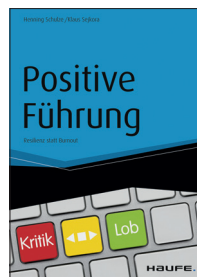


NEUE BÜCHER

Wertschöpfung durch Wertschätzung

Wie wird man eigentlich eine gute Führungskraft? Fachliche Kompetenz ist sicher vonnöten. Mindestens genauso wichtig, so die Autoren des Haufe-Fachbuchs „Positive Führung“, ist es, sein Team und sich selbst wertschätzend zu führen und in einer komplexen Arbeitswelt stärkenden Rückhalt zu geben. Auf Basis der Transaktionsanalyse zeigen die Verfasser, wie wertschätzende Führung gelingt und wie man sich selbst und sein Team zur Resilienz, also der psychischen Widerstandsfähigkeit, führen kann. 48-Stunden-Tag, statt 35-Stunden-Woche; Kommunikation rund um die Welt, statt nur innerhalb der Abteilung; ständige Erreichbarkeit, statt fester Bürozeiten: Die Anforderungen an moderne Führungskräfte haben sich in den letzten Jahren grundlegend gewandelt. Gleichzeitig legen Mitarbeiter in einer zunehmend unsicher erscheinenden Welt immer mehr Wert auf Motivation, Lob und Zugewandtheit – für viele ist das die Essenz dessen, was eine gute Führungskraft ausmacht. Ein Punkt, der auch für Unternehmen zunehmend an Brisanz gewinnt. Denn Orientierungslosigkeit und fehlende Motivation führen nicht selten auf direktem Weg in psychische Erkrankungen wie Burnout oder Depressionen, die – neben dem menschlichen Leid – die Firmen Jahr für Jahr viele Millionen kosten.



Viel mehr als Fachkompetenz benötigen Chefs heute also das psychologische Rüstzeug, um mit Stress oder Krisen konstruktiv umzugehen und einem komplexen Umfeld eine positive und stärkende Führungskultur entgegenzusetzen. Auf Basis der Transaktionsanalyse legen Dr. Henning Schulze (Professor an der TH Deggendorf und lehrender Transaktionsanalytiker) und Dr. Klaus Sejkora (Psychologin und Psychotherapeutin) in ihrem Buch einen innovativen Ansatz für wertschätzende Führungsarbeit vor. Zahlreiche Übungen, Tipps und Beispiele machen aus dem Buch einen praktischen und wissenschaftlich fundierten Begleiter für alle Führungskräfte.

- **Henning Schulze/Klaus Sejkora:** Positive Führung – Resilienz statt Burnout, 1. Auflage, 2015, 250 Seiten, Broschur, 29,95 Euro, ISBN 978-3-648-06015-5, Haufe-Lexware GmbH & Co. KG, Freiburg: www.haufe.de

Wie funktioniert eine Autobank?

In 36 Beiträgen wird das Geschäftsmodell der herstellerverbundenen Finanzdienstleistung von Geschäftsführern und Experten der Automobilbanken, des Automobilhandels, der beteiligten Dienstleister sowie von führenden Vertretern der maßgeblichen Verbände, der Wissenschaften



und der Europäischen Zentralbank erläutert und kommentiert. Mit der Adaption des industriellen Know-hows der verbundenen Hersteller auf das eigene Bankgeschäft schaffen sich die Captives Vorteile im Wettbewerb. Das gilt für Prozessoptimierung, Outsourcing, Informationstechnologie, Produktmanagement und Kostenoptimierung durch Wahrnehmung von Synergien bei Verwaltung, Einkauf und Finanzmittelbeschaffung. Drei Megatrends bedrohen das bewährte Geschäftsmodell:

Consumer Behaviour: Die Automobilhersteller wandeln sich zu Anbietern von Mobilitätslösungen, und die Autobanken stellen sich mit neuen Dienstleistungen und Prozessen auf das Zeitalter des „pay-as-you-drive“ ein.

Digitalisierung: Das Internet dient den Kunden zunehmend als Informations- und Transaktionsplattform. Smartphone und Tablet-PC revolutionieren das Produktangebot sowie die traditionellen Vertriebskanäle.

Regulierung: Die „lessons-learned“ aus der Bankenkrise führen zu neuen Vorgaben der Bankenaufsicht für die interne Steuerung, vor allem in der Kapitalisierung, Refinanzierung und im Risikomanagement.

Daher wurde die erste Auflage des Handbuchs umfassend überarbeitet und ergänzt. Der Leser erhält einen aktuellen Einblick in das Wirkungsfeld der Institute und einen Ausblick auf die anstehenden strategischen Herausforderungen.

► **Frank Stenner (Hrsg.):** Handbuch Automobilbanken – Finanzdienstleistungen für Mobilität, 2. Auflage 2015, 487 Seiten, Hardcover, 69,99 Euro, ISBN 978-3-662-45195-3, Springer Verlag Berlin/Heidelberg: www.springer.de

Können Roboter mit Geld umgehen?

