

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	IX
Tabellenverzeichnis	XI
1. Einführung	1
1.1 Problemstellung und Relevanz des Themas	2
1.2 Vorgehensweise und Aufbau der Arbeit	2
1.3 Zielsetzung der Arbeit	3
2 Employer Branding – Theoretische Grundlagen	5
2.1 Begriffsdefinition.....	5
2.1.1 Marke.....	6
2.1.2 Arbeitgebermarke - Employer Brand.....	6
2.1.3 Employer Branding	8
2.1.4 Unternehmensimage und Arbeitgeberimage.....	9
2.1.5 Arbeitgeberattraktivität.....	9
2.2 Historische Entwicklung	11
2.3 Struktureller Wandel und Entwicklung	12
2.3.1 Demografischer Wandel	12
2.3.2 Sozialgesellschaftliche Veränderungen	14
2.3.3 Fachkräftemangel.....	15
2.3.4 War of Talents	17
2.3.5 Generationswechsel	18
2.4 Ziele von Employer Branding	19
3 Funktion und Wirkungsweise von Employer Branding	21
3.1 Funktion und Wirkungsweise aus Arbeitgebersicht	22
3.2 Funktion und Wirkungsweise aus Sicht des Bewerbers / potentiellen Arbeitnehmers	26
3.2.1 Funktionen aus Sicht des Bewerbers	26
3.2.2 Funktionen aus Sicht des Arbeitnehmers.....	28
4 Von Arbeitgebereigenschaften zum Arbeitgeberimage.....	31
4.1 Eigenschaften des Arbeitgebers	32
4.2 Zielgruppenpräferenz	33

5	Theoretische Entwicklung einer Arbeitgebermarke	35
5.1	Analysephase	36
5.1.1	Unternehmensanalyse	37
5.1.2	Situationsanalyse	41
5.1.3	Zielgruppenanalyse	43
5.2	Planungsphase	45
5.2.1	Verdichtung und Auswertung der Informationen	46
5.2.2	Zielformulierung	48
5.2.3	Markenpositionierung	50
5.2.4	Marktbearbeitungsstrategie	52
5.2.5	Maßnahmen	53
5.2.6	Ressourcenplanung	58
5.2.7	Planung eines Kommunikationssystems	59
5.3	Umsetzungsphase	65
5.3.1	Employer Branding – Intern	65
5.3.2	Employer Branding – Extern	72
5.3.3	Instrumentelle Maßnahmen	73
5.4	Kontrolle	78
5.4.1	Kennzahlen des Employer Brandings	79
5.4.2	Kontrollwerkzeuge	83
5.4.3	Probleme bei der Kontrolle von Employer Branding	86
5.5	Bestehende Risiken innerhalb des Controllings	87
6	Empirische Erhebung	89
6.1	Vorstellung empirischer Forschungsmethoden	90
6.1.1	Forschungsmethode Befragung	91
6.1.2	Auswahl der Methode: Standardisierte Online-Befragung	95
6.1.3	Auswahl der Methode: Mündliche/persönliche Befragung	96
6.2	Erstellung des Fragenkatalogs	96
6.2.1	Ablauf der Befragung	97
6.2.2	Ziel der Befragung	98
6.2.3	Inhalt und Aufbau des Fragebogens	98
6.3	Persönliche Befragung von klein- und mittelständischen Unternehmen der Baubranche (Experteninterview)	99
6.4	Onlinefragebogen	100

7	Ergebnisanalyse	115
7.1	Auswertung einzelner Fragen	116
7.1.1	Allgemeine Daten / Zuordnung	117
7.1.2	Unternehmenswesen und Leitbild	118
7.1.3	Grobe Bedarfsplanung/-schätzung	118
7.1.4	Arbeitgeberattraktivität/Image/Bekanntheit	120
7.1.5	Employer Branding & Personalpolitik	123
7.1.6	Zustandsanalyse	127
7.1.7	Employer Branding Entwicklung	128
7.1.8	Zielgruppenanalyse	129
7.2	Handlungsempfehlungen als Ergebnis der Analyse	130
8	Erstellen der Checklisten	133
9	Fazit und Ausblick.....	139
	Literaturverzeichnis	141
Anhang		145
	Abbildungsverzeichnis des Anhangs	146
	Tabellenverzeichnis des Anhangs	148
	Anhang I Abbildungen zum Online Fragebogen.	149
	Anhang II – Abbildungen zur Auswertung der Umfrage.....	164
	Anhang III – Tabellen zur Auswertung der Umfrage	169
	Anhang IV – Anschreiben.....	171