

# Personalmarketing für die Generation Internet

**Explore - Elaborate - Enable - Establish - Enter**

Herausgegeben von Prof. Dr. Martin Grothe

Mit Beiträgen von

André Becker, Jens Bender, Annekatrin Buhl, Marco Clasen,  
Dr. Sven Deglow, Caroline Dépierre, Sebastian Dietrich, Markus Eicher,  
Oliver Erb, Christoph Fellingner, Stephan Grabmeier, Sinä Gunkel,  
Corinna Heuzeroth, Felizitas Janzen, Edmund Komar, Wolf Reiner Kriegler,  
Dr. Hans-Christoph Kürn, Sara Lindemann, Maximilian Mendius,  
Dr. Kara Preedy, Prof. Dr. Alfred L. J. Quenzler, Marcus K. Reif, Stefan Scheller,  
Maik Schmalstich, Bernd Manfred Schmitz, Nina Schweneke,  
Jürgen Sorg, Oliver Stoisiek, Thomas Teetz, Andrea Uhrig, Robindro Ullah,  
Christiane Wörle, Florian Wurzer, Peter Zabel

---

**ERICH SCHMIDT VERLAG**

# Inhaltsverzeichnis

<b>Vorwort</b> .....	<b>9</b>
<b>Abbildungsverzeichnis</b> .....	<b>13</b>
<b>Tabellenverzeichnis</b> .....	<b>17</b>
<b>Einführung: Transformation</b> .....	<b>19</b>
Unternehmen im Wandel und Personalmarketing mittendrin .....	19
Die derzeitige Übergangsphase .....	22
Unternehmen im Netzwerkzeitalter.....	24
Ein Transformationsfahrplan in fünf Schritten .....	26
EXPLORE.....	29
ELABORATE.....	30
ENABLE.....	32
ESTABLISH.....	34
ENTER .....	35
<b>1 Schritt 1: Zuhören und die Zielgruppe (besser) verstehen</b> .....	<b>39</b>
1.1 Wie die Generation Internet tickt	
(André Becker, Corinna Heuzeroth / complexium) .....	39
1.1.1 Generation als Deutungszusammenhang.....	40
1.1.2 Generationen im Vergleich .....	42
1.1.3 Charakterisierung der Generation Internet .....	45
1.1.4 Erwartungen der Generation Internet an Arbeitgeber .....	49
1.1.5 Implikationen für HR und Personalmarketing .....	53
1.2 Was eine Social-Media-Analyse beitragen kann	
(André Becker, Corinna Heuzeroth / complexium).....	60
1.2.1 Zielgruppen verstehen durch Social-Media-Analysen.....	61
1.2.2 Impulse für Arbeitgebermarken .....	65
1.3 Fallstudien und Expertenbeiträge .....	69
1.3.1 Experteninterview: (Dr. Hans-Christoph Kürn / Siemens).....	71
1.3.2 Mobile Recruiting und Karriere-Apps (Bernd Manfred Schmitz / Bayer).....	74
1.3.3 Relevanz, Sympathie, Vertrauen. Die Gestaltung von Social-Media- Aktivitäten als soziale Interaktion (Jürgen Sorg / Techniker Krankenkasse) ....	86
1.3.4 Es bleibt alles anders (Markus Eicher, Annkatrin Buhl / wbpr_).....	92
1.3.5 Was ihr wollt. Oder: Wie Zielgruppenkenntnis Generationen-Mythen ablöst (Caroline Dépierre, Felizitas Janzen / trendence) .....	102
<b>2 Schritt 2: Eine Strategie entwickeln und Erfolgsmessung aufsetzen</b> .....	<b>111</b>
2.1 Einordnung der Strategie in den Transformationsfahrplan .....	111
2.2 Controlling aus dem Bilderbuch.....	112
2.2.1 Die Auswahl der Flughöhe als strategische Grundfrage.....	114
2.2.2 Proaktive Strategien sind nicht genug.....	118
2.2.3 Nicht nur einfach messen: Strukturieren, balancieren, planen und messen .....	120