„Mensch und Roboter im Vergleichstest“, untertitelt der Autor sein jüngst erschienenes Buch. Versicherungen, Banken, Finanzdienstleister wird es seiner Meinung nach, so wie man sie heute kennt, in zehn bis 15 Jahren nicht mehr geben. Die digitale Revolution wird vieles verändern, und vor allem in der Finanzberatung werden Roboter-Berater das Zepter mehr und mehr übernehmen, lautet seine Prognose: Die Neuerscheinung untersucht, wie weit die Roboterberater schon sind und was Banken, Versicherungen und freie Berater jetzt tun müssen. Wenn der Autor von Robotern spricht, dann meint er damit die Beratungstechnologien, die aus dem Zusammenspiel von künstlicher Intelligenz und sozialen Medien entstehen. „Die aktiven Denk-Roboter, die nicht mehr auf unseren Input warten müssen, stehen in den Startlöchern“, so der Verfasser Christian Rieck, Professor für Finance und Wirtschaftstheorie an der Frankfurt University of Applied Sciences. Er forscht seit vielen Jahren zur Zukunft der Finanzbranche, unter anderem in Zusammenarbeit mit dem Zukunftsinstitut.

► **Christian Rieck:** Können Roboter mit Geld umgehen? Die digitale Zukunft der Finanzberatung, 2015, 103 Seiten, 15,00 Euro, ISBN 978-3-924043-64-3, Christian-Rieck-Verlag, Eschborn: www.riek.de



IMPRESSUM

VERLAG

Verlag für Absatzwirtschaft GmbH
Aschaffener Straße 19, 60599 Frankfurt/M.
Telefon: (069) 97 08 33-0
Telefax: (069) 7 07 84 00
Internet: www.flf.de
E-Mail: info@flf.de

HERAUSGEBER

Bankenfachverband e.V., Berlin
www.bfach.de
Bundesverband Deutscher
Leasing-Unternehmen e.V., Berlin
www.leasingverband.de
Deutscher Factoring-Verband e.V., Berlin
www.factoring.de

REDAKTIONSBEIRAT

Horst Fittler, Berlin,
Prof. Dr. Thomas Hartmann-Wendels, Köln,
Dr. Alexander M. Moseschus, Berlin,
Dr. h. c. Hans-Joachim Spittler, Stuttgart,
Dr. Frank Stenner, Pullach,
Peter Wacket, Berlin.

CHEFREDAKTEUR

Philipp Otto, verantwortlich i. S. d. P., Frankfurt/M.

REDAKTION

Marianne M. Schmidt
Gerberstraße 7, 40591 Düsseldorf
Telefon: (0211) 3 85 00 52
Telefax: (0211) 3 85 00 17
E-Mail: redaktion@flf.de

Redaktionsschluss für diese Ausgabe
war am 20. Juli 2015.

Redaktionsschluss für die Ausgabe 6/2015
ist am 21. September 2015.

Mit Namen gekennzeichnete Beiträge stellen
die Ansicht des Verfassers, nicht unbedingt die
der Redaktion dar.

Die Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen einzelnen
Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich
geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen
Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zu-
stimmung des Verlages unzulässig.

ANZEIGEN

Marianne M. Schmidt
Gerberstraße 7, 40591 Düsseldorf
Telefon: (0211) 3 85 00-52; Fax -17
E-Mail: anzeigen@flf.de

Detlev Gistl

Aschaffener Straße 19, 60599 Frankfurt/M.
Telefon: (069) 97 08 33-33
E-Mail: d.gistl@flf.de

Es gilt die Preisliste Nr. 62 vom 1. Januar 2015.
Anzeigenschluss für die Ausgabe 6/2015
ist am 2. Oktober 2015.

ABONNEMENT

Karin Matkovic
Verlag für Absatzwirtschaft GmbH
Aschaffener Straße 19, 60599 Frankfurt/M.
Telefon: (069) 97 08 33-25
Telefax: (069) 7 07 84 00
E-Mail: k.matkovic@flf.de

ISSN 0174-3163

Bezugspreis (Inland): Einzelheft 14,- Euro,
Jahresabonnement 75,- Euro
zuzüglich Versandkosten und 7% MwSt.
Erscheinungsweise alle zwei Monate.
Kündigungen schriftlich bis 15. November
zum Jahresende.

SATZ

Anja Oehrl
Verlag für Absatzwirtschaft GmbH
Telefon: (069) 97 08 33-38
E-Mail: a.oehrl@flf.de

DRUCK

Druck- und Verlagshaus
Zarbock GmbH & Co. KG, Contraer Straße 6,
60386 Frankfurt/M.

GESCHÄFTSFÜHRUNG

Philipp Otto
Verlag für Absatzwirtschaft GmbH
Aschaffener Straße 19, 60599 Frankfurt/M.
Telefon: (069) 97 08 33-48
Telefax: (069) 7 07 84 00
E-Mail: info@flf.de