
Literatur

- Alderson W (1957) Marketing behavior and executive action. Homewood (IL.)
- Beck C (2008) Personalmarketing 2.0. Personalmarketing in der nächsten Stufe ist Präferenz-Management. In: Beck C (Hrsg) Personalmarketing 2.0. Vom Employer Branding zum Recruiting, Köln
- Becker FG (2009) Führen mit Anreizsystemen. In: v. Antoni CH, Eyer E (Hrsg) Digitale Fachbibliothek „Das flexible Unternehmen“. Symposium, Düsseldorf. http://www.symposium.de/?autoren/250775_Prof_Dr_Fred_G_Becker. Zugegriffen: 01. Juli 2009
- Becker G, Seffner S (2002) Erfolgsfaktor Personal – Wachstum und Zukunftsorientierung im Mittelstand. Kienbaum Consultants International
- Berthel J, Becker F (2007) Personalmanagement. Grundzüge für die Konzeption betrieblicher Personalarbeit, 8. Aufl. Schäffer-Poeschel, Stuttgart
- Bröckermann R (2007) Personalwirtschaft. Lehr- und Übungsbuch für Human Resource Management, 4. Aufl. Schäffer-Poeschel, Stuttgart
- Conradi W (1983) Personalentwicklung. Stuttgart
- DGFP e. V. (Hrsg) (2004) Wertorientiertes Personalmanagement – ein Beitrag zum Unternehmenserfolg. Konzeption – Durchführung – Unternehmensbeispiele, Düsseldorf
- Doppler K, Lauterburg C (2005) Change Management. Den Unternehmenswandel gestalten, 11. Aufl. Campus, Frankfurt a. M.
- Ernst & Young (Hrsg) (2013) EY-Absolventenstudie 2012–2013. Ergebnisbericht, Hamburg
- Hentze J, Graf A (2005) Personalwirtschaftslehre, Teil 2, 7. Aufl. UTB, Stuttgart
- Homburg C, Krohmer H (2006) Marketing-Management, 2. Aufl. Gabler, Wiesbaden
- IBM (Hrsg) (1984) Das IBM-Kommunikationsmodell. In: Enzyklopädie der Informationsverarbeitung. Stuttgart
- Jäger W (2008) Die Zukunft im Recruiting: Web 2.0. Mobile Media und Personalkommunikation. In: Beck C (Hrsg) Personalmarketing 2.0. Vom Employer Branding zum Recruiting, Köln
- Jung H (2006) Personalwirtschaft, 7. Aufl. Oldenbourg, München
- Kiefer BU, Knebel H (2004) Taschenbuch Personalbeurteilung – Feedback in Organisationen, 11. Aufl. Heidelberg
- Klimecki RG, Gmür M (2005) Personalmanagement, 3. Aufl. UTB, Stuttgart
- Kotler P, Armstrong G, Wong V, Saunders J (2011) Grundlagen des Marketing, 5. Aufl. Pearson, München

