

› Deep Dive Sustainability:

CEO LinkedIn Tracker Germany

März 2023

Deep Dive

CEO-Kommunikation auf LinkedIn: Nachhaltigkeit als Erfolgsfaktor in Deutschland

Die dritte Ausgabe des LinkedIn CEO-Tracker von Kekst CNC ist da. Erstmals beleuchtet diese internationale Analyse die digitale Kommunikation von CEOs in Großbritannien, den USA, Deutschland und Schweden.

In dieser Spezialauswertung für Deutschland betrachten wir das zentrale Thema in der Kommunikation der DAX CEOs in 2022: **Nachhaltigkeit.**

Einen internationalen Vergleich aller Themen, die in der CEO-Kommunikation auf LinkedIn eine besondere Rolle spielten, finden Sie in unserem globalen Report, dem Kekst CNC Global LinkedIn Tracker.

4.494

Als Datengrundlage hat unser internationales Team aus Digital- und Analyse-Spezialist:innen insgesamt 4.494 LinkedIn-Beiträge von 184 analysierten CEOs zwischen dem 01. Januar 2022 und dem 31. Dezember 2022 aus den USA, UK, Deutschland und Schweden ausgewertet.

Für die Analyse in Deutschland standen die CEOs der 40 DAX-Unternehmen im Fokus.



66%
der DAX-CEOs
(27 CEOs) verfügen über
ein LinkedIn Profil.



56%
der DAX CEOs
(23 CEOs) kommunizieren
aktiv auf LinkedIn.



Following



41.463

Follower:innen folgen den
CEOs durchschnittlich.



1.262

Posts wurden von
den DAX-CEOs im
Jahr 2022 insgesamt
veröffentlicht.

Purpose-Driven CEOs

CEOs von DAX-Unternehmen kommunizieren erfolgreich auf LinkedIn, indem sie die Werte ihres Unternehmens mit den Antworten auf globale Herausforderungen verbinden.

Diese Veröffentlichung des LinkedIn CEO-Trackers fällt in eine Zeit großer unternehmerischer Herausforderungen: Eine nervöse Weltwirtschaft, Rezessionsängste in Europa und Zentralbanken, die mit Zinserhöhungen gegen eine beständig hohe Inflation ankämpfen. Die Einkommenssituation für breite Teile der Bevölkerung in Europa verschlechtert sich. Die anhaltenden geopolitischen Spannungen, insbesondere aufgrund des anhaltenden Ukraine-Krieges, bestehen unverändert fort und haben erhebliche Auswirkungen auf die globalen Lieferketten.

Folglich zeigt der Kekst CNC Global CEO LinkedIn Tracker weltweit einen Rückgang des thematischen Engagements im Bereich der Nachhaltigkeit. Er ist vor allem auf die globalpolitischen sowie gesamtwirtschaftlichen Entwicklungen und Herausforderungen zurückzuführen.

Umso überraschender ist, dass bei deutschen Managern eine gegenläufige Dynamik

festgestellt werden kann: Bei den DAX-CEOs ist das Thema Nachhaltigkeit im gleichen Zeitraum das häufigste kommunizierte Thema.

Wir geben in der vorliegenden Spezialauswertung einen näheren Einblick zur Nachhaltigkeitskommunikation der DAX-CEOs auf der weltweit führenden Businessplattform LinkedIn. Die Auswertung ergänzt unserem internationalen Report [Kekst CNC Global CEO LinkedIn Tracker](#), in dem zahlreiche weitere Daten und Fakten zur Kommunikation von CEOs auf LinkedIn zu finden sind.



