



Führungskräfte auf LinkedIn Die Meinungsführer der Branche

TEXT | Bernd Affenzeller

Mit über zwei Millionen Usern in Österreich ist LinkedIn die mit Abstand wichtigste Businessplattform. Auf LinkedIn werden Diskussionen angestoßen, Trends gesetzt und Meinung gemacht. Exklusiv für den Bau & Immobilien Report hat das Marktforschungsunternehmen BuzzValue die LinkedIn-Aktivitäten der heimischen Führungskräfte analysiert. Das Ergebnis zeigt, wer den größten Impact auf die Branche hat.

Analysedesign

Für die vorliegende Analyse hat BuzzValue die LinkedIn-Aktivitäten von 80 führenden Vertreter*innen der Bau- und Immobilienbranche im Zeitraum 1.1.2023 bis 31.12.2023 unter die Lupe genommen.



Die besten Postings



Die mit Abstand erfolgreichsten Beiträge stammen von Annette Scheckmann, Vorständin Strabag, und Hubert Rhomberg, CEO Rhomberg. Scheckmanns Posting über ihre neue Position als Vorständin der Strabag erzielte 2.885 Interaktionen. Rhombergs Beitrag über Floating Cities liegt mit 2.863 Interaktionen nur ganz knapp dahinter.

Im Herbst 2023 hat das Social-Media-Marktforschungsunternehmen BuzzValue für den *Bau & Immobilien Report* die LinkedIn-Aktivitäten der Unternehmen der heimischen Bau- und Immobilienwirtschaft analysiert.

Für die aktuelle Ausgabe hat sich BuzzValue exklusiv für den *Report* nach der Unternehmensebene die persönliche Ebene angesehen und das Online-Verhalten der Führungskräfte untersucht (siehe Kasten Analysedesign). Es wurde erhoben, wer im Jahr 2023 für die meisten Interaktionen gesorgt hat, welche Beiträge am besten funktioniert haben und wer die meisten Follower um sich schart.

Zentrale Erkenntnisse

Bei der wichtigsten Kennzahl, den ausgelösten Interaktionen, hat Heimo Scheuch, CEO der Wienerberger AG, deutlich die Nase vorne. Scheuch sorgte im abgelaufenen Jahr für 20.259 Interaktionen, das entspricht gegenüber 2022, als Scheuch ebenfalls das Ranking anführte, einem Plus von fast 15 Prozent. Auf den Plätzen folgen Hubert Rhomberg, CEO der Rhomberg Gruppe, mit 16.634 (ebenfalls ein Plus von fast 15 Prozent) und Palfinger CEO Andreas Klauser, der 2023 mit 15.678 Interaktionen um über 50 Prozent mehr Likes, Shares und Kommentare erzielte. Diese Zahlen sind laut Markus Zimmer, CEO von BuzzValue, auch ein Beleg dafür, dass das Wachstum auf LinkedIn anhält und der Plafond noch nicht erreicht ist. Bei einem Vergleich der Top 20 zeigt sich, dass die Anzahl der Postings von 2022 auf 2023 um 19,6 Prozent gestiegen ist, die

Interaktionen haben um 31,8 Prozent zugelegt und die Anzahl der Follower um satte 51,7 %. Ein erklecklicher Teil davon entfällt auf Hubert Rhomberg, der 33.966 Follower zählt. Die meisten durchschnittlichen Interaktionen pro Posting erreicht Strabag-Vorständin Annette Scheckmann mit stolzen 345,1 Interaktionen. Sie hat 2023 auch den Beitrag mit den meisten

Interaktionen abgesetzt. 2.885 mal wurde ihre Ankündigung, den Strabag-Vorstand zu verstärken, gelikt, kommentiert oder geteilt.