- Lippold D (1998) Die Marketing-Gleichung für Software. Der Vermarktungsprozess von erklärungsbedürftigen Produkten und Leistungen am Beispiel von Software, 2. Aufl. Schäffer-Pöschel, Stuttgart
- Lippold D (2010) Die Marketing-Gleichung für Unternehmensberatungen. In: Niedereichholz et al (Hrsg) Handbuch der Unternehmensberatung, Bd. 2, 7440, Berlin
- Lippold D (2015) Die Marketing-Gleichung. Einführung in das prozess- und wertorientierte Marketingmanagement. De Gruyter, Berlin/Boston
- Locher A (2002) Individualisierung von Anreizsystemen, Basel
- Petkovic M (2007) Employer Branding. Ein markenpolitischer Ansatz zur Schaffung von Präferenzen bei der Arbeitgeberwahl. München
- Petry T, Schreckenbach f (2010) Web 2.0 – Königs- oder Holzweg? In: Personalwirtschaft 09–2010
- Porter ME (1986) Competition in global industries. A conceptual framework. In: Porter ME (Hrsg) Competition in global industries. Harvard Business School Press, Boston, S 15–60
- Recruiting Trends (Hrsg) (2010) vom Centre of Human Resources Information Systems (CHRIS) der Otto-Friedrich-Universität Bamberg und der Goethe-Universität Frankfurt a. M.
- Ringlstetter M, Kaiser S (2008) Humanressourcen-Management. Oldenbourg, München
- Rosenstiel von L (1975) Die motivationalen Grundlagen des Verhaltens in Organisationen. Berlin
- Rump J, Eilers S (2006) Managing Employability. In Rump J, Sattelberger T, Fischer H (Hrsg) Employability Management. Grundlagen, Konzepte, Perspektiven. Gabler, Wiesbaden, S 13–76
- Schamberger I (2006) Differenziertes Hochschulmarketing für High Potentials, Schriftenreihe des Instituts für Unternehmensplanung (IUP), Bd. 43. Norderstedt
- Schröder W (2002) Ergebnisorientierte Führung in turbulenten Zeiten. <http://www.dr-schroeder-personalsysteme.de/pdf/Artikel17/>
- Scholz C (2011) Grundzüge des Personalmanagements. Vahlen, München
- Seidel C (1993) Top-Management-Entwicklung in der Dresdner Bank. In: Würtele G (Hrsg) Lernende Elite: Was gute Manager noch besser macht. Frankfurt a. M., S 244–257
- Simon H, Wiltinger K, Sebastian K-H, Tacke G (1995) Effektives Personalmarketing. Strategien, Instrumente, Fallstudien. Gabler, Wiesbaden
- Springer J, Sagirli A (2006) Personalmanagement – Personalfreisetzung. <http://www.iaw.rwth-aachen.de/download/lehre/vorlesungen/2006>
- Staeble W (1999) Management, 8. Aufl. Vahlen, München
- Steinmann H, Schreyögg G (2005) Management. Grundlagen der Unternehmensführung. Konzepte – Funktionen – Fallstudien, 6. Aufl. Gabler, Wiesbaden
- Stock-Homburg R (2013) Personalmanagement: Theorien – Konzepte – Instrumente, 3. Aufl. Springer Gabler, Wiesbaden
- Sutherland MM, Torricelli DG, Karg RF (2002) Employer-of-choice branding for knowledge workers. South African J Bus Manag 33:13–20
- Talential & Wiesbaden Business School (2011) Nutzung von Social Media im Employer Branding und im Online-Recruiting 2011. <http://www.slideshare.net/talential/nutzung-von-social-media-im-employer-branding-und-im-onlinerecruiting>
- Thomet O (2005) Relevante Merkmale des Personalimages für die individuelle Organisationsauswahl. Eine empirische Studie bei 1000 Wirtschaftsstudenten in der Schweiz, Zürich

-
- Towers Perrin (2007) Global Workforce Study 2007
- Waite A (2007) HR's role in audience segmentation. *Strateg HR Rev* 6(2):16–19
- Weuster A (2004) Personalauswahl. Anforderungsprofil, Bewerbersuche, Vorauswahl und Vorstellungsgespräch. Gabler, Wiesbaden

Sachverzeichnis

A

Absatzmarketing, 6, 9
Absatzmarkt, 20
Akquisitionspotential, 6
Aktionsfeld, V, 5, 16, 29, 30, 49
Aktionsparameter, V, 5, 49
Alleinstellungsmerkmal, 17, 41
Änderungskündigung, 46
Anforderungsprofil, 14, 27
Anreizelemente, 32
Anreizkategorien, 32
Anreizsystem
 immaterielles, 32
 materielles, 32
Anreiz- und Vergütungssystem, 30
Applicant, 6
Arbeitsmarktanalyse, 14
Arbeitsmarktpositionierung, 12
Arbeitsmarktsegmentierung, 12, 14
Arbeitsplatz, 9
Arbeitsplatzmarketing, 50
Arbeitszeitverkürzung, 46
Assessment Center, 27
Assoziationsphase, 22
Aus- und Weiterbildung, 41

B

Berufseinsteiger, 24
Betreuungsprogramm, 22
Betriebsvereinbarung, 47
Beurteilungsfehler, 39
Bewerber, 17
Bewerberakzeptanz, 3
Bewerberdatei, 26
Bewerberkriterium, 3
Bewerbernutzen, 3, 12, 17
Bewerberprogramm, 21
Bewerberscreening, 27
Bewerbervertrauen, 3, 22
Bewerbervorteil, 3, 16, 17, 19
Bewerberwahrnehmung, 3, 19
Bewerbungsanalyse, 27
Bewerbungspool, 26
Bewusstseinsprogramm, 21
Bindungsfaktor, 30
Bindungsphase, 22
Branding, 11

C

Change Management, 35
Compensation & Benefits, 30

D

Dissonanz, kognitive, 27

E

Eignungsprofil, 27
Eignungstest, 27
Einarbeitungsplan, 28
Einführungsseminar, 28
Einstellungsbeschränkung, 47
Einstellungsinterview, 27
Empfehlungsbewerbung, 26
Employee, 6
Employer, 6
Employer Branding-Strategie, 20
Engagierte, 21
Entlassungsgespräch, 47
Erleichterung, 44, 48
Erwartungsprofil, 14

