

Fundament	8
Der Gesellschaftsbeitrag als Teil der Unternehmens-DNA	
Change	17
Das „Wofür“ beerbt das „Warum“	
Charakter	36
Was den Gesellschaftsbeitrag auszeichnet	
Produkt	53
Dienende Bedeutsamkeit ist begehrt	
Werte	71
Haltung wahren und vermitteln	
Taten	88
Wirklich „woke“ denken und handeln	
Die Wofür-Formel	106
Wege zum Gesellschaftsbeitrag	
Wesentlichkeit	118
Sinnstiftend vorweggehen	
Leadership	135
Bewährte Skills neu anwenden	
Digital	152
Tech und KI wertvoll einsetzen	
NextGen	168
Verantwortung jetzt übergeben	
Champions	178
Gesellschaft besser machen, erfolgreich wirtschaften	
Literatur	185
Stichworte, Menschen, Unternehmen	187

Der Gesellschaftsbeitrag von ...

Wepa	27
Ritter	44
Baerlocher	62
Babor Beauty Group	80
Hoyer	97
Glatt	110
Jako	127
Uzin Utz	143
Heinz-Glas	160