

DIE MEINUNGSFÜHRER*INNEN

Führungskräfte auf LinkedIn



Mit zwei Millionen Usern in Österreich ist LinkedIn die mit Abstand wichtigste Businessplattform. Hier werden Themen angestoßen, Trends gesetzt und Meinung gemacht. Das Marktforschungsunternehmen BuzzValue hat exklusiv für den *Bau & Immobilien Report* die LinkedIn-Aktivitäten der heimischen Branchenführerkräfte analysiert. Wir zeigen, wer die Themen setzt und den größten Impact auf die Branche hat.

TEXT | BERND AFFENZELLER



Analysedesign

Für die vorliegende Analyse hat BuzzValue die LinkedIn-Aktivitäten von 80 Vertreter*innen der Bau- und Immobilienbranche im Zeitraum 1.1.2022 bis 31.12.2022 unter die Lupe genommen.

DIE TOP 20 NACH INTERAKTIONEN*

	Person	Unternehmen	Interaktionen
1	Heimo Scheuch	Wienerberger	17.670
2	Hubert Rhomberg	Rhomberg Gruppe	14.482
3	Andreas Klauser	Palfinger	10.413
4	Gerhard Urschitz	Strabag	8.683
5	Ulrike Rabmer-Koller	Rabmer Gruppe	8.419
6	Thomas Winkler	UBM	6.936
7	Silvia Angelo	ÖBB Infrastruktur	6.223
8	Solveig Menard-Galli	Wienerberger	3.835
9	Stephan Heid	Heid & Partner	2.169
10	Sandra Bauernfeind	Heimat Österreich	2.110
11	Peter Giffinger	Saint-Gobain	1.830
12	Anton Rieder	Rieder Bau	1.710
13	Christoph Stadlhuber	Signa	1.643
14	Christopher Pongratz	Pongratz Bau	1.552
15	Matthias Unger	Unger Stahlbau	1.415
16	Berthold Kren	Lafarge	1.406
17	Andreas Fromm	Asfinag Bau Management	1.362
18	Steffen Robbi	Digital findet Stadt	1.282
19	Andreas Köttl	Value One	1.124
20	Karl-Heinz Strauss	Porr	1.060

*Zeitraum: 1.1.2022 – 31.12.2022

Fotos: iStock

DIE TOP-POSTINGS NACH INTERAKTIONEN*

<p>Hubert Rhomberg über ein System, auf Wasser zu bauen. 879 Interaktionen 1</p>	<p>Andreas Klausner über seine Wiederbestellung zum Palfinger-CEO. 736 Interaktionen 2</p>	<p>Hubert Rhombergs persönlicher Blick in seine Kindheit. 713 Interaktionen 3</p>	<p>Thomas Winkler verkündet 26 zusätzliche freie Tage für UBM-Mitarbeiter*innen. 655 Interaktionen 4</p>	<p>Gerhard Urschitz stellt ein U-Bahn-Projekt der Strabag in Kanada vor. 647 Interaktionen 5</p>
---	---	--	---	---

*Stichtag 31.12.2022

Im Herbst 2022 hat das Social-Media-Marktforschungsunternehmen BuzzValue für den *Bau & Immobilien Report* die Social-Media-Aktivitäten der heimischen Bau- und Immobilienwirtschaft analysiert. Dabei hat sich zum wiederholten Mal gezeigt, dass LinkedIn die für die Branche mit Abstand wichtigste Plattform ist. »Auf LinkedIn ist die Bau- und Immobilienwirtschaft eine echte Benchmark«, erklärt BuzzValue-Geschäftsführer Markus Zimmer. Es gibt praktisch kein Unternehmen, das auf LinkedIn verzichtet.

Für die aktuelle Ausgabe hat sich BuzzValue für den *Bau & Immobilien Report* nach der Unternehmensebene die persönliche Ebene angesehen und die LinkedIn-Aktivitäten der Führungskräfte der Branche analysiert (siehe Kasten Analysedesign). Es wurde erhoben, wer im Jahr 2022 für die meisten Interaktionen gesorgt hat, welche Beiträge am besten funktioniert haben und wer die meisten Follower um sich schart. »Interaktionen und Reichweite sind die wichtigste Währung auf LinkedIn«, erklärt Zimmer. Und da hat Heimo Scheuch, CEO von Wienerberger, die Nase vorn. Er sorgte im abgelaufenen Jahr für 17.670 Interaktionen, gefolgt von Hubert Rhomberg, CEO der Rhomberg Gruppe, mit 14.482 Interaktionen und Palfinger CEO Andreas Klausner mit 10.413 Interaktionen. Mit diesen Zahlen führen Scheuch, Rhomberg und Klausner nicht nur die Branchenwertung an, sondern machen auch sektorenübergreifend eine ziemlich gute Figur.

