

Inhalt

Stimmen zum Buch	9
Vorwort zur 4. Auflage	11
Vorwort zur 1. Auflage	17
Prolog	21
1 Wer wagt, gewinnt!	45
Risiko ist ein Konstrukt: Wie wir Risiken wahrnehmen und damit umgehen	50
2 Risikotragfähigkeit: Was verkraftet das Schiff?	87
Risikotragfähigkeit: Was Unternehmen wirklich aushalten müssen	93
Aus Schaden wird man selten klug: Warum Konzerne ihre eigenen Warnzeichen ignorieren	97
Wir messen den Gesundheitszustand von Unternehmen	100
Kumulierende Effekte von Risiken als Auslöser einer Krise	103
Risikoaggregation ist nicht Addition	104
Die Berechnung der Risikotragfähigkeit muss auch Extremwellen berücksichtigen	106
Risikoappetit: Wie viel Risiko ist gewollt?	110
Die Kunst der soliden Risikotragfähigkeit	115
3 Hart Backbord	121
Risikokommunikation	130
4 Danke für den Tipp!	147
Risikokultur	155
5 Weg damit!	187
Risk Mitigation	189

6	Oh, wie schön ist Amanap ...	225
	Compliance: Neuer Begriff mit altem Inhalt?	229
	Exkurs: Unterschiedliche Compliance-Kulturen	237
	Lessons Learned	240
7	Das Rätsel der digitalen Seekarte	245
	KI: Nicht so schlau wie sie klingt	248
	Stärken und Schwächen von AI-Algorithmen und Simulationen	250
	Die Intelligenz des Menschen: oft langsam, aber überraschend gut	252
	Künstliche Denkkunterstützung wäre die bessere Bezeichnung	255
	Es gibt nicht eine AI – sondern viele AI-Methoden	255
	Machine Learning: Lernende	
	Algorithmen – Daten als Lehrer	257
	Neuronale Netze: Denken in digitalen Gehirnen	260
	Deep Learning: Neuronale Tiefsee – wo	
	Maschinen komplex denken lernen	261
	Etablierte AI-Methoden im Risikomanagement	262
8	Nachhaltig auf Grund gelaufen	267
	Nachhaltigkeit begann im Wald – und mit einer Energiekrise	280
	Von der Holznot zur globalen Verantwortung	281
	17 Ziele, eine Welt: wenn Weltverbesserung einen Fahrplan hat	283
	Warum die Welt besser ist, als wir denken	285
	Pleite geht auch nachhaltig – aber nur einmal	288
9	Trau, schau, wem!	293
	Externe Risiken – Reputation und Marke	297
	Risiken in der Distributionspolitik	300
	Risiken in der Preispolitik	301
	Risiken in der Produkt- und Sortimentspolitik	303
	Risiken in der Kundenpolitik	305
	Risiken im Bereich Design/Advertising	306

10 In Deckung!	311
IT-Risiken	317
11 Wer zu spät kommt	335
Werttreiber Risikomanagement	342
Epilog	365
Weiterführende Literaturhinweise	377
Stichwortverzeichnis	385

