

Inhaltsübersicht

Vorwort	5
Einführung	9
Interessensgruppenorientierte Unternehmensführung	12
Das Attraktivitätszeugnis	20

Teil 1

Die »Fächer« und »Dimensionen« der Unternehmensattraktivität

1. Ermittlung der Kundenattraktivität	27
2. Ermittlung der Mitarbeiterattraktivität	46
3. Ermittlung der Anteilseignerattraktivität	64
4. Ermittlung der Kapitalgeberattraktivität	74
5. Ermittlung der Lieferantenattraktivität	87
6. Ermittlung der Umweltattraktivität	98
7. Ermittlung der Staatsattraktivität	114
8. Ermittlung der Öffentlichkeitsattraktivität	121
Hinweise zur praktischen Umsetzung	128

Teil 2

Das »Attraktivitätszeugnis«

1. Fach: Kundenattraktivität	135
2. Fach: Mitarbeiterattraktivität	148
3. Fach: Anteilseignerattraktivität	161
4. Fach: Kapitalgeberattraktivität	171
5. Fach: Lieferantenattraktivität	181
6. Fach: Umweltattraktivität	192
7. Fach: Staatsattraktivität	204
8. Fach: Öffentlichkeitsattraktivität	213

Muster für einen Kundenbefragungsbogen	222
Muster für einen Mitarbeiterbefragungsbogen	223
Muster für einen Lieferantenbefragungsbogen	224
Attraktivitätszeugnis	225
Abbildungsverzeichnis	226
Ausführliches Inhaltsverzeichnis	227
Der Autor	237