

**Astrid Nelke
Malte Fischer**

30 Minuten

Employer Branding

Inhalt

Vorwort	6
1. Beschäftigte finden und binden – eine Herausforderung	9
Das Finden und das Binden	10
Employer Branding wird wichtiger	15
2. Was ist Employer Branding?	21
Definition von Employer Branding	22
Funktion und Ziele von Employer Branding	25
Employer Brand Management	30
3. Arbeitgebermarke definieren	35
Begriff der Employer Value Proposition	36
Erarbeitung der Employer Value Proposition	38
Festlegung des Kommunikationsprogramms	61
4. Arbeitgebermarke kommunizieren	65
Implementierung der Arbeitgebermarke im Unternehmen	66
Markenkommunikation entlang der Kontaktpunkte	73
Kontrolle des Erfolgs der Arbeitgebermarke	79
Sieben Erfolgsregeln für Employer Branding	81

Fast Reader	86
Die Autor_innen	92
Weiterführende Literatur	94
Register	95