F

Facebook, 24
Fähigkeitsprofil, 14
Fairness, 3, 37
Fluktuation, 21, 29
Freisetzungsbedarf, 44
Führungsaufgaben, 35
Führungssituation, 35
Führungsstil, 35
Führungsverhalten, 35

G

Gerechtigkeit, 3, 30, 33

H

Hochschulabsolventen, 24
Hochschulmarketing, 23

I

IBM, 20
Imageprogramm, 21
Indifferente, 21
Initiativbewerbung, 26
Interessierte, 21

J

Jahres-/Halbjahresbeurteilungen, 38

K

Kernprozesse, 1
Kollegenbeurteilung, 39
Kommunikation, 3, 12, 19, 22
Kommunikationsinstrument, 23
Kommunikationskanal, 19
Kündigung, 47
Kündigungsschutzgesetz, 47

L

Leistungsorientierung, 33

M

Makrosegmentierung, 14
Marketing, 6
Marketing-Gleichung, 7
Märkte
 horizontale, 14
 regionale, 14
 vertikale, 14
Marktsegmentierung, 13
Matchingphase, 22
Matrixorganisation, 38
Menschenführung, 35
Mentorenprogramm, 29
Mikrosegmentierung, 14, 15

Mitarbeiterbeurteilung, 38
Mitarbeiterbindung, 29
Mitarbeiterförderung, 3, 41
Mitarbeiterförderung, 3, 41
Mitarbeitergewinnung, 11

O

Onboarding, 28
Orientierungsphase, 22

P

Personalabbau, 45
Personalauswahl, 3, 12, 26
Personalauswahlentscheidung, 27
Personalbeschaffung, 3, 50
Personalbeschaffungskette, 26
Personalbeschaffungsmarketing, 50
Personalbeschaffungsprozess, 7, 22
Personalbestandsreduktion, 46
Personalbetreuung, 3, 29
Personalbetreuungskette, 26
Personalbetreuungsprozess, 7
Personalbeurteilung, 3, 29, 37
Personalbindung, 41
Personaleinsatzplanung, 37
Personalentwicklung, 3, 30, 41
Personalersatzbeschaffung, 48
Personalfreisetzung, 3, 30, 43
Personalführung, 3, 29, 34
Personalintegration, 3, 12, 26, 27
Personalleasing, 47
Personalmanagement, wertorientiertes, 4
Personalmarketing-Gleichung, 1
Personalpolitik, 50
Personalvergütung, 3, 29
Personalwerbung, 50
Positionierung, 3, 16, 19

Präferenzmodell, 22
Primäraktivitäten, 1
Probezeit, 38
Produktmarketing, 6
Prozess, 2, 5
Prozessphasen, 2
Prozessschritte, 2

R

Replacement, 48
Retention, 29
Review-Team, 38

S

Schlüsselqualifikation, 42
Segmentierung, 3, 12
 demografische, 15
 motivbezogene, 15
 psychografische, 15
 sozioökonomische, 15
 verhaltensbezogene, 15
Segmentierungsdimensionen, 14
Segmentierungskriterien, 14, 15
Segmentierungsstufen, 14
Sekundäraktivitäten, 1
Selbstbeurteilung, 39
Sensibilisierte, 21
Signalisierung, 3, 12, 19
Signalisierungsinhalt, 19
Signalisierungsinstrument, 19, 23
Signalisierungsmaßnahmen, 21
Signalisierungsmodell, 19
Signalisierungsprogramm, 19
Signalisierungsprozess, 19
Signalisierungsstrategie, 22
Signalisierungstaktik, 22
Signalisierungsziel, 21, 22
Stakeholder, 25

T

Tarifvertrag, 47
Training-into-the-job, 43
Training-near-the-job, 43
Training-off-the-job, 43
Training-on-the-job, 43

U

Unique Selling Proposition, 17
Unternehmenskultur, 6, 17
Unterstützungsprozesse, 1

V

Veränderungsmanagement, 35
Versetzung, 45
Vorgesetztenbeurteilung, 38

W

Wahrnehmung, selektive, 39
Web 2.0-Applikationen, 25

Wertewandel, 30, 42
Wertschätzung, 3, 34
Wertschöpfungsaktivitäten, 1
Wertschöpfungskette, 1, 43
Werttreiber, 4, 5, 49
Wettbewerbsvorteil, 1, 6, 7, 15, 41
Work-Life-Balance, 30

X

Xing, 24

Z

Zeugnissprache, 39
Zielfunktion, 7
Zielgruppe, 21
Zielpersonen, 21
Zielvereinbarung, 29
Zukunftssicherung, 35