweg | 13 |
| Wie es zu diesem Buch kam | 13 |
| Was wir mit diesem Buch erreichen möchten | 13 |
| Was ist eigentlich ein Playbook? | 13 |
| Wie Du dieses Buch verwenden kannst | 14 |
| 2 Herzlich willkommen im Spiel | 17 |
| Hier findest Du das Wesentliche für den Recruiting-Alltag | 17 |
| Gerne per Du | 18 |
| Recruiting ist ein Spiel | 18 |
| Recruiting ist kein Glücksspiel | 19 |
| Das Spielfeld ist viel größer als Du denkst | 19 |
| Mit der richtigen Spielstrategie gewinnen | 22 |
| Und wie lauten die Spielregeln? | 22 |
| Teil 1: Gute Vorbereitung ist der halbe Erfolg! | 25 |
| 3 Was Recruiting mit Dir und Deiner Haltung zu tun hat | 27 |
| Was machen wir eigentlich im Recruiting? | 27 |
| Was Recruiterinnen für ihre Aufgabe brauchen | 29 |
| Post and pray war gestern, Recruiting wird aktiv | 30 |
| Wie sieht das Jobprofil einer »modernen« Recruiterin aus? | 31 |
| Was bedeutet Digitalisierung für Recruiting? | 32 |
| Welche Probleme kann KI im Recruiting für uns lösen? | 33 |
| Welche digitalen Skills benötigt HR künftig? | 34 |
| Wie kann der Umstieg in eine digitale HR-Welt gelingen? | 36 |
| Recruiting ist kein Job, Recruiting ist eine Verantwortung | 37 |
| 4 Spielvorbereitungen | 41 |
| Die Arbeit mit Profilen | 42 |
| Bevor Du startest, kläre die Basis gründlich | 43 |

| | |
|--|-----------|
| Am Start: Du brauchst Informationen – relevante Informationen! | 46 |
| Schritt 1: Beschreibe die künftige Aufgabe | 46 |
| Schritt 2: Beschreibe das innere Umfeld und den organisatorischen Rahmen | 49 |
| Exkurs: Was sagt Deine Organisationskultur? | 51 |
| Schritt 3: Wage einen ersten Blick vor die Türe und betrachte den möglichen Arbeitsmarkt | 53 |
| Schritt 4: Achte auf die innere Konsistenz der Informationen! | 53 |
| Schritt 5: Welche Menschen wären für diese Aufgabe wie geschaffen? (Anforderungsprofil) | 54 |
| Persönliches zuerst! | 55 |
| Berufliche Mindestvoraussetzungen | 58 |
| Diversität: Welche Einschränkungen sind möglich? | 59 |
| Schritt 6: Deine Suchstrategie | 60 |
| Zusammenfassung: Ein erfolgreiches Recruiting beginnt mit einer guten Vorbereitung | 60 |
| Teil 2: Über die Menschen | 63 |
| 5 Unsere biologischen Grundlagen | 65 |
| Alles beginnt mit Wahrnehmung | 65 |
| Limits der Wahrnehmung | 66 |
| Beschränkte Informationsverarbeitung | 66 |
| Vieles bleibt unbewusst | 66 |
| Gefühl und Kognition | 67 |
| Wahrnehmungstäuschungen | 67 |
| Die Macht des ersten Eindrucks | 68 |
| Selektionsfehler | 69 |
| Interpretationsfehler | 69 |
| Vorsicht vor den Fallen des Alltags! | 70 |
| 6 Menschliches Verhalten | 73 |
| Personality is King, Context is Queen | 73 |
| Motiv(-ation) als Verhaltenstreiber | 75 |
| Der Standard: Unterwegs per Autopilot | 77 |

| | | |
|-----------|---|------------|
| 7 | Das Präferenzmodell als Verhaltensprädiktor | 79 |
| | Die drei typischen Präferenzen des Autopilots | 79 |
| | Die drei Grundpräferenzen im Detail | 82 |
| | Die Beziehungspräferenz | 83 |
| | Die Sachpräferenz | 84 |
| | Die Handlungspräferenz | 86 |
| | Zusammenfassung: Menschen sind alle gleich und doch ganz verschieden .. | 88 |
| | Teil 3: Den richtigen Draht herstellen | 91 |
| 8 | Recruiting-Strategie | 93 |
| | Recruiting bedeutet Beziehungsmanagement | 93 |
| | Recruiting braucht Strategie | 94 |
| | Arbeitsmarkt und Zielgruppe | 94 |
| | Angebote und Mitbewerber | 95 |
| | Botschaften und Kanäle | 95 |
| | Ressourcen und Budget | 96 |
| | Auswahlinstrumente und Eignungsfeststellung | 96 |
| | Entscheidungsfindung | 96 |
| | Lege Dich fest und kommuniziere! | 97 |
| | Der Recruiting-Prozess – oder: Wie war das noch gleich mit der Candidate Experience? | 98 |
| | Das Recruiting-Dreieck – oder: Man kann nicht alles haben | 98 |
| 9 | Arbeitsmarkt und Zielgruppen | 101 |
| | Was ist Dein Produkt, das Du am Arbeitsmarkt verkaufen möchtest? | 101 |
| | Relevante Zielgruppen gibt es mehr, als Du vielleicht denkst | 104 |
| | Kennst Du Deine Zielgruppe(n)? | 105 |
| | Exkurs: Candidate Personas als Werkzeug | 106 |
| | Identifiziere geeignete Touchpoints | 111 |
| 10 | Kommunikationskanäle | 115 |
| | Es geht um Reichweite und Aufmerksamkeit! | 115 |
| | Nutze Netzwerke! | 116 |
| | Online oder offline? | 116 |
| | Offline-Medien: TV, Radio und Print | 117 |
| | Online-Medien: Alles, was wir im Internet finden. | 118 |

