

1 Ein Mensch als ein Individuum: psychologische Grundlagen	1
1.1 Menschliches Wesen und seine Bedürfnisse	1
1.2 Faktoren für menschliche Interaktionen	4
1.2.1 Mentalität	4
1.2.2 Wertekodex eines Menschen	7
1.2.3 Motivation	7
1.2.4 Kommunikationsstile und Persönlichkeitstypen	12
2 Globaler Paradigmenwechsel	15
2.1 Interne Einflüsse: Mensch im Unternehmen	15
2.1.1 Schubladendenken, Stereotypen und Vorurteile	16
2.1.2 Ebenen der Kommunikation	19
2.1.3 Auswirkungen des Handels auf das Unternehmen	20
2.2 Soziokulturelle Faktoren	21
2.2.1 Demografische Änderungen	21
2.2.2 Wandel zum Arbeitnehmermarkt	22
2.2.3 Gesellschaftlicher Wandel und Marktentwicklungen	23
3 Unternehmensstrategie neu definiert	25
3.1 Paradigmenwechsel der Unternehmensgestaltung	25
3.1.1 Unternehmensorganisation im Wandel	26
3.1.2 Personal der Zukunft	26
3.1.3 Modern Leadership	27
3.1.4 Menschenmanagement und Skillmanagement der Zukunft	30

3.1.5	Eindeutige Rollengestaltung und gerechtes Vergütungsmodell	31
3.1.6	Unternehmenskultur und -gestaltung	33
3.2	Partizipativer Prozess zur Entwicklung der Unternehmensstrategie	34
3.2.1	Der Weg zu einer menschenzentrierten Unternehmensstrategie	34
3.2.2	Die Analyse der Situation	38
3.2.3	Entwicklungsphase	39
3.2.4	Synchronisierungsphase	39
3.2.5	Funktionalstrategien	40
3.2.6	Zusammenführen und Umsetzung	40
Literatur		45