Geheimnis des Erfolges

Einen erfolgreichen Beitrag auf LinkedIn zu posten, ist eine Kunst, die Erfolgsformel ist dabei nicht leicht zu kna-

Die Top 20 nach Interaktionen*

Rang	Person	Unternehmen	Anzahl Interaktionen
1.	Heimo Scheuch	Wienerberger AG	20.259
2.	Hubert Rhomberg	Rhomberg	16.634
3.	Andreas Klauser	Palfinger	15.678
4.	Michael Schmidt	3SI Group	9.999
5.	Annette Scheckmann	Strabag	8.283
6.	Ulrike Rabmer-Koller	Rabmer Gruppe	7.772
7.	Thomas Winkler	UBM	6.114
8.	Silvia Angelo	ÖBB Infrastruktur	5.529
9.	Solveig Menard-Galli	Wienerberger AG	5.048
10.	Anton Rieder	Rieder Bau	4.853
11.	Christopher Pongratz	Pongratz Bau	3.174
12.	Stephan Heid	IG Lebenszyklus Bau	2.768
13.	Gerhard Urschitz	Strabag	2.400
14.	Berthold Kren	Holcim	2.236
15.	Sandra Bauernfeind	Heimat Österreich	1.716
16.	Wolfgang Kradischinig	Delta	1.346
17.	Andreas Köttl	Value One	1.301
18.	Otto Handle	Inndata	1.250
19.	Claudia Dankl	VÖZ	1.194
20.	Karl-Heinz Strauss	Porr	1.187

*1.1.2023–31.12.2023; Quelle: BuzzValue

Report-Exklusiv



➔ »Mein oberstes Prinzip ist die Gewährleistung von Authentizität, Nahbarkeit und persönlichem Flair«, erklärt Wienerberger CEO Heimo Scheuch seinen Erfolg auf der Business-Plattform.

➔ »Ich schätze auf LinkedIn die Mischung aus Persönlichkeiten unterschiedlichster Unternehmensbereiche, Meinung und Fakten«, so Andreas Klauer, Palfinger.

➔ »LinkedIn ist auch nützlich für die Beobachtung von Marktbegleitern sowie dafür, potenzielle neue Mitarbeitende von der Rhomberg Gruppe zu überzeugen – Stichwort: Employer Branding«, erklärt CEO Hubert Rhomberg.

cken. Ein Patentrezept 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«. Es gehe 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.«

Das bestätigen auch die erfolgreichen Branchenvertreter*innen. Heimo Scheuch legt großen Wert darauf, einen ausgewogenen Contentmix zwischen geschäftlichen Aspekten und persönlichen Einblicken zu bieten. »Diese Herangehensweise ermöglicht es meinen Followern, nicht nur das Unternehmen, sondern auch die Person hinter den Beiträgen aus einer neuen Perspektive zu erleben. Mein oberstes Prinzip dabei ist die Gewährleistung von Authentizität, Nahbarkeit und persönlichem Flair. Ich bin überzeugt, dass ein Profil, das diese Prinzipien nicht erfüllt, auch nicht erfolgreich sein kann.« Für Annette Scheckmann ist LinkedIn »ein Spiegelbild der aktuellen Business-Welt«. »Alle Themen, die die Unternehmen beschäftigen, sind auf LinkedIn top aktuell: New Work Trends, Nachhaltigkeit, Künstliche Intelligenz, Equality, Diversity, Inclusion und Industrielle Revolution 4.0«, so Scheckmann, die davon

Die Top 20 nach Follower*

Rang	Person	Unternehmen	Anzahl Follower
1.	Hubert Rhomberg	Rhomberg	33.966
2.	Klaus Einfalt	SW Umwelttechnik	30.003
3.	Ulrike Rabmer-Koller	Rabmer Gruppe	11.037
4.	Michael Schmidt	3SI Group	10.853
5.	Christopher Pongratz	Pongratz Bau	7.381
6.	Anton Rieder	Rieder Bau	5.359
7.	Christoph Stadlhuber	Signa	5.164
8.	Johann Marchner	wienerberger Österreich	4.587
9.	Andreas Klauer	Palfinger	4.415
10.	Georg Stadlhofer	Drees & Sommer	4.171
11.	Annette Scheckmann	Strabag	4.120
12.	Gerhard Urschitz	Strabag	4.011
13.	Berthold Kren	Holcim	3.927
14.	Werner-Heinz Bittner	Umdasch Ventures	3.861
15.	Heimo Scheuch	Wienerberger AG	3.825
16.	Otto Handle	Inndata	3.813
17.	Thomas Winkler	UBM	3.591
18.	Karl-Heinz-Strauss	Porr	3.573
19.	Stephan Heid	IG Lebenszyklus	3.563
20.	Silvia Angelo	ÖBB Infrastruktur	3.388

*Stichtag: 31.12.2023; Quelle: BuzzValue

überzeugt ist, dass es viele Themen gibt, die nur gemeinsam und siloübergreifend gelöst werden können. »Ich denke da etwa an die Kreislaufwirtschaft oder an Nachhaltigkeit. Hier nach außen zu kommu-

nizieren, sich über Unternehmensgrenzen hinweg zu vernetzen und sich mit Lösungsansätzen gegenseitig zu inspirieren – dafür ist LinkedIn eine herausragende Plattform.« Palfinger-CEO Klau-



Tendenz steigend

Sowohl die Interaktionen als auch die Zahl der Beiträge und Follower haben von 2022 auf 2023 deutlich zugelegt.

