

Julian Maurer

Employer Branding in Regionalbanken

**Employer Branding als Schlüssel unternehmerischen
Erfolgs regional operierender universeller
Kreditinstitute**

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

© 2020 Julian Maurer

Edition EconomicResearch

Verlag und Druck: tredition GmbH, Halenreihe 40-44, 22359 Hamburg

ISBN

Paperback 978-3-347-06016-6

e-Book 978-3-347-06018-0

Das Werk, einschließlich seiner Teile, ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung ist ohne Zustimmung des Verlages und des Autors unzulässig. Dies gilt insbesondere für die elektronische oder sonstige Vervielfältigung, Übersetzung, Verbreitung und öffentliche Zugänglichmachung.

Inhaltsverzeichnis

Einführung.....	3
Theoretische Grundlagen	11
Regional operierende Kreditinstitute	11
<i>Begriffliche Abgrenzung.....</i>	<i>11</i>
<i>Begriff der Universalbank.....</i>	<i>13</i>
<i>Merkmale und geschichtlicher Hintergrund.....</i>	<i>14</i>
<i>Stärken regional operierender universeller Kreditinstitute.....</i>	<i>19</i>
<i>Schwächen regional operierender universeller Kreditinstitute</i>	<i>23</i>
<i>Bedeutung für die Bankwirtschaft.....</i>	<i>27</i>
Human Resources und Humankapital	33
Überblick	33
<i>Bedeutung der Arbeitskraft der Mitarbeiter.....</i>	<i>37</i>
<i>Der Potenzialträger im unternehmerischen Umfeld.....</i>	<i>39</i>
<i>Personalbedarf in regional operierenden Kreditinstituten</i>	<i>41</i>
Demografischer Wandel.....	45
Der demografische Wandel als gesellschaftliches Phänomen	46
Bedeutung des demografischen Wandels für den Arbeitsmarkt ...	49
Bedeutung für Unternehmen und Institutionen	53
Herausforderungen der Zukunft im Zusammenhang mit hoher Wettbewerbsintensität	54
Employer Branding	57
Abgrenzung der Employer Brand zur Corporate Brand	59
Abgrenzung des Employer Branding zum Personalmarketing	61
Bedeutung von Employer Branding im heutigen Arbeitsmarkt ...	62
Wirkungsbereiche der Employer Brand.....	65
Employer Branding-Prozess in Regionalbanken	69
Status Quo des Employer Branding in Regionalbanken.....	71

Blick in die Praxis	73
Ausgewählte Beispiele für Employer Branding-Maßnahmen	73
<i>Betriebliches Gesundheitsmanagement</i>	<i>77</i>
<i>Diversity Management.....</i>	<i>79</i>
<i>Gewährleistung von Work-Life-Balance.....</i>	<i>81</i>
<i>Corporate Social Responsibility.....</i>	<i>83</i>
<i>Nachhaltige Unternehmenskultur (Corporate Sustainability)</i>	<i>85</i>
<i>Regionale Verantwortung (Corporate Citizenship)</i>	<i>89</i>
<i>Gelebte Unternehmenskultur</i>	<i>91</i>
<i>Weiterbildungsmanagement.....</i>	<i>92</i>
<i>Bewertungs- und Testimonialsmanagement.....</i>	<i>95</i>
<i>Imagepolitik</i>	<i>99</i>
<i>Konstituierung einer Unternehmensphilosophie.....</i>	<i>100</i>
Ausblick.....	103
Literatur	107