

## Inhaltsverzeichnis

<b>Vorwort des Herausgebers</b> .....	<b>V</b>
<b>Inhaltsübersicht</b> .....	<b>VII</b>
<b>Inhaltsverzeichnis</b> .....	<b>IX</b>
<b>Abbildungsverzeichnis</b> .....	<b>XIII</b>
<b>Tabellenverzeichnis</b> .....	<b>XV</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis</b> .....	<b>XVII</b>
<b>Hinweis</b> .....	<b>XIX</b>
<b>1 Einleitung</b> .....	<b>1</b>
<b>2 Nachhaltige Unternehmensentwicklung</b> .....	<b>3</b>
2.1 Der Begriff Nachhaltigkeit .....	3
2.2 Dimensionen einer nachhaltigen Entwicklung .....	4
2.2.1 Ökologische Nachhaltigkeit.....	5
2.2.2 Ökonomische Nachhaltigkeit.....	5
2.2.3 Soziale Nachhaltigkeit .....	5
2.3 Corporate Social Responsibility (CSR) vs. Nachhaltigkeit.....	6
2.4 Definition der nachhaltigen Unternehmensentwicklung in dieser Arbeit .....	8
<b>3 Mitarbeiterbindung, -Zufriedenheit und -Gesundheit</b> .....	<b>11</b>
3.1 Mitarbeiterbindung .....	11
3.2 Mitarbeiterzufriedenheit und -Begeisterung.....	13
3.3 Mitarbeitergesundheit .....	14
<b>4 Rahmenbedingungen und Herausforderungen</b> .....	<b>17</b>
4.1 Unternehmensexterne Rahmenbedingungen .....	17
4.1.1 Demografischer Wandel .....	18
4.1.2 Arbeitsmarktentwicklung.....	20
4.1.3 Fachkräftemangel.....	22
4.1.4 Globalisierung und Internationalisierung .....	23
4.2 Unternehmensinterne Rahmenbedingungen .....	24

4.2.1 Digitalisierung.....	24
4.2.2 Steigende Arbeitsbelastung (inhaltlich/ zeitlich).....	26
4.2.3 Alternde Belegschaft.....	28
4.2.4 Wertewandel .....	28
a) Babyboomer.....	29
b) Generation X.....	30
c) Generation Y.....	30
d) Generation Z .....	31
<b>5 Untersuchungsmethodik.....</b>	<b>33</b>
5.1 Zielsetzung und Forschungsfrage .....	33
5.2 Untersuchungsgegenstand und Forschungsansatz.....	34
5.3 Forschungsmethodik – qualitative Sekundäranalyse.....	35
5.4 Datensuche und -Nutzung.....	37
a) Einschlusskriterien: .....	38
b) Ausschlusskriterien.....	38
<b>6 Strategien des HR-Managements.....</b>	<b>41</b>
6.1 Unternehmenskultur und -Vision.....	42
6.1.1 Beschreibung.....	42
6.1.2 Zweck/ Nutzen .....	43
6.1.3 Aufwand und Voraussetzungen zur Umsetzung.....	43
6.1.4 Bewertung .....	44
6.2 Employer Branding – Arbeitgeberimage .....	46
6.2.1 Beschreibung.....	46
6.2.2 Zweck/ Nutzen .....	47
6.2.3 Voraussetzungen und Aufwand zur Umsetzung.....	50
6.2.4 Bewertung .....	51
6.3 Personalmarketing.....	54
6.4 Flexible Arbeitszeiten, Homeoffice – Work-Life-Balance.....	57

---

6.4.1	Beschreibung.....	57
6.4.2	Zweck/ Nutzen .....	58
6.4.3	Aufwand und Voraussetzung zur Umsetzung.....	59
6.4.4	Bewertung.....	59
6.5	Personalentwicklung .....	67
6.5.1	Beschreibung.....	67
6.5.2	Zweck/ Nutzen .....	68
6.5.3	Aufwand und Voraussetzung zur Umsetzung.....	68
6.5.4	Bewertung .....	68
6.6	Arbeitsplatzgestaltung und Ergonomie.....	71
6.6.1	Beschreibung.....	71
6.6.2	Zweck/ Nutzen .....	72
6.6.3	Aufwand und Voraussetzung zur Umsetzung.....	72
6.6.4	Bewertung .....	73
6.7	Betriebliches Gesundheitsmanagement und -Förderung .....	76
6.7.1	Beschreibung.....	76
6.7.2	Zweck/ Nutzen .....	77
6.7.3	Aufwand und Voraussetzungen zur Umsetzung.....	78
6.7.4	Bewertung .....	78
6.8	MA-Führung .....	83
6.8.1	Beschreibung.....	83
6.8.2	Zweck/ Nutzen .....	84
6.8.3	Aufwand und Voraussetzung zur Umsetzung.....	84
6.8.4	Bewertung .....	85
<b>7</b>	<b>Maßnahmenbewertung und nachhaltige Zukunftsstrategien.....</b>	<b>89</b>
7.1	Ergebnisse der Maßnahmenbewertung.....	90
7.1.1	Interpretationsmodell .....	90
7.1.2	Emotionale Bindung .....	92

---

7.1.3	MA-Zufriedenheit und Begeisterung .....	94
7.1.4	MA-Gesundheit.....	99
7.1.5	Kritik .....	101
7.2	Kritische Betrachtung eines zukunftsfähigen HRM .....	103
7.3	Nachhaltige Optimierungsstrategien.....	106
7.3.1	Interne, digitale Community schaffen.....	108
7.3.2	Zeiteinsparung im HRM für mehr kreative Freiheit.....	109
7.3.3	IBM Watson – Künstliche Intelligenz für komplexe analytische Aufgaben.....	110
7.3.4	Learning on Demand und VR-Brillen.....	112
7.3.5	Idee neuer Anreizsysteme zur sportlichen Betätigung der MA.....	113
<b>8</b>	<b>Fazit .....</b>	<b>117</b>
	<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>119</b>