

**JETZT ANMELDEN UNTER**  
**EMPLOYERBRANDING.ORG/RNG**



## 2-LÄNDER-ZERTIFIKATSKURS **RECRUITER/IN NEXT GENERATION**

Wie Sie **Recruitingstrategien** vorbereiten und moderne **Recruiting-Tools** einsetzen, um neue Konzepte für einen veränderten Arbeitsmarkt zu entwickeln.

**DE**  
**30** DEUTSCHE  
EMPLOYER  
BRANDING  
AKADEMIE

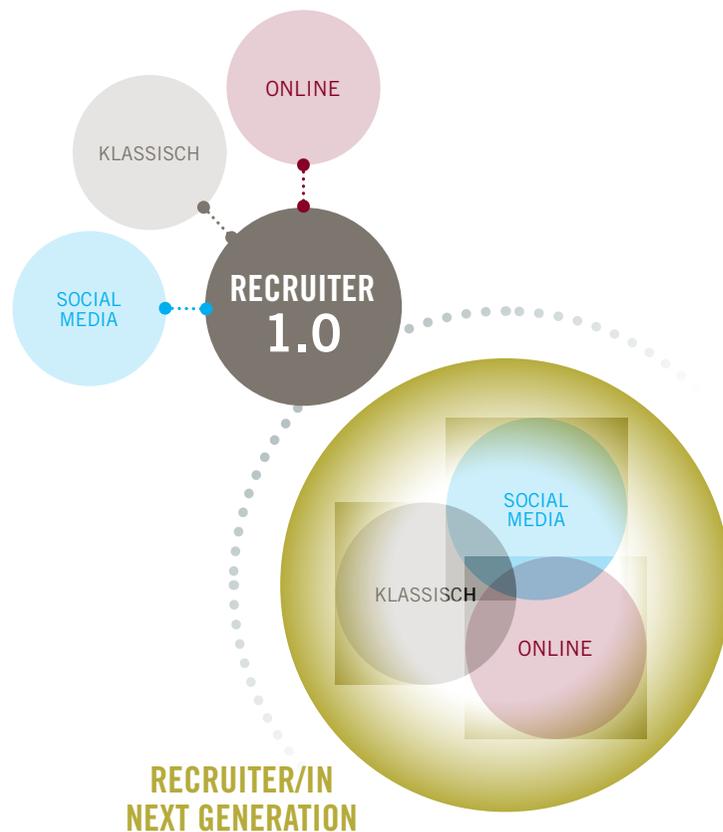
**zh**  
**aw** School of  
Management and Law

**Berufsbegleitender 2-Länder-Zertifikatskurs**  
der Deutschen Employer Branding Akademie  
in Kooperation mit der Zürcher Hochschule  
für Angewandte Wissenschaften.

### WARUM SIE TEILNEHMEN SOLLTEN?

- Sie werden als eine/r der ersten zertifizierten „Recruiter/innen Next Generation“ in cross-medialem Denken geschult und sicher in den modernsten Sourcing Techniken.
- Sie gewinnen ausgefeiltes Spezialisten-Know-How und beherrschen den gesamten Recruitingprozess von der Bedarfsanforderung bis zum Onboardingprogramm und der Erfolgskontrolle.
- Sie lernen nach dem 2012 mit dem HR Excellence Award prämierten Ausbildungskonzept von Robindro Ullah für moderne Recruiter.

# LEHR- UND LERNZIELE



© DEBA GmbH, 2015

ALS RECRUITER/INNEN NEXT GENERATION SIND DIE ABSOLVENTEN DES ZERTIFIKATSKURSES ENTLANG DER GESAMTEN **RECRUITING-PROZESSKETTE** BEFÄHIGT ...