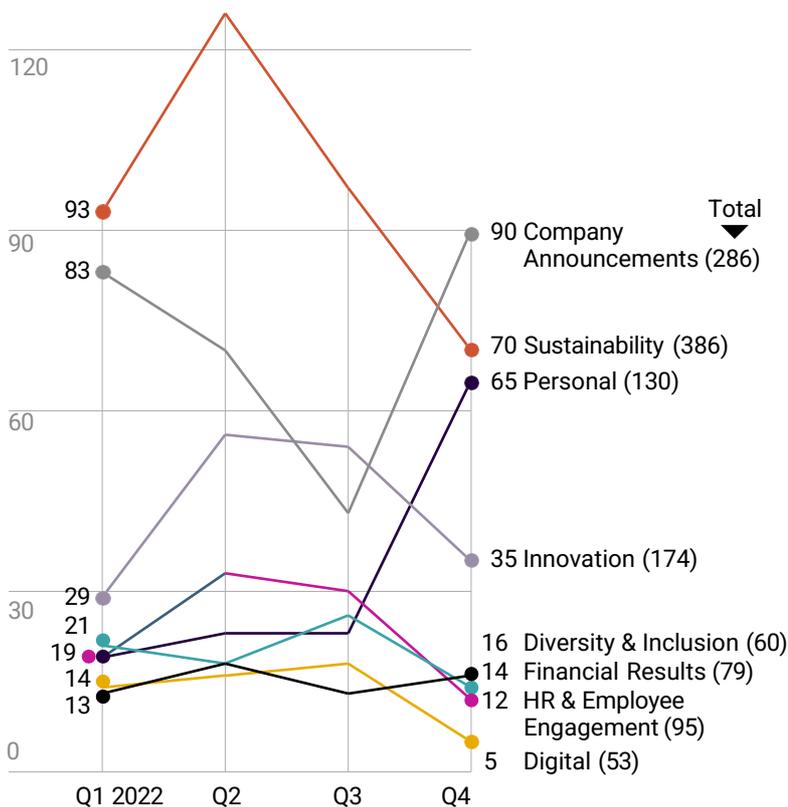
LinkedIn Themen der DAX-CEOs 2022: Nachhaltigkeit ist im Fokus des Managements

Das „E“ in ESG dominiert: Nachhaltigkeit war 2022 das dominierende Thema in der deutschen LinkedIn Leadership Community. 91 % der DAX-CEOs haben im vergangenen Jahr zu Nachhaltigkeit gepostet, wobei sich ihre Beiträge vor allem um die Querschnittsthemen Dekarbonisierung, Energiewende und nachhaltige Mobilität drehten. Insgesamt wurden 386 Beiträge veröffentlicht. Damit genoss das Thema bei den Managern mehr Bedeutung als klassische Unternehmensnachrichten, zu denen 286 Beiträge verfasst wurden.

Den Höhepunkt der Nachhaltigkeitskommunikation bildete dabei das zweite Quartal 2022. In dieser Zeit gaben die meisten Unternehmen ihre neuen Geschäftszahlen bekannt oder veröffentlichten ihre Nachhaltigkeitsberichte. Ein weiterer wichtiger Treiber für die Nachhaltigkeitsbeiträge der CEOs war das Weltwirtschaftsforum in Davos (Mai 2022).

Ihren inhaltlichen Schwerpunkt hatten Nachhaltigkeitsposts auf LinkedIn in der Kommunikation von Meilensteinen und Initiativen, die Bestandteil der übergeordneten Nachhaltigkeitsstrategie des Unternehmens sind. Berichtet wurde über konkrete Aktivitäten und Maßnahmen, wie Start von Programmen, der Abschluss von Partnerschaften oder die Gründung von Joint Ventures ([Beispiel](#)) sowie Veranstaltungen wie die COP27 oder das WEF ([Beispiel](#)).

Postthemen 2022



Unsere Empfehlung



Das Thema Nachhaltigkeit ist derzeit noch stark auf den Umweltaspekt – das „E“ in ESG – beschränkt. Hier eröffnet sich für Führungskräfte die Chance, sich durch eine deutlich breiter gefasste Nachhaltigkeitskommunikation von anderen Akteuren abzuheben.



CEOs können die eigene Führungskommunikation noch stärker nutzen, um die Werte des Unternehmens mit der Präsentation von Lösungen, Meilensteinen und Innovationen zu verbinden.

Tonalität der Nachhaltigkeitskommunikation: Authentizität und persönliche Ansprache stärken den Austausch mit der Community

So unterschiedlich wie die Führungsstile der CEOs sind, so sind es auch ihre Kommunikationsstile auf LinkedIn: Einige kommunizierten positiv und visionär, andere berichteten eher neutral und faktenorientiert, wieder andere wählten einen direkten und inspirierenden Ton. Ging es dagegen um die Erläuterung der Nachhaltigkeitsstrategie des Unternehmens, dominierten in den untersuchten Beiträgen harte Fakten in einem neutralen und professionellen Ton.

Besonders positiv wurden in unserer Analyse Posts zur nachhaltigen Mobilität und klimafreundlichen Produktion bewertet. Diese stellten beispielsweise Unternehmensinitiativen vor, wie eine CO₂-neutrale Produktionsstätte für Elektroautos ([Beispiel](#)) oder ein Joint Venture für Elektrofahrzeuge ([Beispiel](#)). Der thematische Fokus auf Mobilität lässt sich einerseits durch die Präsenz vieler Automobilunternehmen im DAX erklären. Andererseits durch das wachsende Interesse der deutschen Öffentlichkeit an der nachhaltigen Transformation des Mobilitätssektors sowie der Dekarbonisierung der Wirtschaft im Allgemeinen.



