
Inhaltsverzeichnis

Einleitung	11
1 Human Resources als Basis des Unternehmenserfolges	13
1.1 Am Anfang steht eine Vision	13
1.2 Visionäres HR-Management	21
1.3 Employer Branding	32
1.4 Die HR-Bilanz	41
1.5 Messbare Wertschöpfung von Employer Branding	48
2 Der globalisierende Markt als Chance	57
2.1 Qualifikation – ein Wettbewerbsvorteil deutscher Unternehmen	59
2.2 Effizienz – eine Stärke deutscher Arbeitskultur	61
2.3 Mitarbeiter auf andere Kulturen vorbereiten	63
3 Herausforderung Demografie	65
3.1 In Aus- und Weiterbildung investieren	66
3.2 Frauen in technische Berufe	68
3.3 Generation Gold – 50 plus	69
3.4 Migranten – ein häufig unentdecktes Potenzial	72
3.5 Duales Studium	74
3.6 Strategien zur Fachkräftesicherung	75
3.7 Gesundheitsmanagement – die Leistungsfähigkeit präventiv erhalten	75
3.8 Immaterielle Anreizsysteme	76
3.9 Bildung als Fundament der Unternehmensstrategie	77
4 Was ein exzellentes HR-Management auszeichnet	81
4.1 Neue Mitarbeiter gewinnen	81
4.2 Die Human-Resources-Homepage	84
4.2.1 Einarbeitungsprogramme	87
4.2.2 Mitarbeiterqualifizierung und Weiterbildung	89
4.2.3 Möglichkeiten von Hochschulengagement	92
4.2.4 Zielorientierte Mitarbeitervergütung	93
4.2.5 Flexible Arbeitszeiten	93
4.2.6 Unternehmensleitlinien und -kultur	93
4.2.7 Freizeitwert der Region	98

Inhaltsverzeichnis

4.3	Weitere Tools des Personalmarketings	100
4.4	Kontakte zu Bewerbern	101
5	Bindung von High Potentials an das Unternehmen	103
5.1	Drei Hierarchieebenen von Fach- und Projektleitern	106
5.2	Entwicklung von High Potentials	108
5.3	Selbstpräsentation	112
5.4	Coaching und Mentoring	113
6	Gesundheitsmanagement und Work-Life-Balance	115
6.1	Partizipation der Belegschaft	118
6.2	Resultate des Gesundheitsmanagements	121
6.3	Betriebliches Eingliederungsmanagement	123
6.4	Gesundheitsmanagement in der Führungsstrategie	125
6.5	Work-Life-Balance und Arbeitszeitmodelle	127
6.6	Teilzeit und Jobsharing	129
6.7	Telearbeit	129
7	Führungsleitlinien	131
7.1	Entwicklung von Führungsleitlinien	132
7.2	Umsetzung von Führungsleitlinien	135
8	Unternehmenskultur	139
8.1	Prozesse der Unternehmenskultur	140
8.2	Prozess der Zielvereinbarung durch Target Card	142
8.3	Unternehmensführung und Fairness	146
8.4	Unternehmensethik und Leistung	147
8.5	Mission, Vision und Werte	149
8.6	Soziale Verantwortung des Managements	155
8.7	Krise als Chance	160
8.8	Social Responsibility	164
9	HR als modernes Servicecenter	171
9.1	Historie von Human Resources	172
9.2	Aufgaben gestern, heute, morgen	173
9.3	Bedarfsanalyse für HR-Aufgaben	176
9.4	Wirkungsvolles HR-Tool – die Mitarbeiterbefragung	177

10	Prozessorientiertes HR-Management	181
10.1	Prozessorganisation – wegweisend für die Zukunft	182
10.2	HR als Business Partner	186
10.3	Vom Business Partner zum Steering Partner	188
10.3.1	Exzellente HR-Arbeit	189
10.3.2	Generalistisches Handeln	189
10.3.3	HR-Face-Organisation	190
10.3.4	„Begeisternder“ HR-Manager	193
10.4	HR und das Prinzip Markt	193
10.5	Marketing für Personaldienstleistungen	196
10.6	Insourcing von HR-Aufgaben	200
11	Positionierung von HR innerhalb der Geschäftsleitung	203
11.1	Hürden auf dem Weg in die Unternehmensleitung	203
11.1.1	Der Personalmanager als Berater mit Stabsfunktion	204
11.1.2	Der Personalmanager als Spezialist	204
11.1.3	Der Personalmanager als Kostentreiber	205
11.1.4	Der Personalmanager als nüchterne Persönlichkeit	205
11.2	Der Weg in die Unternehmensleitung	205
11.3	Zukunftschancen für HR-Manager	207
	Schlussgedanken	209
	Literatur	211
	Abbildungsverzeichnis	215
	Stichwortverzeichnis	221