- ... die verschiedenen Variationen einer Recruitingorganisation im Einklang mit einem professionalisierten Prozess zu entwickeln und aufzubauen.
  - ... die Grundlagen des Employer Brandings, insbesondere der kulturellen Passung, im Recruitingprozess zu berücksichtigen und daher effektiver mit dem Employer Brand Manager zusammen zu arbeiten.
  - ... eine zielgerichtete und professionelle Recruitingstrategie für die verschiedenen Zielgruppen zu erarbeiten, stets in Abhängigkeit vom jeweiligen Unternehmen.
  - ... die Kandidatenauswahl professionell zu begleiten, zu beraten und Auswahlinstrumente zielgerichtet einzusetzen.
  - ... einen geeigneten Marketingmix für die jeweiligen Zielgruppen zu definieren und diesen auch crossmedial umzusetzen bzw. anzuwenden.
  - ... nach Spezialisten im Netz zu sourcen und eine erfolgreiche Ansprache durchzuführen.
  - ... die diversen Netzwerke und Tools einzuschätzen, zu kategorisieren und zu bewerten – in Bezug auf deren Nutzen für verschiedene Zielgruppen.
- Die Lehr- und Lernziele beziehen sich, je nach Ausgangslage der Teilnehmer, sowohl auf nationale wie auf internationale und globale Recruiting-Prozesse.

# BERUFSBILD

## RECRUITER/IN

### NEXT GENERATION

»Grundsätzlich gilt: wie gut ein Unternehmen darin ist, die Ressource Mensch ins Unternehmen zu holen, wird zukünftig über den gesamten Unternehmenserfolg entscheiden.«



Die Herausforderungen an das Recruiting steigen von Jahr zu Jahr. Nicht nur, dass der Arbeitsmarkt sich stetig verengt und die Konkurrenz wächst, obendrein durchlaufen unsere Zielgruppen rasante Entwicklungssprünge in Bezug auf ihr Kommunikationsverhalten. „One Size fits all“ ist eine längst überholte Recruiting-Annahme, mit der man heute keine Bewerber mehr überzeugen kann. Hat man bislang alle Zielgruppe mit ein und demselben Medium angesprochen, der Stellenanzeige, so müssen wir uns heute sehr individuell auf die Eigenarten unserer zukünftigen Mitarbeiter einstellen. Neben einem ausgefeilten Spezialisten Know-How müssen Recruiter zudem die grundsätzlichen Recruiting-Prozesse beherrschen und diese schrittweise verbessern. Der HR Bereich wird zusehends häufiger an Kennzahlen gemessen. Der Aufbau eines professionellen Recruitings mit Recruitern der nächsten Generation ist auch aus der Perspektive der Kennzahlen ein unausweichlicher Schritt. Grundsätzlich gilt: wie gut ein Unternehmen darin ist, die Ressource Mensch ins Unternehmen zu holen, wird zukünftig über den gesamten Unternehmenserfolg entscheiden.

Der/die Recruiter/in Next Generation (mit Zertifikat) ist die Antwort auf einen sich rasant wandelnden Arbeitsmarkt und basiert auf dem 2012 mit dem HR Excellence Award prämierten Ausbildungskonzept von Robindro Ullah für moderne Recruiter.

Sie lernen, wie Sie eine zielgruppengerechte professionelle Rekrutierung durchführen und einen dem Unternehmen angepassten, effizienten, ganzheitlichen Recruitingprozess gestalten, der von der Bedarfsanforderung bis zum Onboardingprogramm reicht. Es geht darum, zukünftig alle Zielgruppen zu berücksichtigen, dies erfordert neben der Schulung in den modernsten Sourcing-Techniken auch das Thema des crossmedialen Denkens. Zielgruppen dort zu erreichen, wo Sie sich aufhalten, bedeutet für die Recruiter/innen Next Generation, dass sie lernen, die unterschiedlichsten Zielgruppen zu verstehen und zeitgleich die Netzwerke, Foren und Orte einzuschätzen, um individuelle Recruitingstrategien aufzubauen. Der Zertifikatskurs der Deutschen Employer Branding Akademie und der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften deckt damit die Anforderungen der Zukunft ab.