2.3	Fallstudien und Expertenbeiträge.....	127
2.3.1	Experteninterview: (Maximilian Mendius / BMW).....	129
2.3.2	HR Controlling: Chancen, Grenzen und Risiken der Messbarkeit von Personalarbeit (Prof. Dr. Alfred L. J. Quenzler / Technische Hochschule Ingolstadt).....	132
2.3.3	KPIs im Recruiting und Employer-Branding – wie machen wir unseren HR-Wertbeitrag zum Geschäftserfolg? (Marcus K. Reif / EY).....	146
2.3.4	Wie man mit der Generation Y erfolgreich in Kontakt tritt - Das Mobilitätsstipendium der DATEV eG (Stefan Scheller / DATEV).....	154
2.3.5	Wir schaffen Nähe (Dr. Sven Deglow, Sina Gunkel / comdirect).....	162
2.3.6	Einblicke in die Personalmarketingstrategie eines Rekrutierungs- spezialisten (Andrea Uhrig / SThree).....	168
2.3.7	Employer Branding für die Generation Internet – alles anders und besonders? (Wolf Reiner Kriegler / Deutsche Employer Branding Akademie GmbH).....	174
<b>3</b>	<b>Schritt 3: Interne Voraussetzungen schaffen und Umgang lernen .....</b>	<b>187</b>
3.1	Neue Rollen und umfassende Unterstützung.....	187
3.2	Guidelines und Schulungen.....	188
3.3	Fallstudien und Expertenbeiträge.....	191
3.3.1	Employer Branding neu gedacht und wirksam gemacht. Employees first - Applicants second (Stephan Grabmeier / Innovation Evangelists, Edmund Komar / people.innovation.partners).....	192
3.3.2	Das kollaborative Unternehmen als attraktiver Arbeitgeber für die Generation Internet (Maik Schmalstich / SAP).....	202
3.3.3	Gelebte Vielfalt – Diversity als Recruiting-Faktor (Sebastian Dietrich / GROUPON).....	212
3.3.4	Talent Relationship Management & Talent Engagement für die Generation Y (Jens Bender / IntraWorlds).....	220
3.3.5	Die Arbeitgebermarke McDonald's: Authentische Nähe zu Mitarbeitern und Zielgruppen (Christiane Wörle / McDonald's Deutschland Inc.).....	228
<b>4</b>	<b>Schritt 4: Infrastruktur aufbauen.....</b>	<b>237</b>
4.1	Plattformen und Prozesse.....	237
4.2	Fallstudien und Expertenbeiträge.....	239
4.2.1	Talent Relationship Management im juristischen Bewerbermarkt (Nina Schweneke / Hogan Lovells).....	240
4.2.2	Social Media im Employer Branding - mehr als Facebook und Twitter (Oliver Erb / EnBW).....	246
4.2.3	Die Welt in einer Hand – Fakten, Trends und Konsequenzen des mobilen Internets (Robindro Ullah / Voith).....	254
4.2.4	Anforderungen der Generation Internet an den Bewerbungsprozess von Unternehmen (Peter Zabel / Stadtwerke München).....	262

---

4.2.5	Arbeitsrecht (be-)trifft Employer Branding. Glaubwürdigkeit von Social Media bis Arbeitsvertrag (Thomas Teetz / Deutsche Telekom, Dr. Kara Preedy / Pusch Wahlig Legal) .....	270
<b>5</b>	<b>Schritt 5: In die Kommunikation einsteigen und im Dialog bleiben .....</b>	<b>279</b>
5.1	Transformation @ Work: Der kommunizierende Arbeitgeber.....	279
5.2	Zuhören und gezielte Interaktion: Der GALAXY-Ansatz .....	281
5.2.1	Analyse: Listening in Echtzeit .....	282
5.2.2	Aktion: Collaborative Engagement.....	288
5.2.3	Social Big Data: Neue KPI für das Social Engagement .....	289
5.2.4	Prozess und Einsatzszenarien.....	291
5.3	Fallstudien und Expertenbeiträge .....	295
5.3.1	Experteninterview: (Oliver Stoisiek / Deutsche Bank).....	296
5.3.2	Nicht immer nur digital - vom Wert des Persönlichen für die Generation Y (Christoph Fellingner / Recruiting Generation Y Blog) .....	302
5.3.3	Personalmarketing für die Generation Y - der schmale Grat zwischen Kür und Pflicht (Florian Wurzer / Deutsche Bahn).....	310
5.3.4	What's in it for me?! - Recruiting der Generation Y. (Sara Lindemann / viasto).....	318
5.3.5	Tue Gutes und rede darüber (Marco Clasen / XING) .....	326
	<b>Ausblick.....</b>	<b>331</b>
	<b>Stichwortverzeichnis.....</b>	<b>333</b>