

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	V
Tabellenverzeichnis	IX
Abbildungsverzeichnis	XI
1 Methodischer Aufbau	1
1.1 Einleitung	1
1.2 Problemstellung	1
1.3 Vorgehensweise und Zielsetzung der Arbeit	2
2 Fachkräftemangel	4
2.1 Grundlagen	4
2.1.1 Definition und Ursachen.....	5
2.1.2 Das schweizerische Gesundheitssystem	6
2.1.3 Aktuelle Entwicklungen	9
2.2 Die Generationen der Arbeitswelt	15
2.2.1 Aktuelle Studien zur Generation Y.....	17
2.2.2 Interpretation der Studien	22
2.3 Fazit	22
3 Employer Branding	24
3.1 Definition und Abgrenzung	24
3.2 Empirische Basis	26
3.3 Erfolgsvoraussetzungen	29
3.3.1 Analyse und Strategieentwicklung.....	32
3.3.2 Markenpositionierung.....	35
3.3.3 Externe Kommunikation.....	37
3.3.4 Employer Brand Controlling.....	39
3.3.5 Personalmarketing	42
3.4 Fazit	44
4 Behavioral Branding	46
4.1 Ausgangslage	46
4.2 Die Bedeutung der Führungs- und Unternehmenskultur	48
4.3 Das Behavioral Branding Konzept	50
4.3.1 Zielformulierung	51

4.3.2	Strategieentwicklung.....	52
4.3.3	Umsetzungsplanung und Steuerung	54
4.4	Die Verankerung der Markenorientierung nach innen	55
4.5	Fazit	59
5	Empirische Darstellung und Ergebnisse	60
5.1	Konzeption	60
5.2	Eigene Untersuchung	62
5.2.1	Umfrage	62
5.2.2	Experteninterviews.....	65
5.2.3	Der Interviewleitfaden	65
5.2.4	Kurzportrait der Experten.....	66
5.3	Ergebnisse	68
5.3.1	Online-Befragung.....	68
5.3.2	Zusammenfassung der Experteninterviews	80
5.4	Lessons Learned	84
6	Konklusion und Lösungsansätze in Bezug auf die Forschungsfrage	85
6.1	Schlussfolgerung und Diskussion der empirischen Analyse	85
6.2	Handlungsempfehlungen im Gesamtkontext	88
7	Zusammenfassung und Ausblick	96
	Literaturverzeichnis	98

Employer- und Behavioral Branding im
Gesundheitswesen

Konzepte zur Bewältigung des Fachkräftemangels

Biernoth, M.

2016, XI, 101 S. 21 Abb. in Farbe., Softcover

ISBN: 978-3-658-12865-4