



Recruiting-Studie 2005

Eine empirische Untersuchung von 600 Unternehmen zu den Themen Recruiting von Führungskräften, E-Recruiting und den Recruiting-Trends. Mit Größen- und Branchenvergleichen.

*Prof. Dr. Christoph Beck
Fachhochschule Koblenz
Fachbereich Betriebswirtschaft*

*In Zusammenarbeit mit dem
manager magazin*

Koblenz, März 2005



INHALTSVERZEICHNIS

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

1. MANAGEMENT SUMMARY
 - 1.1 Recruiting von Führungskräften
 - 1.2 E-Recruiting
 - 1.3 Recruiting-Trends

2. STUDIENDESIGN / VORGEHENSWEISE / ZIELE

3. STUDIENERGEBNISSE
 - 3.1 Recruiting von Führungskräften
 - 3.1.1 Interne versus externe Ausschreibung bei Führungspositionen
 - 3.1.2 Das absolute und relative Bewerberaufkommen
 - 3.1.3 Die Quantitäten-Falle
 - 3.1.4 Nutzungsgrad der Bewerbungskanäle
 - 3.1.5 Bewerbungen aus dem Ausland
 - 3.1.6 Attraktivität des nationalen Arbeitsmarktes für Unternehmen
 - 3.1.7 Qualität der verfügbaren deutschen Führungskräfte
 - 3.1.8 Nutzung der unterschiedlichen Beschaffungsmethoden
 - 3.1.9 Einsatzhäufigkeit der Auswahlinstrumente
 - 3.1.10 Akzeptanz von Bachelor- und Masterabschlüssen

 - 3.2 E-Recruiting
 - 3.2.1 Zusammenarbeit mit Jobbörsen
 - 3.2.2 Nutzung des Dienstleistungsangebotes von Jobbörsen
 - 3.2.3 Zufriedenheit oder Unzufriedenheit mit den Jobbörsen
 - 3.3.4 Verteilung der aktuellen Bewerbungskanäle
 - 3.3.5 Individualisierung von Online-Bewerbungen
 - 3.3.6 Die Passgenauigkeit und Qualität von Bewerbungen



- 3.3.7 Kosten- und Zeitvorteile durch Online-Verfahren
- 3.3.8 Die ausschließliche Verfügbarkeit von elektronischen
Bewerbungskanälen
- 3.3.9 Digitalisierungsgrad der Personalbeschaffung

- 3.3 Recruiting-Trends
 - 3.3.1 Der neue Mythos: Talent Relationship Management
 - 3.3.2 Trends und Herausforderungen der Zukunft
 - 3.3.3 Die Trends bei den Unternehmen mit bis zu 1.000 MA
 - 3.3.4 Die Trends bei den Unternehmen mit 1.000-5.000 MA
 - 3.3.5 Die Trends bei den Unternehmen mit mehr als 5.000 MA
 - 3.3.6 Zusammenfassende Trends und Herausforderungen

- 4. 10 THESEN ZUM (E-)RECRUTING
 - 4.1 These 1: Paradigma-Wechsel: Qualität vor Quantität
 - 4.2 These 2: Umsatz- und Imageverluste durch Recruiting-Fehler
 - 4.3 These 3: Bewerber- und Talentpools sind eine Illusion
 - 4.4 These 4: Recruiting-Instrumente besitzen zunehmend mehr eine
geringe Halbwertszeit
 - 4.5 These 5: Das Handy wird zum Interaktionskanal für die Recruiter
 - 4.6 These 6: Mehr Wettbewerbsvorteile durch alternative Zielgruppen-
Ansprache
 - 4.7 These 7: Die Suche nach den „High-Potentials“ ist inflationär
 - 4.8 These 8: Top-Performer werden nach neuen Wegen suchen
 - 4.9 These 9: Die Bewerber können zunehmend weniger die
Erwartungshaltung der Unternehmen erfüllen
 - 4.10 These 10: Kein Trend ohne Gegen-Trend

- 5. LITERATUR UND QUELLEN

- 6. WEITERE STUDIEN UND ANALYSEN

- 7. KONTAKT