# LEHR- UND LERNKONZEPT



## ■ WER SOLLTE TEILNEHMEN?

Das berufsbegleitende Programm versteht sich als Weiterbildungsangebot für Mitarbeiter aus dem Bereich Personal (mit Recruiting-Aufgaben), die sich durch das Erlangen von entsprechenden Kompetenzen auf akademischem Niveau für die Aufgaben eines/einer Recruiter/in Next Generation qualifizieren wollen.

## ■ TEILNAHMEVORAUSSETZUNG

Universitäts- und Hochschulabsolventen (ab Bachelor) aller Studienrichtungen. Personen ohne akademischen Abschluss (mit Hochschulreife) mit mindestens zwei Jahren Berufserfahrung im Recruiting-Bereich.

Das Weiterbildungsangebot Recruiter/in Next Generation fokussiert praxisrelevante Aspekte des modernen Recruitings und HR-Marketings kombiniert mit wissenschaftstheoretischen Elementen. Der Wandel des Arbeitsmarktes und die Veränderungen im Kommunikationsverhalten unserer Gesellschaft sind Kernpunkte der Personalgewinnung, auf die das Angebot eingeht. Als weiterbildendes Studium setzt das Lehr- und Lernangebot zwar auf den Erfahrungen und bereits erworbenen Erkenntnissen der Teilnehmer an, skizziert letztlich allerdings ein völlig neu geschaffenes Berufsbild des klassischen Recruiters.

Begleitend erfolgt die gezielte Entwicklung des Verständnisses für das komplexe und interdisziplinäre Tätigkeitsfeld eines Recruiters Next Generation in modernen Unternehmen. Ziel des Studiengangs ist es, die Teilnehmer/innen sowohl für die Erarbeitung von Recruitingstrategien vorzubereiten als auch in der Verwendung moderner Recruiting-Tools, wie booleschen Operatoren, Xrays oder auch GoogleAd-

Kampagnen zu qualifizieren. Insbesondere die selbständige Erarbeitung neuer Instrumente und Konzepte sowie das Verständnis für einen mittlerweile völlig veränderten Arbeitsmarkt soll entwickelt werden.

Die Vernetzung der Teilnehmer untereinander soll durch Teamarbeit und Networkingangebote gefördert werden, die internationale Vernetzung ist durch das Zwei-Länder-Angebot bereits angelegt. Die Teilnehmer besuchen während Ihrer Fortbildung neben der Deutschen Employer Branding Akademie auch eine Hochschule in der Schweiz, die Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften. Das Zertifikat wird dem Studienteilnehmer von der Deutschen Employer Branding Akademie in Kooperation mit der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften verliehen.

Der Zertifikatskurs Recruiter/in Next Generation gliedert sich in insgesamt vier Lernfelder bzw. Module, die sich über vier Präsenzphasen verteilen.

# RECRUITER/IN NEXT GENERATION WERDEN IN VIER MODULEN

Die Teilnehmer/innen erwerben anhand von theoretischen Grundlagen und Praxisbeispielen anwendbares Wissen, das sie in die Lage versetzt, als Recruiter/in Next Generation zu denken und zu handeln. Im Austausch mit anderen Unternehmensvertretern und Experten analysieren die Teilnehmer/innen reale Recruitingsszenarien und entwickeln umsetzbare Lösungen.

Das Programm ist in 4 Module à 2 Tage gegliedert. Jeweils 1-3 Vortragende pro Modul vermitteln State-of-the-Art Wissen aus Wissenschaft und Praxis. Neben der Wissensvermittlung leben die Module durch den moderierten Erfahrungsaustausch zwischen den Teilnehmern. Zahlreiche Übungen unterstützen den Wissenstransfer und regen den gegenseitigen Erfahrungsaustausch an.

