

Inhaltsverzeichnis

1	Fachkräftemangel und „Big Quit“	1
2	Ausgangspunkt und Nutzen eines professionellen Employer Branding	7
3	Der Begriff Unternehmenskrise und die heutige Bedeutung von Krisenmanagement	19
4	Corona-Krise und Employer Branding – eine empirische Studie	25
4.1	Methodische Grundlagen unserer Studie	25
4.2	Employer Branding während der Corona-Krise	29
5	Employer Branding – Jetzt und in Zukunft	37
	Literatur	45