

Armin Trost (Hrsg.)

# Employer Branding

Arbeitgeber positionieren  
und präsentieren

HOCHSCHULE  
-IECHTFNSTEIN  
Bibliothek

<b>Inhalt</b>	ldisimiaH»*? '•• vn'Ki i^~n ••-olfjroH ;lmraoins ; k«s ein ftohiia. näiiniil/.
<b>Vorwort</b> .....	5
<b>globalen Arbeitgebermarken</b>	
<b>Grundlagen</b> .....	.OAIWi*
<b>Employer Branding</b> .....	13
<i>Armin Trost</i>	
<b>Wissenschaftliche Aspekte zum Employer Branding</b> .....	78
<i>Mladen Petkovic</i>	
<b>Anwendungen</b> .....	•'''
<b>Wahre Schönheit kommt von innen:</b>	
<b>DerGreatPlacetoWork®-Ansatz</b> .....	y -e " ' 97
<i>Franz Hauser</i>	
	<i>Hauor vi nm.-i nov</i>
<b>Die Employer Branding Ideenfabrik</b> .....	111
<i>Nadja Schmetzler, Armin Trost</i>	, ,
<b>Die Karrierewebsite: Verbindung zwischen Employer Branding und Recruiting</b> .....	118
<i>Michael Eser, Sören Frickenschmidt</i>	
<b>HR-PR: Mit Geschichten und Fakten für die Arbeitgebermarke punkten</b> .....	6
<i>Manfred Böcker</i>	
<b>Kandidaten dort abholen, wo sie sind:</b>	,~ . f-
<b>Wie Web 2.0 das Recruiting und Personalmarketing verändert</b> .....	148
<i>Hans-Christoph Kiirn</i>	
<b>Employee Branding: Mitarbeiter als Botschafter der Arbeitgebermarke</b> .....	156
<i>Mariana Dehlsen, Carsten Franke</i> .. .. . , . . . "	
<b>Im Rampenlicht: Webvideos als Instrument der Personah-ekrutierung</b> .....	170
<i>Rainer Zugehör</i>	

**Wissen, was ankommt: Employer Branding im Stellenmarkt . . . . . 179**

*Sabine Bode, Matthias Adrion*

**Unternehmensbeispiele**

Audi AG

**Strategisches Employer Branding . . . . . 191**

*Alfred Quenzler*

Bertelsmann AG

**Create Your Own Career. . . . . 191**

*Gero Hesse*

SICK AG

**»Geistesblitze« und »Erfinderkinder« . . . . . 221**

*Bernd Konschak*

Ernst & Young

**Die neue globale Employer-Branding-Kampagne**

**von Ernst & Young . . . . . 232**

*Steffen Laick*

PricewaterhouseCoopers (PwC)

**Entwicklung eines europäischen Employer Brandings bei PwC . . . . . 243**

*Britta Thomys, Thomas Teetz*

Festo AG

**Attraktiver Arbeitgeber auch für Auszubildende:**

**Innovative Konzepte und Erfahrungen . . . . . 249**

*Stefan F. Dietl*

DORMA GmbH u. Co. KG

**Die Chancen eines Hidden Champions**

**in der Personalbeschaffung. . . . . 251**

*Michael Ecker*

Automotive Supplier Industry

**In Bayern ganz oben:**

**Eine Initiative führender Automobilzulieferer in Nordbayern . . . . . 271**

*Achim Oettinger, Peter Böttger*

PUMA AG	
<b>Brauchen starke Marken eine Arbeitgebermarke?</b> . . . . .	283
<i>Wolf-Bertram von Bismarck</i>	
SAP AG	
<b>Aufbau der globalen Arbeitgebermarken</b>	
<b>»SAP« und »SAP-Ecosystem«</b> . . . . .	294
<i>Susanne Labonde</i>	
Kapuzinerorden in Deutschland	
<b>»Jetzt weiß ich, was ich will!«: Erfahrungen mit der Weckung</b>	
<b>von Ordensberufungen.</b> . . . . .	306
<i>Terwite, Bruder Paulus</i>	
<b>Stichwortverzeichnis</b> . . . . .	317