## **modul eins:** GRUNDLAGEN DES MODERNEN RECRUITINGS

- Employer Branding, HR-Marketing und Recruiting
- Das Bindeglied: Cultural Fit
- Den gesamten Recruitingprozess im Blick
- Der Recruiter als Netzwerk-Hub
- Influencer sein, entdecken und managen

Zwei Tage in Berlin

## **modul zwei:** MODERNES RECRUITING IN DER ORGANISATION

- Der Recruiter im Zentrum der Organisation
- Organisationsstrukturen richtig deuten und gestalten
- Stakeholderanalyse
- Zukünftige Berufe, Karrierepfade und Personalentwicklung
- Recruitingkompetenz in der Personalplanung
- Die Macht der Candidate Experience

Zwei Tage in Zürich

## **modul drei:** SOCIAL MEDIA HR-MARKETING, SOCIAL RECRUITING UND SOURCING

- Die Typologie der Netzwerke
- Die Zukunft der Sozialen Netzwerke
- Social Recruiting als Zukunft der Personalgewinnung
- Methodische und rechtliche Grundlagen des Sourcing
- Die Suche ist nur die halbe Miete - Ansprachestrategien
- Meine Marke im Netz und in der Öffentlichkeit

Zwei Tage in Berlin

## **modul vier:** AUSWAHL, ONBOARDING UND ERFOLGSCONTROLLING

- Auswahlprozesse gestalten und führen
- Das Türsteher-Prinzip
- Recruitingserfolge erkennen und messen
- Das Onboarding als letzter Schritt im Recruitingprozess
- Die Recruiting-Organisation mit KPI steuern

Zwei Tage in Berlin

# GRUNDLAGEN DES MODERNEN RECRUITINGS

Das erste Modul vermittelt die wesentliche Motivation und die Grundlagen des Bereichs Recruiting. Insbesondere werden die Abgrenzung zu den Disziplinen Employer Branding und HR-Marketing aufgezeigt und die Schnittstellen der Bereiche intensiv besprochen. Ein Fokus liegt dabei auf dem verbindenden Element des Cultural Fits. Sämtliche Prozessschritte des Recruiting werden erörtert und anhand von unterschiedlichen Unternehmensstrukturen dargestellt. Das Berufsbild des/der Recruiter/in Next Generation wird dargestellt und zeigt Handlungsfelder sowie benötigte Kompetenzen auf.

- Grundlagen des Recruitings, des Employer Brandings und des HR-Marketings vermitteln den Überblick über Schnittstellen und Abgrenzung der Disziplinen.
- Verschiedene Recruiting-Prozessmodelle werden diskutiert und in einem internationalen Kontext gegenübergestellt. Die Unterschiede in der Rekrutierung werden beispielhaft anhand von diversen Länderspezifika veranschaulicht.
- Ein zukunftsorientiertes Unternehmen lebt von der Qualität seiner Recruiter. Diese müssen nicht nur gut im Bereich der Zielgruppen vernetzt sein, sondern sollten auch interne Netzwerk-Hubs darstellen.
- Neben der Vernetzung innerhalb der Belegschaft ist die hervorragende Verwurzelung thematischer Natur im Unternehmen notwendig: Beispiele und Anregungen des Influencer Management für Recruiter werden besprochen.

## MODULZIELE

- Sie wissen den Bereich Recruiting einzuschätzen und dessen Bedeutung und Abgrenzung zum Employer Branding und HR-Marketing.
- Sie kennen das Konzept und die Bedeutung des Cultural Fits.
- Sie kennen die relevanten Prozessschritte eines professionellen Recruitingprozesses und können internationale Anforderungen leicht einordnen und integrieren.
- Sie wissen, wie man strukturiert Netzwerke innerhalb des Unternehmens aufbaut und wie man als Netzwerk-Hub im eigenen Unternehmen fungiert.
- Ihnen sind innovative Methoden zur Identifizierung von Influencern bekannt.
- Sie kennen Best Practices und Worst Practices.



