



Ausschreibung Abschlussarbeiten (Bachelor oder Master)

Employer Branding:

Wie Organisationen als attraktive Arbeitgeber wahrgenommen werden

Organisationen stehen vor der Herausforderung, passende Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu gewinnen und langfristig an sich zu binden. Der demografische Wandel, der viel diskutierte Fachkräftemangel sowie die sich ändernden Präferenzen und Erwartungen von (potenziellen) Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer sind nur einige der Gründe. Um als attraktiver Arbeitgeber wahrgenommen zu werden und die Bindung der Beschäftigten an die Organisation zu stärken, kann die Betrachtung der internen und externen Dimensionen des Employer Branding einen möglichen Lösungsansatz bieten.

Im Rahmen von Abschlussarbeiten sollen Prozesse und Maßnahmen des Employer Branding in verschiedenen Kontexten untersucht werden, z. B. in kleinen und mittelständigen Unternehmen, in Start-ups, im Non-Profit-Bereich, in einer bestimmten Branche oder in Genossenschaften. Ziel der Arbeit ist es, ein vertieftes Verständnis von Employer Branding sowie dessen Umsetzung in einem gewählten Kontext zu entwickeln, theoretisch zu diskutieren und praktische Handlungsempfehlungen abzuleiten.

Je nach Kontext kann die Abschlussarbeit auf einem systematischen Literaturüberblick oder auf einem qualitativen Forschungsdesign – Analyse von Interviews und Sekundärdaten (z. B. Stellenanzeigen und Webseiten) – basieren.

Die Abschlussarbeit kann in deutscher oder englischer Sprache verfasst werden. Weitere Details der Aufgabenstellung werden zu Beginn der Arbeit festgelegt.

Zeitraum

Die Bearbeitung ist ab sofort möglich.

Vorbereitende Literatur

Lievens, F., & Slaughter, J. E. (2016). Employer image and employer branding: What we know and what we need to know. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 3(1), 407-440.

Lievens, F., Van Hove, G., & Anseel, F. (2007). Organizational identity and employer image: Towards a unifying framework. *British Journal of Management*, 18(s1), S45-S59.

von der Oelsnitz, D., Behring, M., & Schmidt, J. (2023). *Krisengerechtes Employer Branding*. Springer, Wiesbaden

Anmeldung/Rückfragen

Bei Interesse an dem Thema und für weitere Informationen wenden Sie sich bitte per E-Mail an Hr. Ludger Voigt (l.voigt@tu-braunschweig.de).