

Vorworte	4
TEIL I VOM WERT DER WERTE	7
Was Werte sind	8
Wo Werte herkommen	21
Warum Werte Mehrwert bringen	29
Warum es so schwer ist, Werte zu leben	40
Wer Werte ins Spiel bringen kann	50
TEIL II WIE WERTE WIRKSAM WERDEN	55
SSK-Gruppe: Sülzle-Stahlpartner-Kopf	56
Brother	88
Nordmann Unternehmensgruppe	118
Weisses Bräuhaus G. Schneider & Sohn	148
Volksbank Mittweida eG	178
TEIL III WARUM MIR WERTE WICHTIG SIND	209
Was-Werte: Was will ich im Leben erreichen?	210
Wie-Werte: Wie will ich mein Leben leben?	215
Der Weg ist wichtiger als das Ziel	217
Literatur, Adressen	220