

**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

*Begriffliche Abgrenzung..... 11*

*Begriff der Universalbank..... 13*

*Merkmale und geschichtlicher Hintergrund..... 14*

*Stärken regional operierender universeller Kreditinstitute..... 19*

*Schwächen regional operierender universeller Kreditinstitute ..... 23*

*Bedeutung für die Bankwirtschaft..... 27*

## **Human Resources und Humankapital ..... 33**

Überblick ..... 33

*Bedeutung der Arbeitskraft der Mitarbeiter..... 37*

*Der Potenzialträger im unternehmerischen Umfeld..... 39*

*Personalbedarf in regional operierenden Kreditinstituten ..... 41*

## **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

<b>Blick in die Praxis .....</b>	<b>73</b>
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>
<b>Ausblick.....</b>	<b>103</b>
<b>Literatur .....</b>	<b>107</b>