

# }essentials{

Wolfgang Immerschitt · Marcus Stumpf

## Neue Herausforderungen im Employer Branding

Wie Digitalisierung und Homeoffice  
den Aufbau von Arbeitgebermarken  
verändert haben



BOOK+  
COURSE



Springer Gabler

---

essentials

**essentials plus online course**

*essentials* liefern aktuelles Wissen in konzentrierter Form. Die Essenz dessen, worauf es als „State-of-the-Art“ in der gegenwärtigen Fachdiskussion oder in der Praxis ankommt. In Ergänzung zum Buchprojekt gibt es einen hochwertigen Online-Kurs auf iversity.

*essentials* informieren schnell, unkompliziert und verständlich

- als Einführung in ein aktuelles Thema aus Ihrem Fachgebiet
- als Einstieg in ein für Sie noch unbekanntes Themenfeld
- als Einblick, um zum Thema mitreden zu können

Die Bücher in elektronischer und gedruckter Form bringen das Fachwissen von Springerautor\*innen kompakt zur Darstellung. Sie sind besonders für die Nutzung als eBook auf Tablet-PCs, eBook-Readern und Smartphones geeignet. *essentials* sind Wissensbausteine aus den Wirtschafts-, Sozial- und Geisteswissenschaften, aus Technik und Naturwissenschaften sowie aus Medizin, Psychologie und Gesundheitsberufen. Von renommierten Autor\*innen aller Springer-Verlagsmarken.

---

Wolfgang Immerschitt · Marcus Stumpf

# Neue Herausforderungen im Employer Branding

Wie Digitalisierung und Homeoffice  
den Aufbau von Arbeitgebermarken  
verändert haben

 Springer Gabler

Wolfgang Immerschitt  
Employer Branding Institute  
Hallwang bei Salzburg, Österreich

Marcus Stumpf  
Employer Branding Institute  
Frankfurt am Main, Deutschland

ISSN 2197-6708

essentials

ISSN 2731-8028

essentials plus online course

ISBN 978-3-658-39463-9

<https://doi.org/10.1007/978-3-658-39464-6>

ISSN 2197-6716 (electronic)

ISSN 2731-8036 (electronic)

ISBN 978-3-658-39464-6 (eBook)

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

© Der/die Herausgeber bzw. der/die Autor(en), exklusiv lizenziert an Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, ein Teil von Springer Nature 2022

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von allgemein beschreibenden Bezeichnungen, Marken, Unternehmensnamen etc. in diesem Werk bedeutet nicht, dass diese frei durch jedermann benutzt werden dürfen. Die Berechtigung zur Benutzung unterliegt, auch ohne gesonderten Hinweis hierzu, den Regeln des Markenrechts. Die Rechte des jeweiligen Zeicheninhabers sind zu beachten.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag, noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen. Der Verlag bleibt im Hinblick auf geografische Zuordnungen und Gebietsbezeichnungen in veröffentlichten Karten und Institutionsadressen neutral.

Planung/Lektorat: Manuela Eckstein

Springer Gabler ist ein Imprint der eingetragenen Gesellschaft Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH und ist ein Teil von Springer Nature.

Die Anschrift der Gesellschaft ist: Abraham-Lincoln-Str. 46, 65189 Wiesbaden, Germany

---

## Was Sie in diesem *essential* finden können

- Gründe, warum Arbeitgebermarken neu definiert werden müssen und welche Rolle dabei Purposes spielen
- Herausforderungen für Personalrekrutierer:innen und Führungskräfte durch veränderte Lebens- und Arbeitsentwürfe
- Hinweise zu den Stellen, an welchen bestehende Employer-Branding-Strategien überdacht werden müssen
- Erläuterungen zu den Kontaktpunkten entlang der Employee Journey, die an Bedeutung gewonnen haben
- Neue Ansätze zur Ansprache von Kandidat:innen sowie zur Integration von Newcomern und der Bindung von Mitarbeiter:innen
- Antworten auf die Herausforderungen von Remote Work durch Führen auf Distanz
- Ausblick auf neue Aktionsfelder des Employer Brandings, die in Zukunft eine stärkere Rolle spielen werden