Report-Exklusiv

Die Top 10 nach durchschnittlichen Interaktionen/Follower*

Rang	Person	Unternehmen	Anzahl Interaktionen/Follower
1.	Heimo Scheuch	Wienerberger AG	5,3
2.	Andreas Klauer	Palfinger	3,6
3.	Solveig Menard-Galli	Wienerberger AG	2,6
4.	Annette Scheckmann	Strabag	2,0
5.	Thomas Winkler	UBM	1,7
6.	Silvia Angelo	ÖBB Infrastruktur	1,6
7.	Claudia Dankl	VÖZ	1,4
8.	Andreas Pfeiler	Fachverband Steine-Keramik	1,3
9.	Andreas Fromm	Asfinag Baumanagement	1,2
10.	Georg Blümel	Synthesa	1,1

*1.1.2023–31.12.2023; Quelle: BuzzValue

Die Top 10 nach durchschnittlichen Interaktionen/Post*

Rang	Person	Unternehmen	Anzahl Interaktionen
1.	Annette Scheckmann	Strabag	345,1
2.	Andreas Klauer	Palfinger	248,9
3.	Hubert Rhomberg	Rhomberg	134,1
4.	Hubert Wetschnig	Habau	132,0
5.	Heimo Scheuch	Wienerberger AG	128,1
6.	Solveig Menard-Galli	Wienerberger AG	126,2
7.	Silvia Angelo	ÖBB Infrastruktur	120,2
8.	Simone Oberndorfer	Oberndorfer Betonfertigteile	114,6
9.	Thomas Winkler	UBM	113,2
10.	Christoph Stadlhuber	Signa	113,1

*1.1.2023–31.12.2023; Quelle: BuzzValue

ser schätzt auf LinkedIn die Mischung aus Persönlichkeiten unterschiedlichster Unternehmensbereiche, Meinung und Fakten. »Diesen Mix versuche ich auch selbst über meinen Account zu transportieren. Auf meinem Profil finden alle Themen Platz, die für mich als CEO von Palfinger Relevanz haben: das Team, unsere Produkte und Lösungen, unsere Unternehmensperformance und das wirtschaftliche und gesellschaftliche Umfeld, in dem wir uns bewegen.« Platzhirsch Hubert Rhomberg, der seit Jahren die meisten Follower um sich schart, schätzt an

LinkedIn, dass er aktuelle Informationen zu seinen Schwerpunktthemen erhält. »Zudem ist LinkedIn nützlich für die



➔ 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.

INFOS www.buzzvalue.at

Beobachtung von Marktbegleitern sowie dafür, potenzielle neue Mitarbeitende von der Rhomberg Gruppe zu überzeugen – Stichwort: Employer Branding.«

Von digital zu analog

Die Analyse der LinkedIn-Profile der heimischen Branchenvertreter*innen über die Jahre hinweg zeigt Social-Media-Experten Zimmer zufolge, dass der Auftritt der CEOs immer professioneller wird. »Das sind keine Ego-Auftritte, sondern Teile einer professionellen Unternehmenskommunikation.« Die Impulse, die auf LinkedIn gesetzt werden, seien auch wichtig für die »analoge« Welt. »Die Botschaften kommen an und schwappen über in die echte Welt«, so der Experte. Denn es gebe nichts Vergleichbares, kein Branchenevent, mit dem man so viele Leute erreichen kann, wie mit einem gelungenen LinkedIn-Auftritt. ■

➔ »Die Relevanz von LinkedIn ist für die Bauwirtschaft ungebrochen und wächst sogar noch. Einen Branchenevent, bei dem man so viele Menschen erreicht, gibt es nicht«, erklärt Markus Zimmer, CEO BuzzValue.