Bei den Follower-Zahlen geht der erste Platz mit Respektabstand an Hubert Rhomberg. Dem CEO der Rhomberg Gruppe folgen nicht weniger als 32.087 Personen. Die Zweit-



»NICHT JEDES POSTING MUSS BREAKING NEWS ENTHALTEN, ABER EIN GEWISSER INFORMATIONSGEHALT IST SCHON WICHTIG«, SAGT BUZZVALUE GESCHÄFTSFÜHRER MARKUS ZIMMER.

platzierte, Ulrike Rabmer-Kollner, CEO der Rabmer Gruppe, kommt auf 10.029 Follower. Komplettiert wird das Podium mit Christopher Pongratz von Pongratz Bau mit 5.871 Followern. Dahinter wird das Rennen knapp.

Hinter den Topplatzierten ist die Performance der Führungskräfte der österreichischen Bau- und Immobilienwirtschaft laut Zimmer »okay, aber ausbaufähig«. Gerade im Vergleich zu den vielen sehr guten Unternehmensseiten, hätten die persönlichen Auftritte noch Luft nach oben. »LinkedIn bietet auch für die Führungskräfte selbst viele Möglichkeiten. Sie können in Kommunikation mit unterschiedlichen Stakeholdern treten, von Mitarbeitern über Partner und Kunden bis zu den Medien«, sagt Markus Zimmer. Dieses Potenzial nicht zu nutzen, sei schade – auch für das Unternehmen, das repräsentiert wird, denn ein guter LinkedIn-Auftritt ist immer auch eine gute Werbung.

FACES BEFORE PLACES

Die Erfolgsformel für LinkedIn ist nicht leicht zu knacken. Ein Patentrezept für einen erfolgreichen Beitrag hat auch Experte Markus Zimmer nicht. »Das gibt es nicht, weil auch niemand den LinkedIn-Algorithmus genau kennt«, so Zimmer. Es gebe aber einige Richtlinien, an die man sich halten kann. Noch stärker als bei Unternehmensauftritten gilt für Führungskräfte »faces before places«. Gerade bei Führungskräften gehe es darum, eine Geschichte zu erzählen. »Wie sieht der Arbeitsalltag aus, welche Termine stehen am Programm oder welche Gedanken beschäftigen mich. Das interessiert und sorgt für Aufmerksamkeit und Interaktionen.« Im Endeffekt kommt es laut Zimmer auf einen gelungenen



»LinkedIn und andere Plattformen helfen, die Botschaften des Unternehmens persönlich, authentisch, transparent und auf Augenhöhe zu kommunizieren und dabei gleichzeitig mit verschiedensten Stakeholdern in direkten Dialog zu treten«, sagt Wienerberger CEO Heimo Scheuch.



»Ich nutze LinkedIn als Mittel zum Zweck, um mit interessanten Personen sowie ihren Ideen in Kontakt zu kommen und zu bleiben«, sagt Hubert Rhomberg, CEO Rhomberg Gruppe.



»Durch meine Aktivität auf LinkedIn habe ich bereits viele sehr interessante Persönlichkeiten kennenlernen und mich mit ihnen austauschen dürfen«, sagt Christopher Pongratz von Pongratz Bau.

ÜBER BUZZVALUE

BUZZVALUE

ist eines der führenden österreichischen Social-Media-Marktforschungsunternehmen. Mit der Zielsetzung, Meinungs- und Stimmungsbilder von Usern über Unternehmen, Marken und Produkte im Social Web zu analysieren, betreut BuzzValue seit über zehn Jahren führende Unternehmen aus zahlreichen Branchen. Dafür verbinden die Social-Media-Marktforscher*innen bewährte Methoden der Markt- und Meinungsforschung mit modernsten Technologien aus dem Bereich Social Media. Hierbei bietet BuzzValue Services in folgenden Bereichen an.

- ➔ **Monitoring:** tagesaktuelle Beobachtung der Interaktion im Social Web.
- ➔ **Research:** rückblickende qualitative Social-Media-Analysen.
- ➔ **Analytics:** Social-Media-Kennzahlen zu Wettbewerbern und Benchmarks.

