

# IHR DIREKTER ZUGANG ZU DEN ENTSCHEIDUNGSTRÄGERN IM HR

## WERBLICHE MÖGLICHKEITEN:

- INSERTIONEN ZUR STEIGERUNG IHRER BEKANNTHEIT
- ADVERTORIALS ZUR ERKLÄRUNG IHRES PRODUKTES

# DIE FACHZEITUNG FÜR DIE TOP-PERSONALER

## MEDIADATEN 2017

# DAS RECRUITING JOURNAL

FACHZEITUNG ZUR GEWINNUNG UND BINDUNG VON TOP-TALENTEN

 <p><b>Öffentliche Wahrnehmung</b> Was sagen Rankings und Siegel eigentlich wirklich aus? Arbeitgeberbewertung Seite 6</p>	 <p><b>Grapevine hilft Arbeitgebern</b> Recruiting-Strategien für KMU in klassischen Arbeitnehmermärkten Agentur Seite 3</p>	 <p><b>Best Practice</b> Multiposting eine attraktive Option eRecruiting Seite 10</p>	 <p><b>Arbeitgeber als Verkäufer</b> The House of Employer Branding Wissenschaft Seite 13</p>
---	---	--	--



## Wie McKinsey die Digital Talents gewinnt

Im Interview mit dem RECRUITING JOURNAL erläutert McKinsey-Personalchef Dr. Thomas Fritz, wie die Strategieberatung die hoffnungsvollsten Nachwuchstalente gewinnt und wie sich die jungen Digital-Experten mit ihren Kompetenzen auch gegenüber erfahrenen Consultants behaupten.

Das Recruiting für eine der führenden globalen Strategieberatungen ist auch 2016 eine echte Herausforderung. Einerseits ist es quasi systemimmanent, dass man bei McKinsey nur die absoluten High Potentials gewinnen muss – mit niedrigqualifizierteren Beratern mögliche Top-Brainer auf Kundenseite zu beraten, schließt sich aus. Andererseits steht diesem hohen Anspruch eine Zielgruppe gegenüber, die immer wählersicher wird. Dabei ist die Frage der

Kandidaten nach dem „...wie verwirkliche ich eigentlich mein Leben neben dem Beruf?“ eine, die jeden Personalier seit ein paar Jahren beschäftigt und auf die man sich beispielsweise mit einem Time Out-Programm vorbereiten kann (wie McKinsey es getan hat). Das, was die Aufgabe so herausfordernd macht, ist die Unsicherheit, die Kandidaten und Arbeitgeber in diesen Zeiten beide berührt: In welcher digital transformierten

Welt werden wir morgen leben und arbeiten? Und wie können sich berufliche Aufgabenstellungen, eigene Entwicklungsmöglichkeiten und persönliche Lebensentwürfe synchronisieren lassen? Dies sind Themen, die deutlich machen, dass das Recruiting deutlich inhaltsgetriebener wird. Wie McKinsey auch zukünftig die Besten der Besten gewinnen will, schildert Dr. Thomas Fritz im exklusiven Gespräch mit dem RECRUITING JOURNAL auf Seite 4.

## Inspirierende und moderne Bürolandschaften als Recruitingfaktor

Im Silicon Valley gehören open spaces zur Arbeitskultur. Kreative Köpfe arbeiten bei uber, google und facebook in hierarchiefreieren und offeneren Bürolandschaften als hierzulande. Warum die Innenarchitektur in Deutschland eine andere ist und wie man sie verbessern kann, erläutert Professor Martin Klafke auf Seite 9.

Nach einer Studie des Fraunhofer Instituts hat „die Einführung von neuen Arbeits- und Bürowelten eine weitreichende Bedeutung für eine Organisation und entwickelt sich unter den veränderten Anforderungen der Wissensgesellschaft zu einem essentiellen Erfolgsfaktor.“ Die Forschungsergebnisse zeigen, dass die räumliche Gestaltung der Arbeitsumgebung einen enormen Einfluss auf Wohlbefinden, Motivation und Leistungsfähigkeit hat. In den Unternehmen, die heute neue



