



WAS IST EIGENTLICH CSR? LEA THEMEN AUF DEN PUNKT GEBRACHT

Nachfolgende Definitionen sind alphabetisch geordnet. Die Themen spiegeln zugleich das Leistungsangebot der LEA Leadership Equity Association wider.

Arbeitgeberattraktivität

Im wachsenden Wettbewerb um qualifizierte Mitarbeiter wird die Attraktivität als Arbeitgeber zukünftig maßgeblich über den wirtschaftlichen Erfolg mitentscheiden. Denn nur mit kompetenten und engagierten Mitarbeitern, können Unternehmen kraftvoll in ihren Märkten agieren. Viele Unternehmen reagieren mit der Entwicklung einer auf Hochglanz polierten Employer Brand. Diese Arbeitgebermarke will aber auch gelebt werden. Wenn Unternehmen Mitarbeitern erst vollmundige Versprechen machen und diese im Arbeitsalltag nicht halten, werden sie auch die guten Mitarbeiter nicht binden können. LEA hilft Unternehmen dabei, ihre Arbeitgebermarke im operativen Tagesgeschäft wirklich zum Leben zu erwecken.

Brand Behavior

Brand Behavior steht für die Idee, dass Mitarbeiter sich im Sinne ihrer Marke verhalten, dass sie für die Mission ihrer Marke eintreten, ihre Versprechen erfüllen und die Eigenschaften ihrer Marke in ihrem Berufsleben verkörpern. Aber wie genau soll denn so ein Verhalten für eine spezifische Marke aussehen? Welches Verhalten ist typisch für die Marke Deutsche Bank, welches passt besser zur Positionierung der Sparkasse? LEA unterstützt Unternehmen dabei, aus ihrer Marke ein passendes Brand Behavior abzuleiten und für den Arbeitalltag in verschiedenen beruflichen Situationen greifbar zu machen.

Change

Die Welt ist in Bewegung. Technologiesprünge, globaler Wettbewerb und Wandel der Kundenbedürfnisse bedeuten für Unternehmen, dass „Change“ kein zeitlich begrenzter Umbau von Strukturen und Prozessen ist, nach dem es wieder zurück geht ins „Business as usual“. Die Fähigkeit zum kontinuierlichen Wandel erlangt zukünftig existenzielle Bedeutung für das Überleben von Organisationen. Leider ist Wandel nicht immer angenehm. Menschen sind nur dann bereit Bewährtes und Erreichtes aufzugeben, wenn sie das Potenzial des Wandels für sich persönlich realisieren und in der eingeschlagenen Entwicklungsrichtung einen Sinn erkennen. LEA unterstützt Führungskräfte dabei, Förderer und Sinngeber ihrer Mitarbeiter in der kontinuierlichen Transformation zu werden. Dabei hilft die eigene Marke als sinnstiftender Leuchtturm im Meer des Wandels. Unser gesamtes Angebot ist darauf ausgerichtet, Führung und Marke gemeinsam zu stärken.



Corporate Branding

Selbstverständlich sind auch Unternehmen Marken. Auf dem Weg von der Industrie- in die Informationsgesellschaft wurde das Branding eines Unternehmens in seiner Ganzheit immer wichtiger als das Branding einzelner Produkte. Google oder Apple sind heutzutage weitaus stärkere Marken als Ariel oder Maggi. Ein Unternehmen ist selbstverständlich komplexer als ein Produkt. Deswegen sollte eine Corporate Brand nicht nur mit Blick auf die Absatzmärkte entwickelt werden, sondern die Perspektive aller relevanten Stakeholder mit einbeziehen. Im Sinne einer identitätsbasierten Markenentwicklung sollte gerade die durch die Mitarbeiter gelebte Unternehmenskultur in die Marke einfließen.

Corporate Reputation

Unternehmen stehen unter Beobachtung von kritischen Konsumenten und NGOs. Das Internet macht es möglich. Deswegen heißt das Gebot der Stunde Transparenz und Glaubwürdigkeit. Die Reputation eines Unternehmens ist wertvolles Kapital, wenn es z.B. darum geht, das Vertrauen seiner Kunden oder auch der Medienöffentlichkeit zu gewinnen. Reputation entsteht durch Handeln und an seinen Handlungen wird man gemessen. Ein einziges bekannt gewordenes Beispiel für Unfairness, Unrecht oder Unaufrichtigkeit von Seiten eines Unternehmens schadet dem Ansehen enorm. Deswegen ist es so wichtig, dass alle Bereiche im Sinne der gemeinsamen Reputation handeln und dass alle Führungskräfte hier ihrer Verantwortung gerecht werden. LEA unterstützt Führungskräfte sich für Reputation einzusetzen. Dabei hilft die eigene Marke als sinnstiftender Leuchtturm, der eine klare Orientierung bietet. Unser gesamtes Angebot ist darauf ausgerichtet, Führung und Marke gemeinsam zu stärken.