# MODERNES RECRUITING IN DER ORGANISATION

Die Rolle des Recruiters in der Organisation beinhaltet das Deuten und Gestalten von Organisationsstrukturen. In Modul 2 wird die Organisationsstruktur eines Recruiting-Bereichs betrachtet und je nach Unternehmensgröße skalierbar dargestellt. Vor allem vor dem Hintergrund der knappen Ressourcen von KMU werden mögliche Strukturmodelle erarbeitet.

- Der/Die Recruiter/in Next Generation erkennt zukünftige Berufe und mögliche Karrierepfade und das leitet daraus Konsequenzen für die Personalentwicklung ab.
- Recruitingkompetenz in der Personalplanung ist unerlässlich, um strukturiert und gezielt zu rekrutieren.
- Im übergreifenden Kontext der Organisation wird das Konzept der Candidate Experience dargestellt und seine Bedeutung für modernes Recruiting herausgestellt.

## MODULZIELE

- Sie kennen relevante Organisationsmodelle für verschiedene Unternehmens- und Bedarfsgrößen.
- Sie lernen, zukünftige Berufe zu erkennen, Karrierepfade einzuschätzen und Bedarfe für die Personalentwicklung abzuleiten.
- Sie können Ihre Recruitingkompetenz in die Personalplanung einbringen.
- Sie wissen um die Macht der Candidate Experience.



# SOCIAL MEDIA PERSONALMARKETING, SOCIAL RECRUITING UND SOURCING

Die Sozialen Netzwerke werden immer wichtiger im Kontext der Personalsuche. Sei es die Suche, das HR-Marketing oder die Bindung – in allen Bereichen sind Social Networks nicht mehr wegzudenken. Modul 3 beschäftigt sich vertiefend mit der Suche und der Identifizierung von geeigneten Kandidaten im Social Web. Zusätzlich werden die wesentlichen Aspekte des Social Media HR-Marketings erläutert. Neben einer großen Vielfalt an Best- und Worst-Practices geht es vor allem darum, Viralitätshürden zu erkennen und den tatsächlichen Nutzen eines Netzwerks in nur wenigen Schritten zu ermitteln.

- Es ist wichtig, Netzwerke einschätzen zu können, um beurteilen zu können, für welche Handlungsfelder diese sinnvoll einsetzbar sind: Kandidaten-Suche (Sourcing), HR-Marketing, Bindung, Online Reputation, EdgeRank, Hashtags, Kudos und ähnliche Dinge werden in diesem Zusammenhang systematisch eingeordnet und erläutert.
- Sie lernen Strings zu schreiben und verstehen, dass Google keine verschlossenen Türen kennt.
- Neben der Suche gibt es eine weitere beachtliche Herausforderung: die Ansprache. Gute oder schlechte Ansprachestrategien entscheiden darüber, ob die Zeit, die Sie für das Programmieren von Strings aufgewendet haben, sinnvoll investiert war.
- Der Recruiter als Marke und Bewerbermagnet: Ihr persönliches Online Reputation Management steht hier im Vordergrund. Wie werde ich zur Marke und wie steuere ich meine Marke?

## MODULZIELE

- Sie wissen, welche Social Media Plattformen morgen wichtig werden und können neue Plattformen in wenigen Schritten einschätzen.
- Sie lernen die Stärken und Schwachstellen der Netzwerke kennen.
- Sie erfahren, auf welche Art und Weise Sie Kandidaten im Netz finden (Boolean Operators, Xrays) und aufspüren können.
- Verschiedene Ansprachestrategien werden schablonenhaft zu Ihrem Recruitingportfolio gehören.
- Sie kennen die wesentlichen rechtlichen Rahmenbedingungen im Sourcing/ Social Recruiting.
- Sie verstehen, wie Ihre eigene Person im Internet wirkt und Sie Ihre eigene Präsenz im Netz optimieren können.
- Sie kennen die Grundlagen der Beziehungspflege im Netz und das Anlegen sowie die sinnvolle Strukturierung von Pools.