Die besten Beiträge verfolgten einen authentischen und persönlichen Ansatz. Hier wird das Engagement des CEOs für eine nachhaltige Zukunft hervorgehoben und gleichzeitig mit konkreten Maßnahmen des Unternehmens verknüpft.



Vor allem Fakten und Authentizität kommen bei der LinkedIn-Community an: CEOs unterstreichen ihr Engagement, indem sie Fortschritte, Perspektiven und eine klare Priorisierung der Nachhaltigkeitsziele kommunizieren.



Eine aktuelle Nachhaltigkeitsagenda ist ein Beispiel dafür, wie deutsche Führungskräfte auf eine wertorientierte Kommunikation setzen und die eigenen Unternehmensaktivitäten in diesem Bereich verstärkt haben.

Ola Kaellenius • 3rd+
CEO of Mercedes-Benz
1yr • Edited •

Today, I was thrown back to the early days of my career at our plant in Tuscaloosa, Alabama. When I first came here in 1995 the team just started the construction of the plant. Now, we are celebrating its 25th anniversary of production – and man, has this place come a long way: from a literal “green field” to a state-of-the-art facility soon to produce its four-millionth vehicle!

Over the years we have invested around seven billion U.S.-dollars in Alabama and created more than 4,500 direct jobs. I also kept my own personal team growing here: I came as a young finance guy and left as a married man with two kids. So, Alabama and Tuscaloosa will forever be a big part of my family’s life.

With the opening of our new battery plant, we are now starting the next chapter of Benz in ‘Bama. The plant creates even more jobs in the community, enables CO₂-neutral production and opts for local cell sourcing. This is another major milestone on our way to go all-electric. Starting just a few weeks from now, our next all-electric model, the [#EQS #SUV](#), will be rolling off the assembly line here in Tuscaloosa – powered by batteries produced next door. Kudos to the entire [Mercedes-Benz U.S. International, Inc.](#) team!

[#LeadInElectric](#) [#ElectricVehicles](#)

Ola Kaellenius • 3rd+
CEO of Mercedes-Benz
6mo •

On our mission to make our cities more liveable, daily transport of goods plays a decisive role. All-electric vans can make a significant difference here. A pioneer in sustainable mobility, [Mercedes-Benz AG](#) aims to speed up the [#transformation](#) even more.

That’s why [Mercedes-Benz Vans](#) and [Rivian](#) intend to establish a new joint venture with the purpose of investing in and operating a factory in Europe. The factory will be dedicated to producing large electric vans for both Mercedes-Benz Vans and Rivian, starting in a few years’ time.

