

„Ein CEO steht heute unter Dauerbeobachtung“

Die Kommunikationsexpertin Ina Sabitzer erzählt, wie moderne Führungskräfte durch klare Positionierung Vertrauen schaffen – nach innen und außen.

••• Von Elisabeth Schmoller-Schmidbauer

In einer Zeit, in der Kommunikation schneller und öffentlicher ist als je zuvor, stehen CEOs unter Dauerdruck, Haltung zu zeigen und Orientierung zu geben. PR- und Kommunikationsexpertin Ina Sabitzer hat sich unter anderem auf Corporate Profiling spezialisiert und unterstützt Führungskräfte dabei, ein klares, glaubwürdiges Profil zu entwickeln – sichtbar, wirksam und anschlussfähig.

Im Interview erzählt Sabitzer, wie Corporate Profiling Führungskräften hilft, ihre Persönlichkeit strategisch zu schärfen und damit Kommunikation, Kultur und Vertrauen im Unternehmen wirksam zu prägen.

medianet: Frau Sabitzer, das Kommunikationsumfeld verändert sich rasant – wie hat sich dadurch die Rolle von CEOs und Top-Managern als öffent-

liche Persönlichkeiten verändert?

Ina Sabitzer: Heute Top-Manager zu sein, heißt permanent öffentlich zu sein. Nichts bleibt mehr im kleinen Kreis – schnell wird alles sichtbar, kommentiert, vervielfacht. In Echtzeit – positiv wie negativ. Sichtbarkeit

keit von CEOs. Was bedeutet das für die Führungskommunikation der Zukunft?

Sabitzer: Führung funktioniert heute nicht ohne Haltung. Mitarbeitende, Kunden und Öffentlichkeit wollen wissen, auf wen sie sich einlassen. Sie erwarten klare Werte, nachvollziehbare

Sabitzer: Ein CEO steht heute unter Dauerbeobachtung. Jeder Auftritt – ob Bühne, Kamera oder internes Meeting – wird bewertet und formt das Bild, das man von dieser Person und vom Unternehmen hat. Aber performen heißt nicht schauspielen. Es geht nicht darum, eine Rolle zu spielen – sondern die eigene Rolle professionell und glaubwürdig auszufüllen. Das hat nichts damit zu tun, authentisch zu sein, also immer echt und unverfälscht, sondern vielmehr, authentisch und glaubwürdig zu wirken. Professionelle Echtheit – das ist der Punkt: Persönlichkeit zeigen, mit Inhalt überzeugen und wissen, wie beides zusammen Wirkung entfaltet.

medianet: Inwiefern kann Corporate Profiling ein strategisches Führungsinstrument sein, das Identität, Kultur und Markenführung prägt?

Sabitzer: Wenn Führung sichtbar wird und Haltung erwartet wird, dann braucht es mehr als gute Worte. Genau da beginnt Corporate Profiling. Nicht als reines Kommunikations- oder Marketinginstrument, sondern als strategischer Führungsprozess. Es geht darum, die persönlichen Ziele und Überzeugungen der Manager mit den Werten und der Strategie des Unternehmens zu verknüpfen. Sie anschließend wiedererkennbar und glaubwürdig zu kommunizieren. Ein klares, unverwechselbares kommunikatives Profil zu schaffen und eine nachhaltige Kommunikationsstrategie aufzubauen. Immer Manager und Marke im Einklang.



© Martina Berger

Positionierung „Ein CEO muss wissen, wofür er steht“: Expertin Ina Sabitzer unterstützt Manager dabei, ihr Profil glaubwürdig zu schärfen.

“

Gerade weil mehr denn je kommuniziert wird, klingt vieles beliebig. Viel glatt, viel gleich, viel Einheitsbrei. Wenig Profil und Tiefe.

“

ist aber nicht gleich Wirkung. Gerade weil mehr denn je kommuniziert wird, klingt vieles beliebig. Viel glatt, viel gleich, viel Einheitsbrei. Wenig Profil und Tiefe. Genau deshalb zählt heute mehr denn je Persönlichkeit und Wiedererkennbarkeit. Menschen folgen nicht Logos oder Strategiepapieren. Sie folgen Menschen. Sie wollen wissen: Wer führt dieses Unternehmen? Wie tickt er? Wofür steht er ein?

medianet: Heute erwartet sich die Öffentlichkeit also zunehmend Haltung und Persönlich-

Entscheidungen – und Persönlichkeiten, die bereit sind, dafür einzustehen. Es braucht also Manager und Führungskräfte, die sich nicht nur als Entscheidungsträger verstehen, sondern als Teil der Marke. Sichtbar, greifbar, ansprechbar – auch wenn es unbequem wird. Und es braucht Kommunikation, die nicht lauter ist, sondern klarer.

medianet: Wie sehr muss ein CEO heute performen, um Wirkung zu erzielen – und wo verläuft die Grenze zwischen Inszenierung und Authentizität?

“

Es geht nicht darum, überall zu sein, sondern gezielt dort, wo es Wirkung entfaltet. Also die richtigen Kanäle bewusst zu bespielen – mit einer klaren Botschaft.

Ina Sabitzer
PR-Expertin

“

medianet: Wie verändern neue Kommunikationsformen das Profiling von Führungskräften?

Sabitzer: Führungskräfte haben heute eine ganze Bühne an Möglichkeiten, um zu kommunizieren, sichtbar zu sein und zu werden – intern wie extern. Das macht Kommunikation anspruchsvoller, aber auch wirksamer, wenn man sie richtig führt.

Es geht nicht darum, überall zu sein, sondern gezielt dort, wo es Wirkung entfaltet. Also die richtigen Kanäle bewusst zu bespielen – mit einer klaren Botschaft, angepasst an Zielgruppe und Kontext. Und eines darf man dabei nicht vergessen: der stärkste Kommunikationskanal eines Unternehmens ist – und bleibt – die Person, die es führt.

medianet: Auch KI wird zunehmend genutzt – wie lässt sich dabei die eigene Stimme und Authentizität bewahren?

© Martina Berger

Sabitzer: Ich sehe KI als Sparingspartner, nicht als Ghostwriter. Sie kann Gedanken sortieren, Szenarien entwerfen oder Inhalte verdichten – aber sie kann nicht für einen denken und erst recht nicht fühlen. Also sie kann und soll nicht die Stimme ersetzen, für die sie schreibt. Wer authentisch wirken will, muss das Menschliche bewahren. KI kann helfen, Struktur zu schaffen – aber Leben bekommt

ein Text erst durch eigene Stimme und Stimmung.

medianet: Wenn Sie einem jungen CEO drei Ratschläge für seinen öffentlichen Auftritt geben könnten – welche wären das?

Sabitzer: Ein CEO muss wissen, wofür er steht. Werte, Themen und Botschaften müssen klar sein, bevor man sie nach außen trägt. Danach zählen Plan und Struktur: kein Auftritt darf

dem Zufall überlassen sein. Wer sein Publikum kennt, die Botschaft zuspitzt und Anfang, Mitte und Punkt sauber setzt, bleibt im Kopf. Und schließlich: Übung. Nicht, um perfekt zu sein, sondern glaubwürdig. Wer gut vorbereitet ist, kann sicher sprechen, souverän wirken und nachhaltig überzeugen.

Das gesamte Interview lesen Sie auf: www.medianet.at