| | | |
|---|---|------------|
| | Fixpunkt Karriereseite | 118 |
| | Social-Media-Profile | 119 |
| 11 | Viele Wege zu einem guten Kontakt im Recruiting | 123 |
| | Mitarbeiterinnenempfehlungen | 123 |
| | Active Sourcing | 124 |
| | Alumni-Recruiting | 125 |
| | Facebook-Jobbörse | 127 |
| | Google4Jobs | 127 |
| | Guerilla-Recruiting | 130 |
| | Mobile Recruiting | 131 |
| | Job-Marketing/Job-Selling | 131 |
| | Retargeting | 136 |
| | Robot Recruiting | 136 |
| | Social-Media-Recruiting | 137 |
| | Voice Search | 140 |
| 12 | Stelleninserate | 141 |
| | Formulierungen für Stelleninserate | 142 |
| | Was ist zu tun? | 143 |
| | Wo ist etwas zu tun? | 144 |
| | Wie viel ist zu tun? | 145 |
| | Was wird dafür geboten? | 145 |
| | Wie kann man sich bewerben? | 147 |
| | Achte auf Diskriminierungsfreiheit! | 147 |
| | Der richtige Kanal zum richtigen Zeitpunkt | 148 |
| | Dein Stelleninserat durch Ads bewerben | 149 |
| Teil 4: Die Richtige(n) erkennen | | 151 |
| | Warum so aufwendig? Oder: Das berühmte Bauchgefühl | 151 |
| 13 | Die Auswahl vor der Auswahl: die passenden Recruiting-Instrumente einsetzen | 155 |
| | Triff (gute) Entscheidungen | 155 |
| | Rechne mit Fehlern! | 156 |
| | Kleine Anmerkung: Du bist aber nicht die Einzige, die hier eine Entscheidung trifft! | 157 |

| | | |
|----------------------------------|--|------------|
| | Wozu Du Auswahlverfahren brauchst | 158 |
| | Welche Instrumente? Die Wahl der Qual! | 159 |
| | Die Vorhersagekraft von Auswahlinstrumenten (prognostische Validität) | 161 |
| 14 | Die wichtigsten Recruiting-Instrumente im Detail | 163 |
| | Der klassische Start: Lebenslauf, Social-Media-Profile & Co. | 163 |
| | Mehr Informationen durch Zeugnisse, Referenzen oder Background-Checks | 165 |
| | Zeugnisse | 165 |
| | Referenzen | 166 |
| | Online-Background-Checks | 166 |
| | Profiling | 167 |
| | Online-Assessments | 168 |
| | Immer dabei: Das Recruiting-Gespräch | 168 |
| | Gespräch ist nicht gleich Gespräch | 169 |
| | Die Gesprächsvorbereitung | 172 |
| | Exkurs: Fragetechniken zur Informationsgewinnung | 175 |
| | Das Gespräch selbst | 178 |
| | Nach dem Gespräch | 182 |
| | Assessment-Center als Simulationsverfahren | 183 |
| | Hearing | 184 |
| | (Psychologische) Testverfahren | 185 |
| | Arbeitsproben und Schnuppertage | 188 |
| 15 | Die schlaue Kombination von Auswahlinstrumenten | 191 |
| | Ein konkretes Beispiel: Recruiting von Lehrlingen und Auszubildenden | 192 |
| Teil 5: Entscheiden | | 195 |
| | Was Entscheidungen so schwierig macht | 195 |
| | Systematischer Entscheidungsprozess hilft | 195 |
| 16 | Strich drunter: einen »Befund« erstellen | 197 |
| | Das Kandidatinnen-Profil | 197 |
| | Mit Widersprüchen umgehen | 199 |
| | Offene Fragen klären | 199 |
| | Fasse Deine Erkenntnisse schriftlich zusammen | 199 |

| | | |
|-----------|---|------------|
| 17 | Die Entscheidung – füreinander! | 201 |
| | Gewichtungen und Prioritäten | 201 |
| | Entscheidungen aus der Triade | 202 |
| | Schritt 1: Druck rausnehmen | 203 |
| | Zwischenschritt: Vorsicht vor Gruppenentscheidungen | 203 |
| | Schritt 2: Entscheidungsoptionen klären | 204 |
| | Schritt 3: Entscheidungskriterien klarmachen | 204 |
| | Schritt 4: Setze Dir eine Entscheidungsfrist | 205 |
| | Möglicher Zwischenschritt: Schlaf mal drüber | 205 |
| | Schritt 5: Triff die Entscheidung | 206 |
| | Teil 6: Erfolge sichern | 207 |
| 18 | Willkommen im Team! | 209 |
| | Preboarding | 209 |
| | Onboarding | 210 |
| 19 | Erfolgs(aus)sichten | 213 |
| | Ausblick | 214 |
| | Programmatic Job Advertising | 215 |
| | Voice Search | 215 |
| | Video-Recruiting | 215 |
| | Virtual und Augmented Reality | 215 |
| 20 | Zum Abschluss | 217 |
| | Stichwortverzeichnis | 219 |
| | Autorenverzeichnis | 221 |