

Julian Krüger

Differenzierung der Employer Branding Strategie zur Mitarbeitergewinnung

Bachelorarbeit

BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Impressum:

Copyright © 2019 GRIN Verlag
ISBN: 9783668925540

Dieses Buch bei GRIN:

<https://www.grin.com/document/463398>

Julian Krüger

Differenzierung der Employer Branding Strategie zur Mitarbeitergewinnung

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

http://www.twitter.com/grin_com

Hochschulzentrum Bremen

Bachelor-Thesis

im Studiengang Wirtschaft und Management

zur Erlangung des Grades eines

Bachelor of Arts (B.A.)

über das Thema

**Differenzierung der Employer Branding Strategie zur
Mitarbeitergewinnung**

von

Julian Krüger

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	IV
Tabellenverzeichnis.....	IV
Abkürzungsverzeichnis	V
Formelverzeichnis	VI
Symbolverzeichnis	VI
1 Einleitung	1
1.1 Problemstellung.....	1
1.2 Zielsystematik	3
1.3 Aufbau der Arbeit.....	4
2 Employer Branding	5
2.1 Definition und Einordnung.....	5
2.1.1 Corporate Brand	8
2.1.2 Employer Brand	10
2.1.3 Employer Value Proposition	13
2.2 Strategie.....	17
2.3 Interne Ausrichtung.....	18
2.4 Externe Ausrichtung.....	20
2.5 Zielgruppen	22
3 Empirische Studie	25
3.1 Erhebung	25
3.1.1 Methodenauswahl.....	25
3.1.2 Zielgruppen	27
3.1.3 Aufbau des Fragebogens	30
3.2 Hypothesenbildung.....	32

4 Analyse der Ergebnisse	34
4.1 Informationsquellen	36
4.2 Arbeitnehmerpräferenzen	41
4.3 Digitalisierung	45
4.4 Hypothesenprüfung	48
5 Handlungsempfehlungen	51
5.1 Informationsquellen	51
5.2 Arbeitnehmerpräferenzen	54
5.3 Digitalisierung	58
6 Fazit	60
6.1 kritische Reflexion	60
6.2 Ausblick	61
Anhangverzeichnis	VI
Literaturverzeichnis	XIII

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Zielkonzept.....	4
Abbildung 2: Einordnung Employer Branding	8
Abbildung 3: Funktionen und Wirkungsbereiche einer Employer Brand.....	11
Abbildung 4: Inhalte einer Employer Value Proposition.....	16
Abbildung 5: Employer Branding Prozess.....	18
Abbildung 6: Stichprobensegmentierung.....	35
Abbildung 7: Strichdiagramm Frage 1 – Informationsquellen	39
Abbildung 8: Strichdiagramm Frage 3 – Digitalisierung.....	47
Abbildung 9: Matrix – Informationsquellen	54
Abbildung 10: Matrix – Digitalisierung.....	59

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Ergebnisse Frage 1 – Informationsquellen.....	37
Tabelle 2: Gruppeneinteilung.....	38
Tabelle 3: Ergebnisse Frage 2 – Arbeitnehmerpräferenzen	42
Tabelle 4: Ergebnisse Frage 3 – Digitalisierung	46
Tabelle 5: Prüfung Hypothese H1	48
Tabelle 6: Prüfung Hypothese H2.....	49
Tabelle 7: Prüfung Hypothese H3.....	49
Tabelle 8: Korrelationsanalyse Hypothese H4 (gesamte Stichprobe).....	50
Tabelle 9: Korrelationsanalyse Hypothese H4 (gruppenspezifisch)	51
Tabelle 10: Höchstwerte – Arbeitnehmerpräferenzen.....	56