
Vorwort

Nahezu jeder Personalmanager ist in seinem Berufsleben mindestens einmal dazu aufgefordert worden, für den Personalbereich insgesamt oder für seine Teilbereich ein Konzept oder – etwas anspruchsvoller – eine Personalstrategie zu entwerfen. Solch ein „Entwurf“ lässt sich deutlich leichter angehen, wenn man über einen vernünftigen Handlungsrahmen – also eine Gliederung – verfügt, der den geforderten Personalprozess schrittweise aufführt, in seine wichtigsten Teilprozesse (Prozessphasen) zerlegt und zugleich die Voraussetzung für eine Optimierung der Zielvariablen – nämlich die Personalgewinnung und die Personalbindung – schafft.

Die vorliegenden Ausführungen, die zu einem Großteil der 2. Auflage meines Buches „Die Personalmarketing-Gleichung. Einführung in das wert- und prozessorientierte Personalmanagement“ sowie meinem Buch „Die Unternehmensberatung. Von der strategischen Konzeption zur praktischen Umsetzung“ entnommen sind, verfolgen das Ziel, die Struktur und den Handlungsrahmen für den Entwurf einer schlagkräftigen Personalkonzeption aufzuzeigen. Neben der Prozessorientierung zeigt die Personalmarketing-Gleichung unter dem Aspekt der Wertorientierung für jedes Aktionsfeld im Personalbereich auch die entscheidenden Aktionsparameter und Werttreiber auf.

Zur Unterstützung des Leseflusses wurde auf die Verwendung von Fußnoten verzichtet. Eine ausführliche Auflistung der verwendeten und weiterführenden Literatur ist im Anhang enthalten.

Berlin, im März 2015

Dirk Lippold

Einführung in die Personalmarketing-Gleichung

Lippold, D.

2015, VII, 60 S. 30 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-10208-1