CSR

Verantwortliches unternehmerisches Handeln steht seit einigen Jahren auf der Agenda der Wirtschaft. Unternehmen bemühen sich, das Vertrauen von Kunden und Öffentlichkeit nicht zu verspielen bzw. auszubauen. Denn Vertrauen ist ein wertvolles Kapital in der globalen Informationsgesellschaft. Wenn CSR mehr sein soll als Hochglanzbroschüren oder gar Greenwashing, muss es in allen Situationen handlungsleitend sein. Dazu braucht ein Unternehmen das Engagement all seiner Führungskräfte, die dann im operativen Alltag diese unternehmerische Verantwortung leben. LEA unterstützt Unternehmen dabei, CSR in konkretes Führungshandeln zu übersetzen. Dabei hilft die eigene Marke als sinnstiftender Leuchtturm, der eine klare Orientierung bietet. Unser gesamtes Angebot ist darauf ausgerichtet, Führung und Marke gemeinsam zu stärken.

Führungskräfteentwicklung

Wie sollte eine Führungskraft führen? Welche Kompetenzen benötigen Führungskräfte? Viele Unternehmen fördern fachliche und betriebswirtschaftliche Fähigkeiten und einige allgemeine Soft Skills. Die Ausbildung und Entwicklung von Führungskräften sollte sich an unternehmensspezifischen Zielen und vor allem an der eigenen Unternehmensmarke orientieren. Spezifische Führungskompetenzen und eine gemeinsame Führungshaltung sind ein wichtiger Wertschöpfungsfaktor für die Unternehmensentwicklung.

Führungsverständnis

Ein Führungsverständnis entsteht aus persönlicher Haltung und den Erfahrungen und Normen aus dem jeweiligen Unternehmen. Häufig existieren schon innerhalb eines Unternehmens verschiedene Einstellungen zu Führung und den Aufgaben einer Führungskraft. Ein gemeinsames Führungsverständnis gibt Orientierung. Führungskräfte, die sich mit einem unternehmensspezifischen Führungsverständnis identifizieren, werden zu Sinnstiftern für ihre Mitarbeiter, zu Repräsentanten im Sinne der Unternehmensmarke und beeinflussen durch schnellere Entscheidungen und motivierte Arbeit den Geschäftserfolg nachhaltig.

Internal Branding

Für den Erfolg einer Marke ist es essentiell, Versprechen gegenüber internen und externen Interessensgruppen einzuhalten. Durch Internal Branding, also interne Markenführung kann dies gelingen. Marken wollen zum Leben erweckt werden und müssen intern spürbar sein, um authentisch in jeder Interaktion nach innen und außen zu strahlen. Ziel von Internal Branding ist daher, die Marke zu einer erlebbaren Haltung zu machen und sie in die Unternehmensrealität zu überführen, statt sie als Worthülsen in der Schublade verschwinden zu lassen. Die Kraft der Marke kommt von innen. Davon ist LEA fest überzeugt. Deshalb entwickeln wir Marken von innen aus dem Unternehmen heraus und erwecken sie durch unterschiedliche Maßnahmen intern zum Leben. Besonderes Augenmerk legt LEA dabei stets auf die entscheidende Funktion der Führungskräfte.



Internes Employer Branding

Zu häufig wird Employer Branding noch auf externe Aspekte und Wirkungsfelder reduziert, die interne Umsetzung zu oft vernachlässigt. Unsere Überzeugung ist: die Kraft der Marke kommt von innen. Das gilt natürlich auch für die Entwicklung und Etablierung einer Arbeitgebermarke. Internes Employer Branding, also die Implementierung der Arbeitgebermarke in die Bereiche Führung, HR-Prozesse und -Programme, interne Kommunikation und Gestaltung der Arbeitswelt, macht diese glaubwürdig und füllt sie mit Leben. LEA unterstützt Unternehmen dabei ihre Arbeitgeberpositionierung im Unternehmen zu verankern und Führungskräfte und Mitarbeiter auf diesem Weg zu Markenbotschaftern zu machen, die Ihr Unternehmen als Arbeitgeber authentisch und attraktiv nach außen und innen vertreten. Das ist besser als jede Personalmarketingkampagne.

