



## **Wirksame Führung und starke Marken durch Leadership Branding - Christina Grubendorfer veröffentlicht erstes deutschsprachiges Buch zum Thema**

*Markenspezifisches Konzept zur Verbindung von Führung und Unternehmensmarke. Neues Buch präsentiert erfolgreiche Beispiele aus der Praxis. Leitfaden führt Leser Schritt für Schritt durch Leadership Branding-Prozess.*

(ddp direct) Leadership Branding ist für Unternehmen eine effiziente Strategie, um die Führung der Mitarbeiter und des Unternehmens selbst markenspezifisch zu gestalten. Dadurch passen die Corporate Brand, also die Unternehmensmarke, und die Führung erst wirklich zusammen. Christina Grubendorfer hat nun das erste deutschsprachige Buch zu diesem Thema geschrieben.

Als Geschäftsführerin der LEA Leadership Equity Association, einem Beratungsunternehmen für Führung, Marke und Organisationsentwicklung, ist die Diplom-Psychologin Vordenkerin für markenspezifische Konzepte bei der Management- und Organisationsentwicklung. Bevor sie das Unternehmen Anfang 2009 gründete, war sie bereits seit vielen Jahren als Beraterin, Coach und Sprecherin tätig. "Im Rahmen meiner Arbeit habe ich die Erfahrung gemacht, dass Führung dann die größte Wirkung entfaltet, wenn sie spezifisch für ein Unternehmen betrachtet und entwickelt wird", erläutert Grubendorfer das Konzept von Leadership Branding.

Ein hervorragendes Beispiel für gelebtes Leadership Branding ist das Softwareunternehmen DATEV. Innerhalb von drei Jahren haben die Verantwortlichen die Führung an der Marke ausgerichtet und so die Führungskultur insgesamt deutlich gestärkt. Markenspezifische Führung bei DATEV bedeutet: Souverän gestalten, gestalten lassen und Gestaltung einfordern. "Mit jedem Monat der praktischen Umsetzung des Leadership Branding Konzepts bin ich noch mehr davon überzeugt", sagt dazu Christian Kaiser, Leiter Personalstrategie und Arbeitgebermarke bei DATEV. "Das Fragezeichen hinter der 'neuen Symbiose' zwischen Marke und Führung gibt es für mich nicht mehr. Es ist längst ein dickes Ausrufezeichen geworden."

Solche und andere Beispiele finden sich im neuen Buch von Christina Grubendorfer. Es führt den Leser Schritt für Schritt durch einen Leadership Branding-Prozess und zeigt, wie Markenstrategie, Organisationsentwicklung, Führungsverständnis, Unternehmensstrategie und systemisches Management durch die Verschmelzung in Leadership Branding konkret anwendbar werden. "Authentische und glaubhafte Marken entstehen nur, wenn Markenwerte und internes Führungsverständnis im Einklang sind", betont Andreas Ronken, Geschäftsführer Ritter-Sport bei der Alfred Ritter GmbH & Co. KG zu diesem Thema. "Dieses Buch ist eine aufschlussreiche und lehrreiche Lektüre für alle, die Einfluss auf Markenführung, Unternehmensführung und Mitarbeiterführung haben."

Das Buch "Leadership Branding. Wie Sie Führung wirksam und Ihr Unternehmen zu einer starken Marke machen" von Christina Grubendorfer erscheint Ende Juli 2012 bei Springer Gabler.

Shortlink zu dieser Pressemitteilung:

<http://shortpr.com/emax9>

Permanentlink zu dieser Pressemitteilung:

<http://www.themenportal.de/wirtschaft/wirksame-fuehrung-und-starke-marken-durch-leadership-branding-christina-grubendorfer-veroeffentlicht-erstes-deutschsprachiges-buch-zum-thema-82584>

### **Pressekontakt**

LEA Leadership Equity Association GmbH

Herr Holger Schmitz  
Kurfürstendamm -192 190  
10707 Berlin

[schmitz@leadership-branding.de](mailto:schmitz@leadership-branding.de)

### **Firmenkontakt**

LEA Leadership Equity Association GmbH

Herr Holger Schmitz  
Kurfürstendamm -192 190  
10707 Berlin

[leadership-branding.de](http://leadership-branding.de)  
[schmitz@leadership-branding.de](mailto:schmitz@leadership-branding.de)

Die LEA Leadership Equity Association GmbH ist ein Beratungsunternehmen für Führung, Marke und Organisationsentwicklung. Führung und Marke entfalten maximale Wirkung durch Leadership Branding, die Entwicklung eines markenspezifischen Führungsverständnisses. Denn eine Marke kann nur stark werden durch Führungskräfte, die die Marke leben, während Führung durch Orientierung an der Marke produktiv wird.

[www.leadership-branding.de](http://www.leadership-branding.de)