

## **Inhaltsverzeichnis**

I.	DIE SEHNSUCHT NACH ORIENTIERUNG	9
	Einleitung	9
	Orientierung – Was heißt das eigentlich?	13
	Übung: Identität als Person	16
II.	DIE GEORDNETE WELT DES „FRÜHER“ – DIE OFFENE WELT DES „HEUTE“	17
	Änderung der Blickrichtung in der Wirtschaft	17
	Orientierung am Beispiel meines Vaters, Jg. 1926	18
	Orientierung am Beispiel meines Schwiegervaters, Jg. 1929	19
	Ist „eine Einzelperson des öffentlichen Lebens“ ein Orientierungspunkt?	21
	Sind „Eltern“ Orientierungs-Personen?	22
	Sind „Lehrer/Erzieher/Ausbilder/Professoren“ Orientierungs-Personen?	23
	Orientierung an „Bildung und Ausbildung“?	24

## **Orientierung und Veränderung - zu Konstanten des Erfolgs**

Wann wäre „die Politik“ heute ein Orientierungspunkt?	25
Ist „die Kirche“ ein Orientierungspunkt für die „innere Leere“ von heute?	26
Orientierung und „Medien“?	28
Ist „ein Coach oder ein Ratgeber“ innerhalb und außerhalb des Unternehmens ein Orientierungspunkt?	29
Orientierung und „Sinn“?	30
Was kann - zunächst berufsbezogen - Orientierung bieten?	32
1. Eine Lösung zur Orientierung im Unternehmen lautet: Manager und Unternehmensführer müssen Orientierung bieten bzw. geben! = Führung	32
2. Orientierung am Beispiel junger Leute zwischen 18 und 20 Jahren = Wissen, was man will!	35
3. Wie kann der Weg eines Berufseinsteigers bis zum akzeptierten Mitarbeiter aussehen? = Spielregeln beachten	36
4. Orientierung im Unternehmen bieten = Angebote machen I: Fallstudie I: Industrieunternehmen	40
5. Orientierung im Unternehmen bieten = Angebote machen II: Fallstudie II: Übernahme-Schlacht: Schäffler-Gruppe → Continental	42
Was ist zu tun? Eine erste Zwischenbilanz	44

<b>III. ÜBER ORIENTIERUNG UND VERÄNDERUNG – 4 FALLSTUDIEN</b>	<b>46</b>
Fallstudie 1: Unternehmen der Luft- und Raumfahrt- Industrie	46
Fallstudie 2: IT-Dienstleistungsunternehmen	49
Fallstudie 3: Großhandel für Bürobedarf	52
Fallstudie 4: Der Fall Margret N.	56
Wie lauten die Kernthesen dieser Betrachtung anhand der hier bewusst so ausgewählten Fallstudien?	60
Übung: Das Riemann-Kreuz als Instrument zur Persönlichkeits-Analyse	61
<b>IV. BASICS ALS KONSTANTEN DES ERFOLGS - WEGE ZU BESSEREM SELBST-ERFOLG</b>	<b>62</b>
Konstanten des Erfolgs	63
Basics als Konstanten schaffen Orientierung	64
Was ist wichtig, um permanenten Veränderungs- prozessen erfolgreich begegnen zu können?	72
Weitere Anregungen zu diesem Thema in Form von Denkanstößen und Handlungsanweisungen	77

## **Orientierung und Veränderung - zu Konstanten des Erfolgs**

V. AUSBLICK: HILF DIR SELBST UND DIES KONSENT!	80
Mit Veränderungen umgehen	80
Die Perspektive des Mitarbeiters	80
Die Perspektive des Unternehmens	84
Mach es konsequent	86
Am Orientierungsrad drehen	87
Fähig für den Wandel, für Veränderungen?	88
Denkanstöße	90