Konfliktlösung

Konflikte, ob versteckt oder offensiv ausgetragen, behindern konstruktive Zusammenarbeit. Das führt häufig zu erhöhten Kosten, durch Ineffizienz, Krankheit oder sogar den Verlust von Kunden. Wenn persönliche Auseinandersetzungen oder Interessenskonflikte den Erfolg gefährden, hilft eine professionelle Konfliktlösung die Blockaden zu überwinden und eine neue Grundlage für Kooperation zu schaffen. LEA bietet bei Konflikten bewährte Methoden, mit denen eine Lösung wieder möglich wird. Über Mediation und Moderation finden wir mit den Beteiligten Wege zu neuer Arbeitsfähigkeit.

Leadership Branding

Leadership Branding ist ein markenstrategisch fundierter Organisationsentwicklungsprozess mit dem Ziel, ein gemeinsames und unternehmensspezifisches Führungsverständnis zu entwickeln, das zum Unternehmenserfolg beiträgt und die Unternehmensmarke stärkt. Markenentwicklung verstehen wir dabei als Kunst sich auf das Wesentliche zu fokussieren, systemische Organisationsentwicklung als Kunst das Wesentliche auch leben zu können. Mitarbeiter zu Markenbotschaftern machen heißt es immer wieder. Wir sind überzeugt davon, ohne markenorientierte Führung wird dieser Schritt nicht erfolgreich gelingen.



Leadership Fit

Markenspezifische Führung setzt voraus, dass jede Führungskraft im Geist ihrer Marke handelt. Doch kann sie das? Verfügt sie über die Kompetenzen und Eigenschaften, die dazu notwendig sind? Die Idee des Leadership Fit ist, dass eine Führungskraft in ihrer professionellen Persönlichkeit zur Marke passt. Im LEA Leadership Branding Prozess werden die Kompetenzen und Eigenschaften beschrieben, die es in einem spezifischen Unternehmen braucht, um im Sinne der Marke zu führen. Auf dieser Basis kann dann der Grad des Leadership Fit für jede einzelne Führungskraft bestimmt werden. Der Leadership Fit ist ein Zielzustand, auf den die gesamte Führungskräfteentwicklung eines Unternehmens hinarbeiten kann und sollte.

Marke

Eine starke Marke schafft Wert für ein Unternehmen. Sie verwandelt Konsumenten in loyale Kunden, macht ein Unternehmen als Arbeitgeber attraktiv und gibt Mitarbeitern Orientierung. Eindrucksvolle, differenzierende und glaubwürdige Marken entstehen, wenn sich Identität und Strategie eines Unternehmens zu einer klaren und fokussierten Idee verbinden. LEA unterstützt Unternehmen dabei sich auf das Wesentliche zu fokussieren und die Idee ihrer Marke auch wirklich auf den Punkt zu bringen. In einem bewährten Prozess begleiten wir Unternehmen auf ihrem Weg zur starken Marke.

Markenbotschafter

Oft wird davon gesprochen, Mitarbeiter zu Markenbotschaftern zu machen. Fakt ist: Jeder Mitarbeiter ist Botschafter seiner Marke, denn man kann seinen Arbeitgeber nicht NICHT repräsentieren. Die entscheidende Frage ist: Welche Botschaft transportieren die Mitarbeiter über ihre Marke? LEA unterstützt Unternehmen dabei, ihre Marken so von innen aus dem Unternehmen heraus zu entwickeln, dass Mitarbeiter verstehen, was ihre Marke bedeutet und sich auch mit ihr identifizieren können. Wir helfen Unternehmen ebenfalls dabei, die Mitarbeiter für ihre Rolle als Markenbotschafter zu sensibilisieren.



Markenorientierte Organisationsentwicklung

Die Marke als Orientierung für eine Organisationsentwicklung nutzen - das zeichnet unseren Beratungsansatz aus. Als Wertschöpfungsfaktor wird die Marke für Unternehmen immer wichtiger. Das Versprechen, das eine Unternehmensmarke abgibt, müssen Mitarbeiter und Führungskräfte einlösen. Und zwar gegenüber allen Anspruchsgruppen des Unternehmens. Woher wissen Ihre Mitarbeiter, wie sie sich markenkonform verhalten sollten? Woher wissen Führungskräfte, dass Sie im Sinne der Marke glaubwürdig handeln? Wie finden Sie nicht nur die besten, sondern die passenden Fach- und Führungskräfte? Die markenspezifische Ausrichtung der Organisation, der Führungs- und Arbeitskultur sind wettbewerbsentscheidende Erfolgsfaktoren für jedes Unternehmen. Markenorientierte Organisationsentwicklung schafft Passung zwischen Mensch und Marke.

