

Mediale Präsenz als Baustein des Unternehmenserfolgs?

Ende letzten Jahres wurde in einer gemeinsamen Hybridveranstaltung der APA-Comm und des Wirtschaftsforums der Führungskräfte (WdF) im Haus der Industrie in Wien das CEO-Ranking 2021 präsentiert. In der anschließenden Diskussion ging ein hochkarätig besetztes Podium der spannenden Frage nach, welche Auswirkungen Medienpräsenz und mediales Image von CEOs auf die jeweilige Unternehmensmarke haben.

Redaktion: Mag. (FH) Nicole Kaeßmayer



Der ehemalige ORF-Generaldirektor Alexander Wrabetz ist Österreichs präsentester CEO.

Im Zeitraum Juli 2020 bis Juni 2021 wurden 179 Firmenchefs der umsatzstärksten und/oder ATX-notierten Unternehmen Österreichs hinsichtlich ihrer medialen Sichtbarkeit miteinander verglichen. Die Grundlage für diese Analyse bildeten insgesamt 1.082.000 Beiträge aus heimischen Tageszeitungen, Magazinen sowie Radio- und TV-Nachrichtenformaten. Die anschließende Reihung der Führungskräfte ergibt sich aus einem eigens errechneten Indexwert, der sich aus der medialen Präsenz und der Intensität der Berichterstattung zusammensetzt. Ermittelt wird die mediale Präsenz aus der Anzahl der Beiträge, in denen der CEO namentlich aufscheint, geteilt durch die Gesamtmenge aller Beiträge im analysierten Mediensample. Die Intensität der Berichterstattung ergibt sich aus dem Durchschnitt der textlichen Positionierung im Sinne eines Haupt-, Neben- oder Randakteurs.

Die Top 5

Den ersten Platz im aktuellen CEO-Ranking konnte sich der ehemalige ORF-Generaldirektor Alexander Wrabetz sichern. Nicht zuletzt aufgrund seiner Wiederkandidatur als Generaldirektor und dem damit verbundenen Wahlkampf war er im Untersuchungszeitraum Juli 2020 bis Juni 2021 schlussendlich medial präsentester CEO in Österreich. Auf Platz 2 folgt Rainer Seele (bis August 2021 Vorstandsvorsitzender der OMV) und auf Platz 3 Dietrich Matefschitz (CEO Red Bull). ÖBB-Vorstand Andreas Matthä sowie Michael Tojner

(Montana Tech) vervollständigen die obersten fünf Ränge.

Die CEOs der Pharmabranche

Mit Michael Kocher (Novartis Austria GmbH) auf Platz 44 befindet sich auch ein CEO aus der heimischen Pharmabranche unter den Top 50. Auf Platz 61 folgt Andreas Windischbauer (Herba Chemosan), auf Platz 72 Martin Bartenstein (Bartenstein Holding) sowie auf Platz 105 Philipp von Lattorff (Boehringer Ingelheim).

Sorgen „Negativ-Schlagzeilen“ für mehr Präsenz?

Auffällig scheint, dass meist die negative Nachrichtentonalität für mehr sowie längere mediale Präsenz und so für eine höhere Platzierung im CEO-Ranking sorgt. So führte beispielsweise eine Reihe von internen und externen Konflikten bei der OMV zu mehr Berichterstattung, letztendlich zur Ablöse von Rainer Seele und den CEO damit auf Platz 2 des Rankings. Auch bei Michael Tojner sorgten Meldungen rund um seine Immobiliengeschäfte und die damit verbundenen Hausdurchsuchungen für zeitweise großen medialen Niederschlag. Artikel rund um mutmaßliche Falschaussagen im Ibiza-Untersuchungsausschuss sowie ein pandemiebedingtes schwieriges Geschäftsjahr mit zeitweisen Schließungen der Casinostätten brachten Bettina Glatz-Kremsner auf Platz 6 und damit als einzigen weiblichen CEO unter die Top 10.

Dem ist entgegenzuhalten, dass ÖBB-Vorstand Andreas Matthä (im Vorjahr als präsentester CEO Österreichs auf Platz 1) mit Themen wie dem Ausbau des Nachtzugnetzes sowie weiteren Infrastrukturprojekten positiv punkten konnte, wenngleich auch bei den ÖBB Corona-bedingte Themen wie etwa Einschränkungen im Bahnverkehr, Kurzarbeit und Maskenpflicht präsent waren. Auch Sportberichterstattungen heben die positive Bilanz der medialen Sichtbarkeit. So schlägt neben dem Thema Privatvermögen vor allem das Investment von Dietrich Mateschitz rund um diverse Sportlizenzen im Ranking hoch zu Buche.

Die Top 3 international

Weltallambitionen und Raumfahrtexpeditionen, selbstfahrende Elektroautos, Onlinever sandhandel, milliardenschweres Privatvermögen, Kryptowährungen und gelegentliche Anhörungen vor dem US-Kongress sind der Schlüssel zur Top-Präsenz von internationalen CEOs in heimischen Medien. So führt

Tesla-Gründer und -CEO Elon Musk unangefochten die Liste der sichtbarsten internationalen CEOs an. Auf den Plätzen 2 und 3 folgen Jeff Bezos (Amazon) und Marc Zuckerberg (Meta/Facebook).

Mediale Sichtbarkeit: die richtige Balance

Die Frage, wie viel mediale Präsenz des CEOs wichtig und welche Balance dabei richtig ist, wurde im Anschluss an die Präsentation des Rankings von namhaften Vertretern der heimischen Wirtschaft ausführlich diskutiert. Neben APA-DeFacto-Geschäftsführer Klemens Ganner analysierten Gabriela Maria Straka (Mitglied des Managementboards der Brau Union Österreich AG), Valerie Höllinger (Geschäftsführerin Austrian Standards International) sowie über Video zugeschaltet Nikolaus Huber (Geschäftsführer Unilever Austria GmbH), welche zentrale Rolle CEOs, ihr Image und ihre Werte für den Unternehmenserfolg und die Unternehmenskultur

spielen und was eine starke Führungspersönlichkeit ausmacht.

Der CEO als Teil des Ganzen

Kongruenz zwischen Führungskraft, Mitarbeitern und der jeweiligen Unternehmenskultur sollte die ideale Basis bilden und mit Integrität sowie Authentizität ein spürbares, stringentes Gesamtbild ergeben, das mit den Unternehmens- und Kommunikationszielen harmonisch einhergeht. „Es ist wichtig, dass das Team nicht durch die Ich-Kultur überstrahlt wird. Ein CEO mit Strahlkraft ist dann ein guter Markenbotschafter, wenn Kommunikationsstrategie und Unternehmensstrategie aufeinander abgestimmt sind und zur positiven Imagebildung intern wie extern wesentlich beitragen“, unterstrich Straka im Zuge der regen Diskussion. ■

Servicehinweis:

Das CEO-Ranking mit einer Liste der Top 50 steht unter <https://apa.at/service/whitepaper> kostenlos zum Download zur Verfügung.