



## FÜHRUNGSHALTUNG & LEADERSHIP IM WEB: NACHHOLBEDARF FÜR DAX 30 IN DER UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION

*In ihren Online-Auftritten treffen DAX 30-Unternehmen kaum Aussagen über Führung, Führungswerte und Führungsverhalten. Einen klar erkennbaren Bezug zwischen Marke und Führungsverhalten stellt keines der Unternehmen her. Lediglich zwei der 30 gelisteten Unternehmen setzen Vorstand und Marke in Beziehung zueinander. Dies zeigt eine Expertise der LEA Leadership Equity Association.*

Die Synchronisation von Führungsverhalten und Marke ist ein Vorhaben, das immer weiter in den Vordergrund einer umfassenden Unternehmensstrategie rückt. Eine markenkonforme Führungshaltung sollte deshalb bereits durch den Internetauftritt sichtbar sein. Die Darstellung des Führungsanspruchs ist in den Bereichen Top-Management (Vorstand), Werte, Leitbilder, Strategie und im Bereich Arbeitgeberauftritt erwartbar. In einer LEA Expertise wurden die Internetauftritte der DAX 30-Unternehmen dahingehend begutachtet. Ergebnis: Keines der Unternehmen stellt bisher einen direkten Bezug zwischen Marke und Führung her.

28 der 30 begutachteten Unternehmen schaffen noch nicht einmal einen Bezug zwischen ihren „Köpfen“ und der Marke. Das ist verwunderlich, besteht doch gerade hier die Möglichkeit eine personalisierte Markenidentität zu schaffen. In den Bereichen Werte, Leitbilder, Strategie kommuniziert kein einziges Unternehmen ausdrücklich eine markenkonforme Führungshaltung. Nur sieben der 30 Unternehmen treffen überhaupt eine Aussage zum Thema Leadership, diese ist jedoch meist unspezifisch und austauschbar. Die Möglichkeit, sich über ein markenspezifisches Führungsverständnis zu differenzieren sowie Identifikation und Vertrauen zu schaffen, bleibt also auch hier ungenutzt. Im Bereich des Arbeitgeberauftritts („Karriereseiten“) kommt die Expertise zu ähnlichen Befunden. Auch dort mangelt es an konkreten Informationen, welche Führungskultur zu erwarten ist. Dies kann zu falschen Erwartungen und damit zu Enttäuschungen führen. Eine klare Kommunikation des markanten Führungsverständnisses im Bereich Arbeitgeberauftritt könnte dieser Erwartungsenttäuschung von vornherein entgegenwirken. Zudem interessieren sich Bewerber zunehmend für Unternehmens- und Führungskultur eines potenziellen Arbeitgebers.

### Daimler und Deutsche Bank fallen mit Köpfen auf

Eine klare, markenkonforme Führungshaltung lässt sich bei keinem der untersuchten Konzerne erkennen. Einzig Josef Ackermann von der Deutschen Bank stellt unter anderem in seinem Grußwort im Arbeitgeberauftritt eine Verbindung zwischen Marke, Werten und Führungshaltung her. Dies gelingt ihm durch Aussagen, die sich auf das Deutsche Bank Credo „Leistung aus Leidenschaft“ beziehen. Bei Daimler zieht sich die Präsenz Dieter Zetsches durch den Internetauftritt. Dieser sorgt als personalisierter Markenwert für Identifikation. Die Frage, ob eine Beziehung zwischen Marke und Führungsverhalten auf *allen* Führungsebenen gelebt wird, bleibt jedoch auch hier offen.

### Warum ist eine markenkonforme Führungshaltung und deren Kommunikation erstrebenswert?

Nicht nur auf Grund der Managementkandale vergangener Monate muss das Thema Führung ein relevanter Bestandteil einer Vertrauen stiftenden Unternehmenskommunikation sein. Mitarbeiter, Bewerber, Kunden und Investoren interessieren sich zunehmend für die Führungshaltung. Um Erwartungen, die die Unternehmensmarke bei diesen Anspruchsgruppen weckt, zu erfüllen und erlebbar zu machen, sollte das Führungsverhalten markenkonform gestaltet und kommuniziert werden. Dies stiftet Orientierung und Konsistenz, sowohl im internen Erleben als auch in der externen Wahrnehmung. Ziel ist es, die Möglichkeiten eines Internetauftritts zu nutzen, um eine sichtbare Verbindung zwischen Marke und Top-Management, zwischen Führungsverhalten und Markenversprechen zu schaffen.

### Ansprechpartnerin

LEA Leadership Equity Association GmbH  
Tanja Philippi

Kurfürstendamm 190-192  
10707 Berlin

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



Fon +49.0.30.700 159 630

Fax +49.0.30.700 159 510

### **Unser Thema heißt Leadership Branding**

LEA Leadership Equity Association GmbH ist ein interdisziplinäres Team aus Experten und Beratern, die sich zur Aufgabe gemacht haben, Marken zum Leben zu erwecken. Wir möchten Führungskräfte zu Markenrepräsentanten und Mitarbeiter zu Markenbotschaftern machen. Markenerfolge steigern wir, indem wir Führungs- und Organisationsentwicklung an der Marke ausrichten. Dabei stehen wir für einen eigens entwickelten Beratungsansatz, die systemisch-markenorientierte Beratung. Unternehmen aller Größen und Branchen begleiten wir auf Ihrem Weg, eine glaubwürdige Marke zu werden, indem wir die Marke von innen heraus mit Leben und Kraft füllen.