

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	XIII
Abbildungsverzeichnis	XV
Tabellenverzeichnis	XVII
1 Einleitung und Problemstellung.....	1
2 Vorbetrachtung	3
2.1 Grundlegende Definitionen.....	3
2.2 Durchgeführte Umfragen	4
2.2.1 Umfrage: Arbeitgeber der Region Nordschwarzwald...	4
2.2.2 Umfrage: inländische arbeitnehmer.....	4
2.2.3 Umfrage: ausländische Arbeitnehmer	5
3 Umriss der Region Nordschwarzwald	7
3.1 Lage und Demografie.....	7
3.2 Kultur und Image	14
3.2.1 Subjektive Einschätzung	15
3.2.2 Einschätzung auf Basis der Umfrage inländischer Arbeitnehmer.....	16
3.3 Wirtschaftlicher Umriss	19
3.4 Zukünftige Probleme und Anforderungen der Arbeitgeber an die Region Nordschwarzwald und ihre Arbeitnehmer	27
4 Employer Branding	29
4.1 Definition	29
4.2 Der Prozess zur Kreation einer Arbeitgebermarke	32
4.3 Ausprägungen der Arbeitgebermarke	34
4.3.1 Corporate Identity	37
4.3.1.1 Corporate design	38

4.3.1.2 Corporate Behaviour.....	39
4.3.2 Corporate Social Responsibility	40
4.4 Internationale Kontakte als Faktor des Employer Branding und der Arbeitskräftegewinnung.....	40
4.4.1 Personalbeschaffung	41
4.4.2 Arbeitgeberattraktivität	44
4.4.3 Mitarbeiterbindung.....	44
4.4.4 Weiterentwicklung der eigenen Mitarbeiter	46
4.4.5 Steigerung der Motivation und Leistungsbereitschaft	47
4.4.6 Kurationsprozess einer Arbeitgebermarke	51
5 Gewinnung von Arbeitskräften für kleinere und mittlere Unternehmen.....	59
5.1 Vorteile von kleineren und mittleren Unternehmen gegenüber Großunternehmen	59
5.2 Methoden der Arbeitskräftegewinnung.....	61
5.2.1 Stellenanzeigen.....	61
5.2.2 Institutionen und Behörden.....	62
5.2.3 Personaldienstleister	63
5.2.4 Messen	65
5.2.5 Bildungseinrichtungen	66
5.2.6 Social Media	68
5.2.7 weitere Methoden der Arbeitskräftegewinnung.....	71
5.2.8 Arbeitskräftegewinnung durch Employer Branding ...	72
5.2.9 Vergleich der internen und externen Personalgewinnung	73
5.3 Besonderheiten bei technischen Fachkräften	74
5.4 Hürden der Arbeitskräftegewinnung aus dem Ausland ..	77
5.4.1 Politisch und juristisch.....	77

5.4.2 Vergleichbarkeit von Abschlüssen und Qualifikationen	79
5.4.3 Kultur und andere soziale Faktoren	80
5.4.4 Stimmungsbarometer ausländischer Arbeitnehmer ..	80
5.5 Wie lassen sich Arbeitskräfte an die Region Nordschwarzwald binden?	82
6 Fazit und Handlungsempfehlungen	85
6.1 Zusammenfassung der Probleme und Anforderungen der Region Nordschwarzwald und deren kleinen und mittleren Unternehmen	85
6.2 Wichtigkeit internationaler Kontakte für das Employer Branding und die Arbeitskräftegewinnung	86
6.3 Lösungsansätze und Handlungsempfehlungen	87
6.4 Fazit	92
Anhang	95
Literaturverzeichnis	161
Glossar	165

Employer Branding für KMU

Die Bedeutung internationaler Kontakte bei der
Gewinnung von Arbeitskräften

Hanußek, D.V.

2016, XVII, 165 S. 12 Abb. in Farbe., Softcover

ISBN: 978-3-658-11834-1