

# Inhaltsverzeichnis

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