GWPR-KOLUMNE

Führung und Orientierung

„Ein Beispiel zu geben, ist nicht die wichtigste Art, wie man andere beeinflusst. Es ist die einzige", soll Albert Einstein gesagt haben. Ob er die ***C-Level-Debatte*** *mitgemeint hat, fragt sich* ***Babette Kemper*** *von Global Women in PR (GWPR) Deutschland.*

Bei einer der vielen Demos gegen rechts sagte VW-Chef Oliver Blume Mitte Februar in Wolfsburg: „Demokratie und Freiheit sind keine Selbstverständlichkeit. [...] Der Volkswagen-Konzern zeigt Haltung. Und das weit über unsere Werkstore hinaus." Es hat nicht der aufrüttelnden Rechercheergebnisse von Correctiv bedurft, damit der Ruf nach mehr Haltung in Richtung Wirtschaft lauter wird. Dass Führungskräfte und Entscheider:innen aus der Wirtschaft vielen Menschen mittlerweile als ethischer Fixpunkt gelten, zeichnet sich schon lange ab. Man muss sich nur die jüngste Ausgabe des Edelman Trust Barometer ansehen – oder die Ausgaben der gefühlt vergangenen zehn Jahre davor.

Babette Kemper
Geschäftsführerin
Achtung! Mary

Vom C-Level wird seit Jahren erwartet, sich nicht nur zur Bilanzpressekonferenz zu äußern. Wer es nicht bei den Owned Channels der Unternehmenskommunikation belassen mag, ergänzt das Repertoire um persönliche Auftritte auf Social Media – bevorzugt bei LinkedIn, da nach wie vor business-lastig, aber inhaltlich immer öfter der „Casual Friday" unter den Netzwerken. So werden C-Level-Manager in vielerlei Hinsicht immer gefragtere Gesprächspartner:innen – und Quelle für Medienredaktionen, die gelernt haben, die Newsfeeds nach guten Zitaten zu durchstöbern, obwohl sie als Gatekeeper initial umgangen wurden. Doch auch die eigenen Angestellten lesen mit. Man ist Orientierung und Fixpunkt zugleich in vielen Fragen, die Mitarbeitende ebenso umtreiben.

Und hier wird es interessant. Denn im Mix aus Owned, Shared und Earned Media gilt es, nun auch personenzentrierte Kommunikation in das Corporate-Communications-Portfolio zu integrieren. Ganz oben angefangen mit dem Vorstand, aber auch in der Breite mit der Ausbildung von Corporate Influencern, die nicht minder meinungsstark und richtungsweisend sein können. Denn sind wir mal ehrlich: Wir alle lesen lieber einen starken, persönlichen CEO-Post mit Haltung und Insight als die x-te glattgeschliffene Pressemeldung.

https://globalwpr.de