

Anonym

**Employer Branding. Status Quo und
Maßnahmen zur Steigerung der
Arbeitgeberattraktivität am Beispiel einer
Fitnessanlage**

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 © 2020 GRIN Verlag
ISBN: 9783346312068

Dieses Buch bei GRIN:

<https://www.grin.com/document/967231>

Anonym

Employer Branding. Status Quo und Maßnahmen zur Steigerung der Arbeitgeberattraktivität am Beispiel einer Fitnessanlage

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

Inhaltsverzeichnis

1	EINLEITUNG UND PROBLEMSTELLUNG	4
2	ZIELSETZUNG.....	5
3	GEGENWÄRTIGER KENNTNISSTAND	6
3.1	Begriffsdefinition Employer Brand	6
3.2	Ziele und Aufgaben des Employer Brandings	7
3.3	Entstehung der Arbeitgebermarke.....	9
3.3.1	Analyse.....	10
3.3.2	Planung.....	11
3.3.3	Implementierung	11
3.3.4	Beurteilung	12
3.4	Dimensionen der Arbeitgeberattraktivität	13
3.5	Einflussfaktoren der Arbeitgeberattraktivität	15
3.5.1	Arbeitgeberimage.....	15
3.5.2	Arbeitgeberqualität.....	16
3.6	Demographischer Wandel.....	17
3.7	Employer Branding im heutigen Zeitalter.....	19
3.8	Employer Branding - In Zeiten der Corona-Pandemie ein kurzer Ausblick.....	20
3.9	Corporate Identity	21
3.9.1	Begriffsdefinition Corporate Identity	21
3.9.2	Aufbau einer Corporate Identity.....	22
3.10	Definition der Unternehmenszielgruppe.....	23
4	EMPIRISCHE STUDIE	24
4.1	Vorstellung des zu betrachtenden Unternehmens.....	24
4.2	Einige Grundbegriffe	25
4.2.1	Empirie	25
4.2.2	Methoden.....	25

4.2.3	Qualitative und quantitative Daten	25
4.2.4	Variable	26
4.3	Datenerhebung.....	26
4.3.1	Aufbau und Inhalt des Fragebogens	27
4.3.2	Gestaltung der Fragen und Antwortmöglichkeiten.....	28
4.3.3	Datenerhebungs-Tool und Gestaltung des Fragebogens.....	29
4.3.4	Pretest	30
4.4	Durchführung und Herausforderungen der Datenerhebung.....	31
5	ERGEBNISSE.....	32
5.1	Status Quo der Arbeitgeberattraktivität – Frage-Antwort-Darstellung.....	32
5.2	Auswertung der Ergebnisse	48
6	HANDLUNGSEMPFEHLUNG UND MAßNAHMEN.....	51
7	ZUSAMMENFASSUNG	53
8	LITERATURVERZEICHNIS	55
9	ABBILDUNGSVERZEICHNIS.....	59
	ANHANG 1 – FRAGEBOGEN.....	61
	ANHANG 2 – OUTPUT SPSS	64