

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