

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Gute Mitarbeiter sind Mangelware</b>	<b>1</b>
1.1	Der Krieg um Talente tobt	1
1.2	Mitarbeiter sind Kunden für das „Produkt“ Arbeitsplatz	8
1.3	Was wollen High Potentials und Jobnomaden?	15
1.4	Employer Branding – Employer Brand – Employee Relationship Management: eine Begriffsklärung	23
1.5	Die veränderte Rolle der HR-Verantwortlichen	27
1.6	ERM als Querschnittsaufgabe des Managements Literatur	30 32
<b>2</b>	<b>Das CORE Prinzip als ganzheitlicher Ansatz für Unter- nehmens- bzw. Organisationsresilienz</b>	<b>37</b>
2.1	Vernetzt Sinn stiften	37
2.2	Communication – vom schwarzen Brett bis zur modernen Feedback-Kultur	42
2.3	Organisation – von Stammdaten, Funktions- beschreibungen, Prozessmanagement bis zu Zielverfolgungssystemen	50
2.4	Recreation – von der betrieblichen Gesund- heitsvorsorge bis zum Mitarbeitershop und Veranstaltungsmanagement	56
2.5	Expert – vom Bewerbermanagement über die Unternehmensakademie bis zum Wissens- und Ideenmanagement	60

2.6	Werkzeuge des CORE Prinzips auf den Punkt gebracht . . . . .	65
	Literatur . . . . .	67

### 3

	<b>Das CORE Prinzip am Beispiel eines vielfachen Technologie- und Weltmarktführers . . . . .</b>	<b>73</b>
3.1	FILL im Hot Spot! Innviertel . . . . .	73
3.2	Das FILL Zukunftskonzept . . . . .	79
3.3	FILL Visionen, Ziele und Maßnahmen . . . . .	95
3.4	Das Mitarbeiterentwicklungsgespräch . . . . .	102
3.5	CORE smartwork . . . . .	108
3.6	Conclusio . . . . .	126

Vernetze Mitarbeiter, stifte Sinn

Employee Relationship Management am Beispiel eines  
Hidden Champions

Schoiswohl, M.A.

2016, XVI, 128 S., Hardcover

ISBN: 978-3-658-06333-7