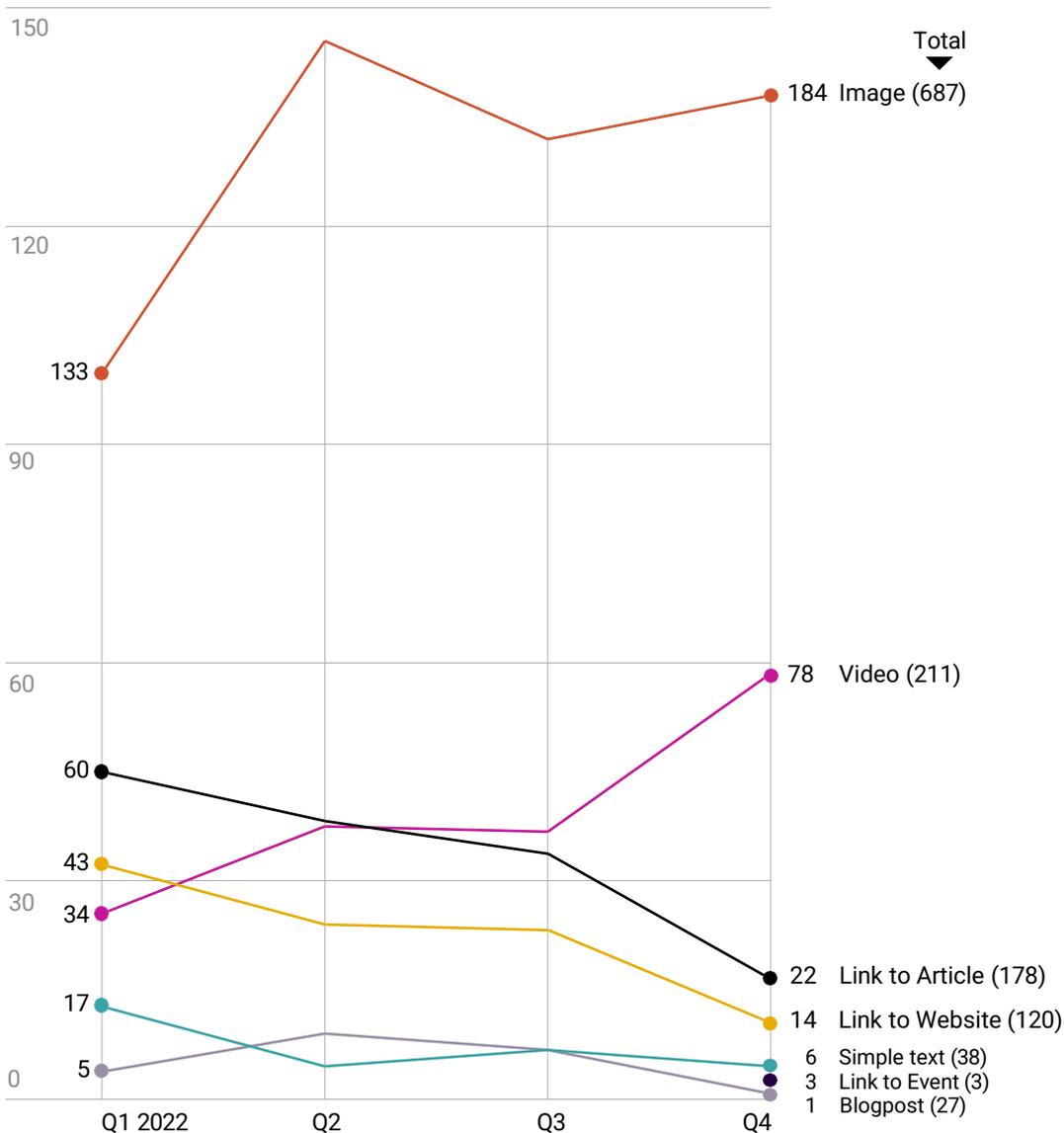
Today, both companies have announced the signing of a Memorandum of Understanding to initiate a strategic partnership. We pursue the common goal to rapidly scale electric van production.

Additional information: <https://lnkd.in/e5uirfFS>

Visualisierung als wichtiger Hebel: Sorgfältige Bildauswahl steigert die Wahrnehmung

Bilder, Grafiken und Videos stellen nach wie vor einen wichtigen Bestandteil erfolgreicher Postings dar, gefolgt von Links zu ausgewählten Artikeln. Häufig wurden visuelle Inhalte von CEOs oder Unternehmensteams bei Veranstaltungen, persönlichen Treffen, Ankündigungen oder dem Start von einzelnen Initiativen und Programmen gepostet. Aber auch klassische Motive aus Bilddatenbanken und themenbezogene Visualisierungen, beispielsweise von Windturbinen oder grünen Feldern im Kontext der Nachhaltigkeit, fanden in den Beiträgen häufig Verwendung. Darüber hinaus waren Infografiken ein beliebtes Mittel, um Daten, Fakten und Zahlen besser zu veranschaulichen.

