

Positionierung von Vorständen und Führungskräften



Die Herausforderungen an Führungskräfte, Vorstände und insbesondere den CEO des Unternehmens sind in den letzten Jahren dramatisch gestiegen. Wer heute neu ins Amt kommt, hat keine 100 Tage Schonfrist mehr. Vom ersten Moment an bestimmt ein wechselhaftes Umfeld voller Unsicherheiten und Dilemmasituationen den Alltag. Alles, was gesagt oder nicht gesagt, getan oder nicht getan wird, bekommt unmittelbar eine Bedeutung. Wer unter diesen Randbedingungen eine Organisation auf Dauer erfolgreich führen will, muss seine persönliche Reputation schützen, glaubwürdig agieren und das Vertrauen seiner Stakeholder gewinnen.

Kommunikation wird in einer solchen Situation für Führungskräfte zu einer entscheidenden Stellgröße. Sie kann über Erfolg oder Misserfolg im Job entscheiden und sollte daher Profis mitgestaltet werden. Es gilt, die Wahrnehmung bei internen und externen Stakeholdern nicht dem Zufall zu überlassen, sondern auf Basis eines abgestimmten Plans aktiv zu gestalten. Eine nachhaltige und effiziente Positionierung erfordert eine überzeugende Story und konsistente Botschaften zu denjenigen Themenfeldern, auf denen die Führungskraft investieren und für sich selbst und das Unternehmen sichtbar und wirksam werden will.

WORAUF KOMMT ES AN?

Status Quo und Kontext berücksichtigen: Eine Positionierung entsteht nicht im Blindflug und aus einem Bauchgefühl heraus. Sie baut auf der bestehenden persönlichen Reputation und der des Unternehmens auf.

Fokus und Passgenauigkeit: Konzentration auf wenige persönliche Attribute und Schwerpunktthemen, die gleichermaßen zur Person und zur unternehmerischen Agenda passen.

Überzeugende Storyline: Die Positionierungs-Story muss für sämtliche Stakeholder attraktiv und nachvollziehbar sein – von den Mitarbeitern und Investoren bis hin zu potenziellen Bewerbern und der Politik

Authentizität: Themenauswahl, Tonalität, Kommunikationsformate und Kanäle dürfen nicht künstlich oder konstruiert wirken, sondern müssen erkennbar vom Stil der handelnden Person geprägt sein.

WAS LEISTEN WIR?

Datengestützte Bestandsaufnahme und Abgleich der Reputation des Unternehmens sowie der Stimmungslage im Stakeholder-Umfeld mit der persönlichen Reputation des CEO.

Entwicklung einer passgenauen persönlichen Story: Was ist der Wertbeitrag der Führungskraft für die Organisation?

Erarbeitung einer abgestimmten **Sprecherarchitektur mit klarer Themenzuständigkeit und -verantwortung** für weitere Führungskräfte im Vorstand.

Entwicklung eines integrierten Engagement-Plans mit Priorisierung der Stakeholder, Themen, Positionierungsgelegenheiten, Formate und Kanäle.

WORIN BESTEHT DER NUTZEN?

Schärfere Profilierung und durchgängig **konsistente Wahrnehmung** der Führungskraft mit ihren Themen und Anliegen, innerhalb und außerhalb des Unternehmens.

Erhöhte Transparenz und breiteres Verständnis der unternehmerischen Ziele und Ambitionen führt zu **höherer Attraktivität als Arbeitgeber, mehr Motivation und besserer Leistung**.

Höhere Akzeptanz bei wichtigen Stakeholdern – insbesondere bei Eigentümern und Investoren, die einen Fokus auf die Qualität der Führung legen.

Präsenz auf digitalen und sozialen Kanälen ermöglicht **bessere Stakeholder-Dialoge** und erhöhte Sichtbarkeit eigener **Beiträge zu wichtigen gesellschaftlichen Debatten**.

REFERENZMANDATE / ERFAHRUNGEN:

- Positionierung des **CEO eines börsennotierten Biotech-Unternehmens** gegenüber Medien, Mitarbeitern und Aktionären im Kontext einer mehrjährigen Auseinandersetzung mit einem kritischen Großaktionär.
- Positionierung des **CEO einer mittelständischen Raffinerie** im Zusammenhang mit einer geplanten Neuausrichtung und Dekarbonisierung der Raffinerieprozesse unter Einsatz von grünem Wasserstoff.
- Entwicklung eines Stakeholder Engagement Plans und laufende Unterstützung bei der Positionierung **des CEO eines familiengeführten Maschinenbaukonzerns** zur Unterstützung des Leitthemas „Industrielle Nachhaltigkeit“ in den Medien sowie auf digitalen und sozialen Kanälen.
- Positionierung des **Geschäftsführers eines internationalen Herstellers von mRNA-Impfstoffen** gegenüber der Fach- und Wirtschaftspresse in Deutschland.
- Positionierung **des CEO eines schweizerischen Biotech-Unternehmens** im Zusammenhang mit der erwarteten Markteinführung eines von ihm entdeckten und weiterentwickelten Antikörpers zur Therapie der Alzheimer-Erkrankung.
- Konzeptentwicklung zur **Vorbereitung des CEO-Wechsels** bei einem globalen Automobilzulieferer.



Dr. Hartmut Vennen
Geschäftsführer

T +49 69 255 388 36
M +49 160 895 58 58

hartmut.vennen@vennen-advisors.de

vennen.advisors ist eine unabhängige Managementberatung für Strategische Kommunikation. Wir beraten in Krisen- und Sondersituationen. Als Problemlöser in entscheidenden Momenten schützen und stärken wir Reputation und Geschäftserfolg unserer Mandanten. Dazu nutzen wir unsere jahrzehntelange Erfahrung und Expertise auf dem Gebiet der Strategischen Kommunikation. Darüber hinaus stehen wir Mandanten und ihren Teams in Zeiten des Aufbruchs und der Veränderung zur Seite. Wir sind zuverlässige und engagierte Partner, wenn es darum geht, wichtige Themen und Vorhaben wirksam zu positionieren und damit zum unternehmerischen Erfolg beizutragen.

Durch die bestehende Zusammenarbeit mit dem Team der Strategischen Kommunikationsberatung von FTI Consulting ist es jederzeit möglich, auch solche Mandate realisieren, die ein größeres oder international aufgestelltes Beraterteam erfordern.