

Inhaltsverzeichnis

Teil I Risikomanagement im Licht gesetzlicher und normativer Rahmenbedingungen

Christian Kruse

1	Einleitung	3
1.1	Motivation und Abgrenzung	3
1.2	Vorgehensweise und Inhalt der Untersuchung	5
2	Risikomanagement	7
2.1	Ursprung des Risikobegriffs	7
2.2	Definitionsansätze des Risikobegriffs	9
2.2.1	Zielorientierter Definitionsansatz	9
2.2.2	Entscheidungsbezogener Definitionsansatz	11
2.2.3	Informationsorientierter Definitionsansatz	13
2.2.4	Hintergründe der differenzierten Verwendung des Risikobegriffs	15
2.3	Abgrenzung der Begriffe „Unsicherheit“, „Ungewissheit“, „Risiko“ und „Sicherheit“	16
2.4	Risikomanagement im Unternehmen	17
2.4.1	Risikomanagement im engeren Sinne	19
2.4.2	Risikomanagement im weiteren Sinne	20
2.4.3	Ziele, Aufgabenbereiche und Organisation	24
2.4.4	Risikomanagementprozess	34
2.5	Realität und Mindestanforderungen	38
2.5.1	Gesetz zur Kontrolle und Transparenz	38
2.5.2	Deutscher Corporate Governance Kodex	48
2.5.3	Sarbanes-Oxley Act	49
2.5.4	Basel I, Basel II und Basel III	52
2.5.5	StARUG	54
2.5.6	IDW PS 340	56

2.5.7	IDW PS 981	58
2.5.8	DIIR Revisionsstandard Nr. 2	61
2.5.9	Enterprise Risk Management	62
2.5.10	Anforderungen an das Risikomanagement	70
2.5.11	Optimierungsbedarf am Risikomanagementprozess	71
2.6	Mathematische und statistische Grundlagen	77
2.7	Unternehmenssteuerung mithilfe der Balanced Scorecard	84
2.7.1	Kennzahlen und Kennzahlensysteme	85
2.7.2	Balanced Scorecard	87
2.7.3	Kritische Würdigung	100
2.7.4	Integrierte risikomanagementbezogene Konzeptionen	104
2.8	Organisatorische Integration	110
2.8.1	Reifegradmodell nach Hillson	116
2.8.2	Reifegradmodell nach Gleißner und Mott	117
2.8.3	Reifegradmodell nach Vanini und Leschenko	122
2.8.4	ERMMA-Messmodell	125
2.9	Einfluss und Macht	126
3	Fazit	139
	Literatur	145

Teil II Eine neue Führungsgeneration

Dr. Irmtraut Mecke

4	Einleitung	171
5	Ausgangslage	175
5.1	Rechtliche Ausgangslage	178
5.2	Neueste rechtliche Grundlagen	180
5.3	Zum Thema: „Absteigen, wenn du ein totes Pferd reitest“	182
6	Kompetenzen und Dimensionen	185
6.1	Subjektives und objektives Arbeitsgeschehen	187
6.2	Negativbilder zur Abschreckung	199
6.3	Positivbilder zum Anregen	206
6.4	Zum Thema: Wertschätzung und intelligente Steuerung der Systempartner	210
7	Krise als Chance	213
7.1	Verhalten und Vertrauen	213
7.2	Eysencks Persönlichkeitsdimensionen, die Big Five und B5+One	224
7.3	Team-Arbeit und Gruppengeschehen	231
7.4	Zum Thema: Eigenes Verhalten und institutionelles Vertrauen versus Misstrauen	239

8	Ohn-Macht	241
8.1	Mobbing und andere Hobbys	248
8.2	Personaleinstellungen und Commitment	258
8.3	Identität	263
8.4	Zum Thema: Macht/Ohnmacht, die Krux zu versagen oder einen neuen Führungsstil wagen	268
9	Fazit	271
	Literatur	274

Teil III Digitales Recruiting – Personalgewinnung unter Berücksichtigung der Digitalisierung

Alexander Räss

10	Einleitung	285
10.1	Begriffliche Abgrenzung	286
10.2	Interne- & externe Bedarfsdeckung	287
11	Recruiting im Wandel	289
11.1	Früher	289
11.2	Stand heute	290
11.3	Zukunft	293
12	Bewerbermangel	295
13	Veränderte Anforderungen – der Bewerber im Mittelpunkt	297
13.1	Candidate Personas	298
13.2	Candidate Experience	298
13.3	Cultural Fit	300
13.4	Anforderungen junger Kandidaten	300
14	Employer Branding	301
14.1	Funktion und Wirkungsbereich aus Arbeitgebersicht	302
14.2	Funktion und Wirkungsbereich aus Arbeitnehmersicht	303
15	Big Data	305
15.1	Active Sourcing	306
15.2	Risiken von Big Data	310
15.3	Entwicklung von Big Data im Recruiting	311
16	Recruiting Analytics	313
16.1	Aufbau von Tracking-Systemen	314
17	Ansprache & Vorqualifizierung	317

18	Recruiting Kanäle	321
18.1	Karriere-Seite des Unternehmens	323
18.2	Online-Stellenbörsen	324
18.3	Suchmaschinen	326
18.4	Karriereplattformen	329
18.4.1	Kununu	329
18.4.2	XING	331
18.4.3	LinkedIn	336
18.5	Social-Media	340
18.6	Internes Recruiting	342
18.7	Mitarbeiterempfehlungsprogramme & Referral-Management	344
18.8	Weitere Online-Tools	345
19	Online-Assessment	347
19.1	Datenschutz	348
19.2	Gestiegene Bedeutung von Online-Assessment	349
19.3	Gründe für die Beliebtheit von Online-Assessment	349
19.4	Selbstselektion durch Online-Assessment	352
19.5	Fremdselektion durch Online-Assessment	353
19.6	Ziele	355
20	Chatbots & automatisierte Kommunikation	357
20.1	Vorteile von Chatbots	359
21	Fazit	361
	Literatur	365