

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
2	Employer-Branding-Strategie neu definieren	3
2.1	Purpose als Ausgangspunkt der Employer-Branding-Strategie	7
2.2	Auswirkungen von Diversität und Inklusion auf Ihre Employer-Branding-Strategie	9
2.3	Employer Value Proposition als Kern der Arbeitgebermarke	12
2.4	Self-fulfilling prophecy – negative Botschaften schrecken ab	15
3	Employees auf neuer Reiseroute unterwegs	19
3.1	Neue Handlungsfelder in der Rekrutierungsphase	19
3.2	Neue Handlungsfelder beim Onboarding	24
3.3	Neue Handlungsfelder der Mitarbeiterbindung	27
4	Zukünftige Herausforderungen	41
4.1	Gezielte Migration von Fachkräften	42
4.2	Roboter für Routinejobs	43
4.3	Künstliche Intelligenz und Digitalisierung	45
4.4	Chatbots helfen bei der Jobsuche	49
	Literatur	53