# AUSWAHL, ONBOARDING UND ERFOLGSCONTROLLING

Das vierte Modul vermittelt grundlegende Prinzipien der Personalauswahl. Dies geschieht vornehmlich aus der Sicht eines Recruiters, der dem Fachbereich als beratende Unterstützung zur Seite steht. Hierunter fallen ebenfalls die Mechanismen einer „spielenden Auswahl“ und die Möglichkeiten der sogenannten Online Assessments. Gamification ist in diesem Zusammenhang ein wichtiger Aspekt. Auch das Erfassen des Cultural Fit spielt hier eine entscheidende Rolle. Bei all diesen institutionalisierten Elementen des Recruitingprozesses darf das Gefühl nicht auf der Strecke bleiben. Wo in diesem Prozess sind die Fallstricke, an denen man häufig geneigt ist, das Employer Branding zu vernachlässigen? Letztlich endet der Recruitingprozess erst mit einem erfolgreichen Beenden der Probezeit. Insbesondere in Zielgruppen, die Ihren Vertrag bereits Monate vor dem ersten Arbeitstag unterzeichnen, sind Recruiter für eine angemessene Preboarding-Phase verantwortlich.

- Der professionelle Recruiter hält lange Kontakt zu dem von ihm/ihr rekrutierten Mitarbeiter. Diese Netzwerkpflege unterstützt den Recruiter in seiner Arbeit, da er in all seine Aktivitäten stets die Fachbereiche mit einbezieht.
- Wie in allen anderen Disziplinen muss auch der Recruiter die Wirksamkeit seiner Arbeit nachweisen. Hierzu muss er in der Lage sein, die richtigen KPI zu definieren und zu beobachten. Er benötigt untertägige KPI, um den Prozess optimal zu steuern und externe KPI, die die Wirksamkeit der Marketingmaßnahmen transparent darstellen.
- Der umfassend definierte Recruitingprozess muss vom Bewerbungseingang bis zur Einstellung sorgfältig mit KPIs hinterlegt werden und insbesondere der Bewerbungseingang teilweise einer „Realtime“-Analyse unterzogen werden. Denkt man an GoogleAd-Kampagnen und die Methode Pay-per-Click, so lässt sich diese Maßnahme sicherlich leicht nachvollziehen.

## MODULZIELE

- Sie wissen, wie Sie Auswahlprozesse gestalten und führen.
- Sie kennen die Möglichkeiten des Online Assessment, der Cultural Fit-Messung und des Themas Gamification in der Auswahl.
- Sie erfahren, wie Sie sinnvoll die Vor- und Nachbereitung gestalten, um dem Fachbereich die bestmögliche Unterstützung zuteilwerden zu lassen.
- Sie wissen, was Employer Branding bedeutet und wo Sie im Auswahlprozess auf Schwachstellen achten müssen.
- Sie kennen die wesentlichen Onboarding-Instrumente und ihre Stärken und Schwächen.
- Sie kennen die wichtigsten KPI für das externe Monitoring, das Prozesscontrolling und das Erfolgscontrolling.
- Sie wissen, wie man Fachbereiche anhand von KPIs steuert und in Argumentationen begegnet.



## Programmleiter

Als studierter Wirtschaftsmathematiker stieg Robindro Ullah 2005 bei der DB Fernverkehr AG als Trainee