➔ Info: www.buzzvalue.at

Mix von persönlichen, fachlichen und unternehmensspezifischen Informationen an. »Es geht auch darum, Themen anzustoßen, die relevant sind, Trends vorzugeben und Meinung zum machen.« Kommen-

tarlos die Beiträge des Unternehmensaccounts zu teilen, sei auf jeden Fall zu wenig. Das zeigen auch die Herangehensweisen der erfolgreichsten Branchenvertreter*innen. »Ich versuche möglichst unterschied-

DIE TOP 10 NACH Ø INTERAKTIONEN/BEITRAG

	Person	Unternehmen	Ø Interaktionen/Beitrag
1	Peter Giffinger	Saint-Gobain	261,4
2	Christoph Stadlhuber	Signa	234,7
3	Andreas Klauer	Palfinger	216,9
4	Gerhard Urschitz	Strabag	180,9
5	Karl-Heinz Strauss	Porr	132,5
6	Heimo Scheuch	Wienerberger	131,9
7	Silvia Angelo	ÖBB Infrastruktur	102,1
8	Thomas Winkler	UBM	96,3
9	Hubert Rhomberg	Rhomberg Gruppe	94,7
10	Andreas Fromm	Asfinag Bau Management	85,1

*Zeitraum 1.1.2022 – 31.12.2022



»LinkedIn bietet die Möglichkeit, persönlich einer interessierten Community die spannende Welt von Palfinger zu zeigen und nah an das tägliche Geschehen zu bringen«, sagt CEO Andreas Klauser.



»LinkedIn ermöglicht mir, meine Expertise zu teilen, ein Netzwerk aus Partnern, Lieferanten, Mitarbeitern und Neukunden aufzubauen und die Sichtbarkeit des Unternehmens und unserer Tätigkeit zu stärken«, sagt Ulrike Rabmer-Koller, Geschäftsführerin Rabmer Gruppe.

liche Aspekte meiner Arbeit zu teilen, und genau diese Vielfalt scheint gut anzukommen«, erklärt Heimo Scheuch. »Ob Halbjahresergebnis, innovative Produkte und Systemlösungen, Fotos unseres regelmäßig stattfindenden CEO-Breakfasts oder ein Einblick ins Unternehmen im Rahmen eines Werksbesuchs inmitten einer Produktionshalle.« Und er bestätigt Zimmers Motto »faces before places«: »Besonders gut werden Beiträge angenommen, in denen meine passionierten Kolleginnen und Kollegen zu sehen sind.«

Andreas Klauser hat in den letzten Jahren einen »starken Wandel hin zu mehr persönlichem Content« festgestellt. Deshalb würden sich in den Posts seine »persönlichen Highlights rund um meine Tätigkeit

DIE TOP 20 NACH FOLLOWERS*

	Person	Unternehmen	Follower
1	Hubert Rhomberg	Rhomberg Gruppe	32.087
2	Ulrike Rabmer-Koller	Rabmer Gruppe	10.029
3	Christopher Pongratz	Pongratz Bau	5.871
4	Christoph Stadlhuber	Signa	4.738
5	Johann Marchner	Wienerberger	4.060
6	Anton Rieder	Rieder Bau	3.957
7	Georg Stadlhofer	Drees & Sommer	3.818
8	Gerhard Urschitz	Strabag	3.521
9	Werner-Heinz Bittner	Umdasch Ventures	3.367
10	Heimo Scheuch	Wienerberger	3.331
11	Berthold Kren	Lafarge	3.196
12	Silvia Angelo	ÖBB Infrastruktur	3.166
13	Stephan Heid	Heid & Partner	3.123
14	Andreas Klauser	Palfinger	2.955
15	Thomas Winkler	UBM	2.660
16	Karl-Heinz Strauss	Porr	2.608
17	Otto Handle	Inndata	2.482
18	Andreas Köttl	Value One	2.337
19	Caroline Palfy	Handler Group	2.337
20	Sandra Bauernfeind	Heimat Österreich	2.265

*Stand: 31.12.2022

bei Palfinger« widerspiegeln. Hubert Rhomberg nutzt LinkedIn für die »Beobachtung von Marktbegleitern sowie dafür, potenzielle neue Geschäfts- und Projektpartner oder auch Mitarbeitende von der Rhomberg Gruppe zu überzeugen – Stichwort: Employer Branding«. Und für Ulrike Rabmer-Kol-

ler ist LinkedIn ein »großartiges Kommunikationstool sowie eine digitale Bühne«, die es ihr ermöglicht, ihre »Expertise zu teilen, ein Netzwerk aus Partnern, Lieferanten, Mitarbeitern und Neukunden aufzubauen sowie die Sichtbarkeit meines Unternehmens und unserer Tätigkeit zu stärken.« ■

DIE TOP 10 NACH AKTIVITÄT*

	Person	Unternehmen	Beiträge
1	Christopher Pongratz	Pongratz Bau	169
2	Hubert Rhomberg	Rhomberg Gruppe	153
3	Ulrike Rabmer-Koller	Rabmer Gruppe	140
4	Heimo Scheuch	Wienerberger	134
5	Stephan Heid	Heid & Partner	83
6	Karl Friedl	Moocon	81
7	Thomas Winkler	UBM	72
8	Steffen Robbi	Digital findet Stadt	69
9	Anton Rieder	Rieder Bau	67
10	Silvia Angelo	ÖBB Infrastruktur	61

*Eigene Postings im Zeitraum 1.1.2022 – 31.12.2022