

1. Record Nr.	UNINA9910163156703321
Autore	Mast Claudia
Titolo	Employer Relations : Arbeitgeberkommunikation – neues Handlungsfeld für Unternehmen // Claudia Mast, Alexandra Simtion
Pubbl/distr/stampa	Köln, : Herbert von Halem Verlag, 2016
ISBN	3-7445-1068-9 3-7398-0010-0 3-7398-0011-9
Edizione	[1st ed.]
Descrizione fisica	1 online resource (313 pages) : illustrations (some color), graphs
Disciplina	331
Soggetti	Arbeitgeberkommunikation Arbeitnehmer Auszubildende Best Practice Ebay Employer Relations ING-DiBa Job-Typen Metro Otto Personalkommunikation Public Relations Stakeholder Studierende Unternehmenskommunikation ebm-papst repräsentative Befragung
Lingua di pubblicazione	Tedesco
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Note generali	[1. Auflage]
Nota di bibliografia	Includes bibliographical references.
Sommario/riassunto	Demografischer Wandel und Fachkräftemangel – das Umfeld der Unternehmen ändert sich gravierend. Wie wollen sie die

Aufmerksamkeit ihrer künftigen Mitarbeiter im Informationsrauschen der digitalisierten Medienwelten finden? Wie kommunizieren denn Firmen überhaupt in ihrer Rolle als Arbeitgeber? Und was erwarten die Stakeholder, die sie ansprechen wollen? In der vorliegenden Studie werden Ergebnisse aus einem mehrstufigem Forschungsprogramm vorgestellt – von einer breit angelegten Umfrage unter Kommunikations- und Personalverantwortlichen der Top-500-Unternehmen in Deutschland, Befragungen unter abhängig Beschäftigten, Auszubildenden und Studierenden sowie qualitativen Analysen bei ausgewählten Firmen und Best-Practice-Beispielen aus der Unternehmenspraxis. Stakeholder-Präferenzen werden dabei Schritt für Schritt den Unternehmensperspektiven gegenübergestellt. Dabei wird klar: In der Arbeitgeberkommunikation treffen Firmen auf eine Vielfalt von Erwartungen. Vor ihnen liegt noch ein langer Weg in diesem neuen Kommunikationsfeld – vom instrumentellen Zielgruppen-Denken hin zu einer klaren Stakeholder-Perspektive. Employer Relations als neues Handlungsfeld der Unternehmenskommunikation umfasst die Kommunikationsbeziehungen von Arbeitgebern zu den internen und externen Stakeholdern gleichermaßen. Das Buch plädiert daher für eine integrierte Betrachtungsweise, die inzwischen überholte Rivalitäten zwischen den unterschiedlichen Perspektiven von Marketing, Corporate Communications und Human Resources hinter sich lässt.