ein und baute ab 2008 das Thema Social Media im Kontext HR bei der DB auf. Im Anschluss leitete Herr Ullah eine Abteilung der Tochter DB Services, die sich mit der Beschäftigungssicherung älterer Mitarbeiter der DB über innovative neue Wege auseinandersetzte. Im Rahmen seiner Position als Leiter Personalmarketing und Recruiting Süd hatte er die Gelegenheit, ein Recruiting Team auf der grünen Wiese aufzubauen. Für sein Recruiter-Schulungskonzept wurde er 2012 mit dem HR Excellence Award ausgezeichnet. Nach seiner Tätigkeit als Head of Employer Branding und HR Communication Global bei der Voith GmbH verantwortet er seit Juli 2015 bei der DEBA den Bereich Recruiting und Employer Branding Operations. 2014 wurde er für sein innovatives Stellenanzeigenkonzept, das Voith eine Effizienzsteigerung im Bereich der Stellenausschreibungen um bis zu 30% brachte, erneut mit dem HR Excellence Award ausgezeichnet. Weitere Auszeichnungen sind der Personalmarketing Innovator Award (2015 zum dritten Mal gewonnen) und der HR Alliance Award. Zuletzt erhielt er für seine Recruitingaktivitäten in China den Deutschen Preis für Onlinekommunikation. Er ist Autor der Bücher „Praxishandbuch Recruiting: Grundlagenwissen, Prozess-Know-How, Social Recruiting“ (Schäffer-Poeschel, 2015) und „Erfolgsfaktor Candidate Experience: Der Perspektivwechsel im Recruiting“ (Schäffer-Poeschel, 2015). Zudem ist Robindro Ullah auf Grund seiner Expertise ein gefragter Referent und Hochschuldozent.

# ABSCHLUSS UND ZERTIFIZIERUNG

**Der Zertifikatskurs schließt mit dem Zertifikat „Recruiter/in Next Generation“ ab. Als Voraussetzung für die erfolgreiche Teilnahme gelten die Anwesenheit in allen vier Modulen und die Abschlusspräsentation der Teamaufgabe. Die erfolgreiche Teilnahme wird mit einem Zertifikat der Deutschen Employer Branding Akademie in Kooperation mit der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften bestätigt.**

## REFERENTEN

Top-Referenten der Deutschen Employer Branding Akademie, der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften sowie ausgewählte Gastreferenten garantieren höchste Qualität und einen professionellen Ablauf des Zertifikatskurses.

## ABSCHLUSS

Zertifikat der Deutschen Employer Branding Akademie in Kooperation mit der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften.

## UMFANG

4 Module à 2 Tage + Abschlusspräsentation der Teamaufgabe. Etwa 3 Tage Zeitaufwand außerhalb der Präsenzphasen zur Bearbeitung der Fallstudie.

**SPRACHE** Deutsch.

## STUDIENPLÄTZE

Mindestens 10, maximal 20 Teilnehmer.

## TEILNAHMEGEBÜHR

6.800 Euro (zzgl. USt. für Teilnehmer aus Deutschland, Teilnehmer aus Österreich und Schweiz sind umsatzsteuerbefreit). Zertifikatskurs mit 4 Modulen, inklusive Verpflegung und Lernmaterialien.

## VERANSTALTUNGSORTE

### Modul 1:

Deutsche Employer Branding Akademie, Berlin

### Modul 2:

Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften, Zürich

### Modul 3:

Deutsche Employer Branding Akademie, Berlin

### Modul 4:

Deutsche Employer Branding Akademie, Berlin

Die genauen Termine entnehmen Sie bitte dem aktuellen Beiblatt.

## KONTAKT/ANMELDUNG

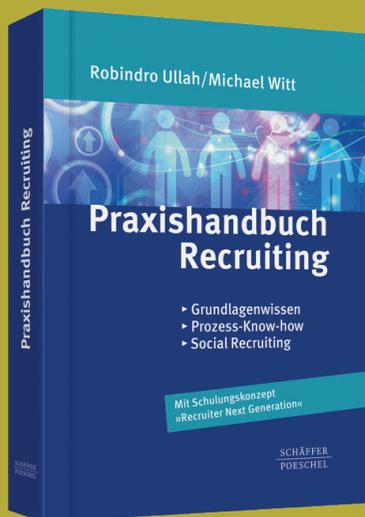
Das Anmeldeformular und weitere Informationen finden Sie auf [www.employerbranding.org/rng](http://www.employerbranding.org/rng)

Ihre Ansprechpartnerin bei Rückfragen ist:

Dr. Paula Thieme  
DEBA Deutsche Employer Branding Akademie GmbH  
Kurfürstendamm 194  
10707 Berlin  
T: +49 30 700159770, F: +49 30 700159510  
[thieme@employerbranding.org](mailto:thieme@employerbranding.org)  
[www.employerbranding.org](http://www.employerbranding.org)

## FACHLITERATUR

Alle Teilnehmer erhalten im Vorfeld des Zertifikatskurses das begleitend dazu im Verlag Schäffer-Poeschel erschienene „Praxishandbuch Recruiting: Grundlagenwissen, Prozess-Know-How, Social Recruiting“ von Robindro Ullah und Michael Witt (Mai 2015).



