

Inhaltsverzeichnis

Vorwort zur zweiten Auflage	5
Einführungsbeitrag	
Employer Branding <i>Armin Trost</i>	13
Fokusthemen	
Die Employer Branding Ideenfabrik <i>Nadja Schnetzler und Armin Trost</i>	79
Employer Branding in kleinen und mittelständischen Unternehmen <i>Matthias Adrion</i>	87
Internationales Employer Branding <i>Armin Trost</i>	99
Digitales Employer Branding – Kommunikationsarchitektur für das Arbeitgeberimage <i>Michael Eger und Björn Eichstädt</i>	111
Kandidaten dort abholen, wo sie sind: Wie Social Media das Recruiting und Personalmarketing verändert <i>Hans-Christoph Kürn</i>	133
Videos im Employer Branding <i>Bernd Schmitz</i>	143
HR-PR – Nach dem Ende der Personalwerbung <i>Manfred Böcker</i>	159
Arbeitsrechtliche Wege zu einer starken Arbeitgebermarke <i>Annabel Lehnen und Mathias Kaufmann</i>	175
Kann man den Erfolg von Employer Branding messen? <i>Louise von Bothmer und Markus Graf</i>	189
Employer Value Management – Stärkung der Arbeitgeberattraktivität durch Verbesserung des Arbeitgeberangebots <i>Alfred Quenzler und Sören Frickenschmidt</i>	203

Vom Employer Branding zum Employer Shaping – Wie sich die Arbeitgebermarke ganzheitlich steuern lässt <i>Carsten Franke, Oliver Mattern und Jan Willand</i>	219
Wahre Schönheit kommt von innen – Der Great Place to Work®-Ansatz <i>Frank Hauser</i>	235
Der nachhaltige Arbeitgeber <i>Petra Lewe und Armin Trost</i>	249
Brauchen starke Marken eine Arbeitgebermarke? <i>Wolf-Bertram von Bismarck</i>	261

Unternehmensbeispiele

SICK AG – Die Evolution einer erfolgreichen Arbeitgebermarke <i>Bernd Konschak</i>	275
Aus Tradition: Zukunft! – Wie sich das Familienunternehmen Diehl als Arbeitgeber neu positioniert <i>Manuela Kallinowsky</i>	291
Bürkert – Gelebte Unternehmenswerte als Arbeitgebermarke <i>Meike Querengässer und Nadine Schmid</i>	305
Internationales Employer Branding bei Ernst & Young <i>Kira Schmitt und Steffen Laick</i>	315
Weiterentwicklung der globalen Arbeitgeberpositionierung bei SAP <i>Susanne Labonde</i>	331
Attraktiver Arbeitgeber auch für Auszubildende – innovative Konzepte und Erfahrungen bei Festo <i>Stefan F. Dietl</i>	341
Wie HR-Events »social« werden – Multimediale Kommunikation im Rahmen des Arbeitgebermarketings bei Bertelsmann <i>Nico Rose</i>	355
Strategisches Employer Branding bei Audi <i>Alfred Quenzler, Andrea Killinger und Michael Groß</i>	369
»Jetzt weiß ich, was ich will!«: Erfahrungen mit der Weckung von Ordensberufungen <i>Terwitte, Bruder Paulus</i>	387

Konkurrenten in Kooperation – Employer Branding und Personalmarketing in Unternehmensnetzwerken <i>Peter Böttger</i>	397
Stichwortverzeichnis	415