Entspannte Atmosphäre im google Office  
breiter Konsens. Die jungen US-Tech-Unternehmen pflegen bereits seit vielen Jahren einen

offeneren Stil bei der Office-Gestaltung. Die Realität bei vielen deutschen Unternehmen ist heute noch immer sehr stark auf kleinere Büros ausgerichtet, die manchmal sogar bewusst abschottend wirken: Die Größe und Privatheit des Büros ist einmal zusammen mit der Fahrzeugklasse des Dienstwagens wichtigstes unternehmensinternes Statussymbol gewesen. Aber mit dunklen Bürofächern, aufgehört allenfalls einmal durch den obligatorischen Ko-

piierer und die Ecke für die Kaffeemaschine erreicht man nicht unbedingt einen Haben-wollen Reflex bei zukünftigen Mitarbeitern. Professor Martin Klafke, ein ausgewiesener Experte für das Thema, bringt dazu im Interview auf Seite 9 einen wichtigen Hinweis: Dadurch, dass viele Hochschulen in den letzten Jahren stark in ein lounge-ähnliches Wohlfühlambiente für ihre Studenten investiert haben, wirken graumässige Arbeitgeber-Büros fast wie ein Kulturschock für kreative Einsteiger.

**Digital Know-how kehrt Hierarchien um**  
Editorial  
Natürlich sind High Potentials schon immer wichtig für Arbeitgeber gewesen. Heute aber sind sie in doppeltem Sinne – verzeihen Sie die martialische Formulierung – existenziell für Unternehmen.  
Zum einen verlieren wir nach aktuellen Schätzungen bis 2025 rund 6,5 Millionen Arbeitskräfte: So viel mehr Menschen gehen bis dahin in Rente als junge in den Arbeitsmarkt nachrücken. Zum anderen bedeutet die Digitalisierung einen fundamentalen Wandel in Bezug auf Hierarchien und die Wissensbasis von Unternehmen: Früher lernten Einsteiger von den erfahrenen Fahrern mitfahren im Haus – heute sind die Neueinsteiger diejenigen, die das für Transformationsalgorithmen notwendige Know-how in die Unternehmen bringen! Selbst wenn Geschäftsführer und Abteilungsleiter sich in Themen wie Blockchain, Smart Contracts, Künstliche Intelligenz, Internet of Things, Robotik oder Virtual und Augmented Reality reinarbeiten, verstehen sie im besten Fall, was um sie herum passiert. Aber anders als die Top-Absolventen von heute haben sie diese Dinge nicht mit der Muttermilch aufgesogen und sind nicht geschult in der Transformation von Geschäftsmodellen.  
Wie man solche Talente gewinnt, ist unter anderem Thema dieser Ausgabe des RECRUITING JOURNALS.  
Herzlicher Gruß, Caspar Brandt

**DAS RECRUITING JOURNAL**

Aktuelle Herausforderungen im Recruiting	Seite 2
Agentur: Personalgewinnung für KMU	Seite 3
Recruitingpraxis: Interview Dr. Thomas Fritz	Seite 4
Medien: Das junior/consultant-Netzwerk	Seite 5
Markus K. Reif über Arbeitgeberankings	Seite 6
Die Candidate Experience verbessern	Seite 7
Bürolandschaften als Recruitinginstrument	Seite 9
Online: Attraktive Option Multiposting	Seite 10
Hochschulmarketing: Storytelling überzeugt	Seite 11
On Campus: Stimmen Ihre Target-Units?	Seite 12
Impressum	Seite 12
The House of Employer Branding	Seite 13
Unterschätzte Disziplin Mitarbeiterbindung	Seite 14
Wichtige Hochschulkontaktmessen 2017	Seite 15
Personalprofil: Dr. Nico Rose, Berlebrmann	Seite 16

**HI:TECH CAMPUS**  
Das Karriereportal für Hochschulabsolventen technischer Fakultäten



Themenvorschau Ausgabe 30.11.16:  
Top-Arbeitgeber für Ingenieure 2017  
Eingebung in Mobilitätsunternehmen  
Ingenieure in Pharma, Chemie, Health  
Infos zu Insertionen & Advertorials:  
hitech-campus@academicworld.net



## DIE ZIELGRUPPE: RECRUITER UND HR-ENTSCHEIDER

Die Zielgruppe der Top-Entscheider im HR diskutieren vor allem folgende Fragen:

- Welche Tools verbessern unser HR-Handling und Talent Management?
- Welche Dienstleister helfen uns, effizienter zu rekrutieren?
- Welche Mitarbeiterbindungsprogramme wirken nachhaltig?
- Welches Office Design oder Equipment macht uns attraktiver?
- Welche Incentives begeistern unser Mitarbeiter?
- Welche Aus- und Weiterbildung sorgt für eine hohe Qualifikation?

