

Jürgen Schöntauf

# Sinnstifter

Wie Unternehmen davon profitieren,  
soziale Verantwortung zu übernehmen

Campus Verlag  
Frankfurt/New York

# Inhalt

Warum gibt es dieses Buch? . . . . .	9
Teil 1	
Alles bleibt anders? . . . . .	15
If you pay peanuts, you get monkeys . . . . .	15
Der Planet ist nicht als Einbahnstraße angelegt, sondern als Kreislauf . . . . .	18
Ein Supermarkt ohne Verpackung – geht das überhaupt? . . . .	22
Ist Zukunftsangst nicht berechtigt? . . . . .	25
Megatrends – weltweite Treiber des Wandels . . . . .	31
Megatrend »Gender Shift« . . . . .	33
Megatrend »Urbanisierung« . . . . .	35
Warum Schimpansen mehr über die Welt wissen als wir . . . . .	37
Interview mit Andrea Lunzer (Maß-Greißlerei in Wien) . . . . .	39
Teil 2	
Ohne Werte ist alles nichts ... . . . . .	45
Theorie und Praxis . . . . .	45
Wertevermittlung beginnt nicht erst in den Unternehmen . . . . .	46
Wie Werte entstehen . . . . .	49
Was sind Werte überhaupt? . . . . .	50

Die eigenen Werte finden . . . . .	52
Werteorientierung beginnt mit Achtsamkeit . . . . .	52
Den roten Faden finden . . . . .	54
Werteprozess für ein Unternehmen . . . . .	58
Interview mit Detlef Lohmann (allsafe Jungfalk in Engen) . . . . .	64

### Teil 3

Zu neuen Ufern – auf dem Weg zum Sinnstifter . . . . .	73
Schaffen Sie Werte? . . . . .	73
Die andere Seite . . . . .	74
Nachhaltigkeit ist wie Äpfel ernten . . . . .	74
Vertrauen die Bürger den Unternehmen? . . . . .	75
Zwei Unternehmen mit gleichem Anspruch . . . . .	77
Tu Gutes, aber sprich bloß nicht darüber . . . . .	80
Wie geht man mit Kritik um? . . . . .	83
Sinnstifter werden . . . . .	85
Mit Cradle to Cradle zu neuen Ufern . . . . .	87
Die 7 MindShift-Steps . . . . .	90
Interview mit den Ausrichtern des 18. Kongresses für Familienunternehmen 2016 . . . . .	92

### Teil 4

Die 7 MindShift-Steps . . . . .	99
MindShift-Step 1: Kultur und Werte . . . . .	99
Interview mit Amir Roughani (Vispiron in München) . . . . .	112
MindShift-Step 2: Führung . . . . .	120
Interview mit Boris Thomas (Lattoflex in Bremervörde) . . . . .	136
MindShift-Step 3: Vernetzung . . . . .	145
Interview mit Dr. Kerstin Hennig (Grundstücksgesellschaft Gateway Gardens in Frankfurt) . . . . .	156
MindShift-Step 4: Beziehungen . . . . .	164
Interview mit Dr. Nikolaus Förster (Impulse Medien in Hamburg) . . . . .	174
MindShift-Step 5: Leidenschaft . . . . .	183

Interview mit Gerhard Kränzle (Atelier Gardeur in Mönchengladbach) . . . . .	195
MindShift-Step 6: Bildung . . . . .	201
Interview mit Gerhild Vollherbst (Dynalog in Berlin) . . . . .	214
MindShift-Step 7: Gewinn . . . . .	219
Interview mit Dirk Müller-Remus (auticon in Berlin) . . . . .	228
Premium – Wirtschaft neu denken . . . . .	235
Dank . . . . .	251
Anmerkungen . . . . .	253
Literatur . . . . .	261