

Christina Grubendorfer

Leadership Branding

Wie Sie Führung wirksam und Ihr Unternehmen
zu einer starken Marke machen

fyj Springer Gabler

Inhaltsverzeichnis

1	Leadership Branding - Worüber sprechen wir hier?	1
1.1	Was haben Marke und Führung miteinander zu tun?	2
1.2	Die Wurzeln des Leadership Branding.	4
1.3	Wir brauchen eine Redefinition von Leadership.	10
1.4	Führungskräfte müssen Sinnstifter sein.	11
1.5	Gemeinsames Führungsverständnis statt Führung im Alleingang.	15
1.6	Führung und Marke - zwei Seiten derselben Medaille.	16
1.7	Leitbilder und Leitlinien für den Papierkorb.	22
1.8	Unproduktive Führung, schlechte Chefs und Managementkandale	33
1.9	Human Resources und Marketing sollten zusammenrücken.	39
2	Feinzeichnung des Leadership Branding - Abgrenzung und Einordnung	43
2.1	Markendschungel.	43
2.2	Die Kraft der Marke kommt von innen.	45
2.3	Markenorientierte Führung - Begriff bereits vergriffen.	53
2.4	Führungskultur - das unsichtbare Band.	58
2.5	Wie können Führungskräfte authentisch sein?	61
2.6	Systemisch-markenorientierte Organisationsberatung.	63
2.7	Dumme Helden im Management?.	73
2.8	Was ist gute Führung?.	78
2.9	Führungsstil folgt der Führungshaltung.	82
3	Zwischenfazit: Leadership Branding Thesen und Definitionsvorschläge	89
4	Business Cases - Anwendungsfelder des Leadership Branding	91
4.1	Unternehmensstrategie umsetzen.	94
4.2	Produktivität von Führung steigern.	104

4.3	Markenkraft des Unternehmens stärken (Corporate Branding)	.109
4.4	Mitarbeiter zu Markenbotschaftern entwickeln	.111
4.5	Ein Beispiel für eine Krisenbewältigung - Orthomol	.113
4.6	Reputation erhöhen	.121
4.7	Attraktiv als Arbeitgeber sein (Employer Branding)	.128
4.8	Führungskräfte markenspezifisch entwickeln	.138
4.9	Corporate Responsibility umsetzen	.142
5	Der Weg zum Gipfel - der Leadership Branding Prozess	.147
5.1	Auftragsklärung für Leadership Branding	.149
5.2	Analyse	.155
5.3	Strategie	.158
5.4	Positionierung	.160
5.5	Implementierung	.161
5.6	Menschen und die Kraft der Intuition	.163
6	Führung für Zukunftsgestalter - Leadership Branding beim Softwareunternehmen DATEV eG	.167
6.1	Führung für Zukunftsgestalter	.167
6.2	Zehn Schritte zum markenspezifischen Führungsverständnis	.169
6.3	Interview mit Christian Kaiser, Leiter Personalstrategie und Arbeitgebermarke bei DATEV	.172
6.4	Wie Leadership Branding bei DATEV wirksam wurde	.174
6.5	Fazit	.178
7	Anhang	.179
7.1	Alle Thesen und Definitionen zum Leadership Branding im Überblick	.179
7.2	Standortbestimmung: Wie kann Ihr Unternehmen von Leadership Branding profitieren?	.180
	Literaturverzeichnis	.187
	Danksagung	.193
	Stimmen zum Buch	.195
	Die Autorin	.197