Diese Fragen werden im RECRUITING JOURNAL aufgegriffen und sorgen für ein exzellentes Themenumfeld für Inserenten, die ohne Streuverluste die für sie maßgeblichen Entscheider direkt erreichen wollen.





## TERMINE 2017

Ausgabe 01/2017

Erscheinungstag:  
05.05.2017

\*Anzeigenschluss:  
20.04.2017

Ausgabe 02/2017

Erscheinungstag:  
21.08.2017

\*Anzeigenschluss:  
09.08.2017

Ausgabe 03/2017

Erscheinungstag:  
01.10.2017

\*Anzeigenschluss:  
17.09.2017

Ausgabe 04/2017

Erscheinungstag:  
08.12.2017

\*Anzeigenschluss:  
20.11.2017

*\* Es kann wegen des geringen Anteils der an zur Verfügung stehenden Anzeigenflächen nicht garantiert werden, dass zum Anzeigenschluss noch Inventarplätze zur Verfügung stehen.*

# ANZEIGENPREISE UND ADVERTORIALS

2.790,-		1.190,-			
1.690,-		1.190,-		750,-	
990,-					
<b>Megasize</b> 279 x 427 mm	<b>Halbe Megasize</b> 279 x 195 mm	<b>1/4 Megasize</b> hoch 136 x 195 mm quer 279 x 90 mm	<b>1/8 Megasize</b> 51 x 210 mm	<b>Cover Exklusiv</b> 88 x 113 mm	

## INSERTIONEN

Alle Preise netto, ohne AE und zzgl. der gesetzl. Mehrwertsteuer. Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen des Verlages.

Bitte liefern Sie druckfähige PDFs an. Anzeigenkunden haben die Möglichkeit, bis zu 100 ihrer Kunden oder Partner die Zeitung kostenlos zuzusenden zu lassen: Bei Buchung Megasize: 100 Kunden. Bei Buchung halber Megasize: 40 Kunden.

## ADVERTORIALS

Advertorials werden als solche gekennzeichnet. Die Gestaltung übernimmt der Verlag in Absprache mit dem Kunden.

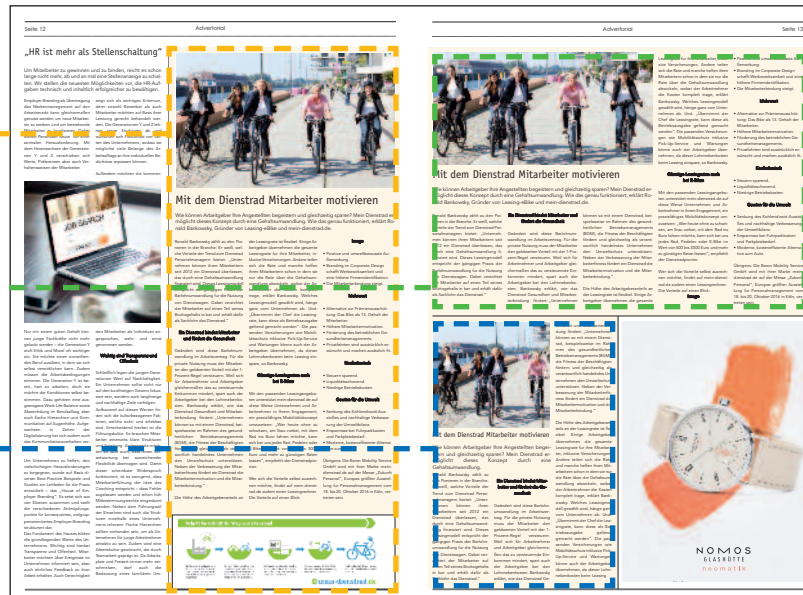
Andere Formate auf Anfrage.

**2/3 Advertorial**  
ca. 5.100 Zeichen  
inkl. Leerzeichen

**1/2 Advertorial**  
ca. 3.700 Zeichen  
inkl. Leerzeichen

**1/4 Advertorial**  
ca. 2.000 Zeichen  
inkl. Leerzeichen

**Advertorialpreise:**  
Anzeigenpreis + 25%



## KONTAKT



Fachzeitung RECRUITING JOURNAL  
Verlag Evoluzione Independent GmbH  
Hofmannstr. 61  
81379 München

Tel. 089.76 900 367  
Fax 089.76 900 339  
Bettina Riedel  
[bettina.riedel@recruiting-journal.de](mailto:bettina.riedel@recruiting-journal.de)