## ANBIETER

### DEUTSCHE EMPLOYER BRANDING AKADEMIE

Der Benchmark in der Employer Branding Beratung, Forschung und Qualifizierung und für professionelles Recruiting.

Die Deutsche Employer Branding Akademie (DEBA) berät, qualifiziert und begleitet Unternehmen auf Ihrem Weg zur glaubwürdigen Arbeitgebermarke mit der selben Begeisterung, mit der sie Menschen, die sich für Employer Branding interessieren, weiterbildet und vernetzt. Die 2006 in Berlin gegründete DEBA gilt als Pionier des Employer Brandings im deutschsprachigen Raum. Mit der kombinierten Perspektive von Psychologen, Personal- und Markenexperten hat sich DEBA wie kein anderer im deutschsprachigen Raum darauf spezialisiert, Arbeitgebermarken zu entwickeln, die Mitarbeitern Identifikation stiften, Bewerbern Orientierung schenken, Organisationen Richtung geben und in ihrer Wirkung messbar sind.

DEBA Deutsche Employer Branding Akademie GmbH  
Kurfürstendamm 194  
10707 Berlin

T: +49 30 700159770, F: +49 30 700159510  
[welcome@employerbranding.org](mailto:welcome@employerbranding.org)  
[www.employerbranding.org](http://www.employerbranding.org)

## KOOPERATIONSPARTNER

### Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften School of Management and Law

Die Ansprüche an Human Resources (HR) sind in den letzten Jahren stetig gewachsen. Die Linie verlangt effizientere Services. Führungskräfte sind professionell zu beraten, HR-Systeme reibungslos und mit möglichst wenig Aufwand zu betreiben. Rahmenbedingungen wie demografische Entwicklungen oder technologische Innovationen gilt es ebenso zu beachten. Dabei steht das Humankapital, also die Erfahrungen und das Wissen der Mitarbeitenden im Mittelpunkt. Um damit Wettbewerbsvorteile erzielen zu können, unterstützt das Zentrum für Human Capital Management (ZHCM) Geschäftsleitungen, Linien- und HR-Verantwortliche mit Expertise und Erfahrung.

Die Expertinnen und Experten des ZHCM unterrichten auf Ausbildungsstufe und in der Weiterbildung. Das umfassende Weiterbildungsangebot zeichnet sich durch eine große Wissenstiefe in Bezug auf Human Capital Spezialgebiete sowie aktuelle Führungsherausforderungen aus. Der eidgenössisch anerkannte Weiterbildungsstudiengang MAS in Human Capital Management ist konsequent betriebswirtschaftlich und strategisch ausgerichtet. In den einzelnen Zertifikatslehrgängen (CAS) werden professionelle Standards für die Personalarbeit vermittelt.

ZHAW School of Management and Law  
Zentrum für Human Capital Management  
Stadthausstrasse 14  
Postfach 8401  
Winterthur  
Telefon +41 58 934 66 90  
info.zhcm@zhaw.ch  
www.zhcm.zhaw.ch

Bildnachweise:

© DEBA GmbH

© Fotolia.de – Julien Eichinger, Ingo Bartussek, whitelook, Eugenio Marongiu, Jan Schuler, Rawpixel.

HINWEIS: Obwohl aus Gründen der Lesbarkeit im Text die männliche Form gewählt wurde, beziehen sich die Angaben auf Angehörige beider Geschlechter.

Vorbehaltlich Druckfehler und Änderungen.