Nachhaltigkeit

Es geht um unsere Zukunft. Das bedeutet z.B. kommenden Generationen, eine Welt zu hinterlassen, in der nicht alle Ressourcen aufgebraucht wurden. Es gilt auch, alle Menschen an der Entwicklung der globalen Gesellschaft in gerechter Weise partizipieren zu lassen. Und es geht natürlich auch darum, Wirtschaftsunternehmen so zu führen, dass sie auch mittel- und langfristig erfolgreich sein können. Unternehmen werden nicht umhin kommen, sich mit diesen Fragen auseinander zu setzen, ihre spezifischen Antworten darauf zu finden und diese dann auch wirklich konsequent zu leben. Gerade Letzteres wird nur dann funktionieren, wenn die Führungskräfte auf allen Ebenen mitziehen. LEA unterstützt Führungskräfte dabei mit Verantwortung für die Zukunft zu führen. Dabei hilft die eigene Marke als sinnstiftender Leuchtturm im Meer des Wandels. Unser gesamtes Angebot ist darauf ausgerichtet, Führung und Marke gemeinsam zu stärken.

Personal Branding

Starke Marken machen es vor: Sie stehen für etwas Besonderes, für eine Position, sie bleiben in Erinnerung. Das Personal Branding von LEA nutzt Methoden erfolgreicher Markenführung für den Erfolg einzelner Führungspersönlichkeiten. Wir entwickeln gemeinsam mit unseren Kunden individuelle Positionierungen für ihre professionelle Persönlichkeit. Im alltäglichen Leben stellen sich Fragen, wie: Wie positioniere ich mich bei einem Vorstellungsgespräch? Wann erzähle ich von meinen Kompetenzen oder auch von meinen Schwächen? Wissen meine potentiellen Arbeit- und Auftraggeber überhaupt von meinen Erfahrungen? Was will ich eigentlich erreichen? Und wie bleibe ich dabei authentisch? Für Top-Manager ist die persönliche Inszenierung ein Erfolgsfaktor für das Unternehmen. Mittlerweile nutzen auch Mitarbeiter und Führungskräfte persönliches Coaching oder ein Personal Branding Seminar, um sich spannenden Fragen zur persönlichen Markenentwicklung zu stellen und sich authentisch weiter zu entwickeln und darzustellen.



Talentmanagement

Talent Management bringt Menschen und Aufgaben zusammen. Es definiert Kompetenzen, die gebraucht werden, um Kernaufgaben in einer Organisation wahrzunehmen. Die Herausforderung liegt darin, Menschen mit dem entsprechenden Potenzial ausfindig zu machen und Kompetenzen gezielt aufzubauen. LEA bereichert diese klassische Aufgabe des Talent Management durch die Verbindung zu Leadership Branding. Wenn Führungskräfte im Sinne der Marke agieren sollen, dann ist ein „Cultural Fit“ zwischen Manager und Marke die Voraussetzung. Denn Führung bei IKEA braucht andere Talente als Führung bei der Deutschen Bank. Markenorientiertes Talent Management hat die Aufgabe, die besonderen markenspezifischen Führungskompetenzen im Unternehmen aufzubauen.

Unternehmenskultur

Die Unternehmenskultur ist das Terrain, auf dem wir uns bewegen. Die Kultur in Organisationen ist geprägt durch Muster, Werte, Regeln und das Verhalten von Mitarbeitern. In jedem Unternehmen werden Aufgaben spezifisch bewältigt. Die Kommunikation untereinander, die Karrierewege und das Selbstverständnis sind unterschiedlich. Führungskräfte sind Dreh- und Angelpunkt für Impulse und Veränderungen in der Unternehmenskultur. Sie übernehmen (ob gewollt oder unbewusst) eine Vorbildrolle. LEA unterstützt Unternehmen dabei, die Besonderheiten ihrer impliziten Kultur zu erkennen, und mit ihrer Unternehmensmarke in Einklang zu bringen. Wir helfen Führungskräften sich im Sinne dieser Unternehmensstrategie zu positionieren und zu verhalten. Eine gemeinsame Führungshaltung ist ein essentieller Wertschöpfungsfaktor - bislang oft ungenutzt.

Ansprechpartner

LEA Leadership Equity Association GmbH

Christina Grubendorfer

Kurfürstendamm 190-192

10707 Berlin

grubendorfer@leadership-branding.de

Fon +49.0.30.700 159 630

Fax +49.0.30.700 941 33

LEA - DIE PIONIERE IM LEADERSHIP BRANDING

<http://www.leadership-branding.de>

—