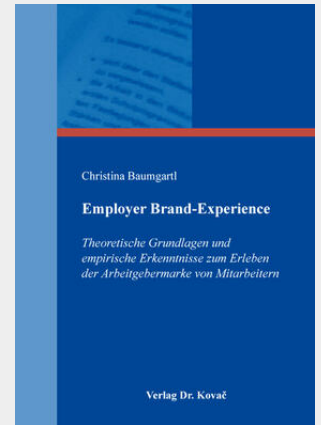


Baumgartl

Employer Brand-Experience

Theoretische Grundlagen und empirische Erkenntnisse zum Erleben der Arbeitgebermarke von Mitarbeitern

Der War for Talents ist eine zentrale Herausforderung für Unternehmen. Bedingt durch den demografischen Wandel und gestiegene Anforderungen an Mitarbeiterprofile können allein in Deutschland Millionen von Stellen nicht oder nicht adäquat besetzt werden. Um die richtigen Mitarbeiter anzuziehen, für sich zu gewinnen und an sich zu binden, investieren Unternehmen in ihre Arbeitgebermarke. Ziel des sogenannten Employer Brandings ist es, über emotionale und rationale Faktoren hinaus Werte zu transportieren, die die wahrgenommene Attraktivität und Passung als Arbeitgeber erhöhen. Während die Praxis sich seit nunmehr einigen Jahren mit diesem Thema auseinandersetzt, sind akademische Arbeiten zum Employer Branding nach wie vor selten. Zudem basieren bestehende empirische Analysen überwiegend auf Studentensamples, während sich kaum Arbeiten zum Beitrag und der Nachhaltigkeit des Employer Brandings aus Sicht junger Mitarbeiter finden, die den Schritt in die Praxis bereits vollzogen haben und nun ein erstes Resümee ziehen. Genau an diesen beiden Punkten setzt die Arbeit von Dr. Christina Baumgartl an. Basierend auf dem Forschungsstand zum Employer Branding entwickelt sie ein theoretisch-konzeptionelles Wirkungsmodell zum Effekt des Employer Brandings auf die Arbeitgeberattraktivität und nachgelagerte Erfolgsgrößen des HR-Managements. Eine quantitativ-empirische Überprüfung des Modells belegt den positiven Effekt der sogenannten Employer Brand-Experience, zeigt aber auch Grenzen des Konzepts auf. So wirken rationale Kriterien wie z.B. das Gehalt auch bei jungen Mitarbeitern deutlich stärker auf die wahrgenommene Arbeitgeberattraktivität als emotionale Aspekte, die vielfach im Markenerlebnis vereint sind. Die Untersuchung zeigt aber auch, dass eine positive Employer Brand-Experience den Effekt negativer rationaler Informationen abschwächt.



98,80 €

92,34 € (zzgl. MwSt.)

Lieferfrist: bis zu 10 Tage

Artikelnummer: 9783339108081

Medium: Buch

ISBN: 978-3-339-10808-1

Verlag: Verlag Dr. Kováč

Erscheinungstermin: 01.07.2019

Sprache(n): Deutsch

Auflage: 1. Auflage 2019

Serie: Schriftenreihe Merkur

Produktform: Kartoniert

Gewicht: 325 g

Seiten: 260

Format (B x H): 148 x 210 mm