Postingformate 2022



Unsere
Empfehlung



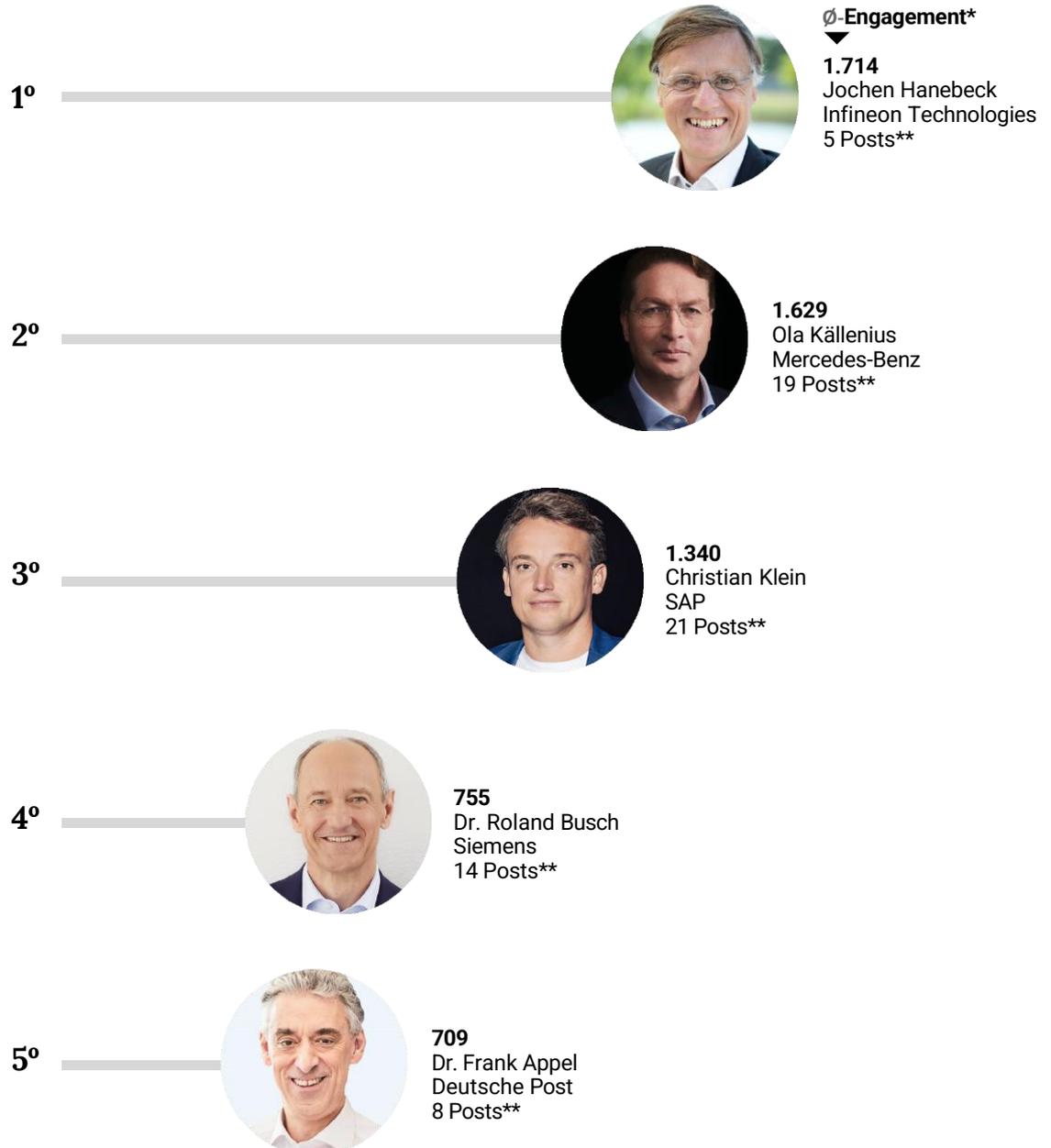
Bei Bildern auf Stock-Material verzichten: Weg von beliebigen Fotos aus bekannten Bilddatenbanken – solche Darstellungen wirken austauschbar und machen eine Differenzierung fast unmöglich.



Authentisch und nahbar sein: Das Engagement mit Fotos, vom Team oder sich selbst, verbindet. Gesichter schaffen Aufmerksamkeit und Nähe.

Diese DAX-CEOs erzeugten das höchste durchschnittliche Engagement beim Thema Nachhaltigkeit

Die folgenden 5 CEOs kommunizierten besonders gut zum Thema Nachhaltigkeit im Jahr 2022: Sie schafften es, mit ihren Beiträgen die LinkedIn-Community erfolgreich anzusprechen sowie Interaktionen und den Austausch unter Followern aktiv zu fördern.



* Ranking nach dem höchsten durchschnittlichen Engagement (Likes und Kommentare) aller Nachhaltigkeitsposts der DAX-CEOs im Jahr 2022
 ** Summe der Nachhaltigkeitsposts im Jahr 2022

Top Engagement-Posts über Nachhaltigkeit im Jahr 2022: nahbare und engagierte CEOs

Welche Beiträge erreichen in der LinkedIn Community das höchste Engagement? Es sind vorrangig persönliche Geschichten im Business-Kontext, und die Begeisterung des CEOs für neue Initiativen und Lösungen. Diese Beiträge machen die Manager nahbar, Initiativen erlebbar und Programme verständlich. Sie lassen die Community daran teilnehmen, welchen konkreten Beitrag Unternehmen für eine nachhaltige Zukunft leisten.



Best Practice

Ola Kaelenius • 3rd+
CEO of Mercedes-Benz
Tyr • Edited •

+ Follow

Today, I was thrown back to the early days of my career at our plant in Tuscaloosa, Alabama. When I first came here in 1995 the team just started the construction of the plant. Now, we are celebrating its 25th anniversary of production – and man, has this place come a long way: from a literal "green field" to a state-of-the-art facility soon to produce its four-millionth vehicle!

Over the years we have invested around seven billion U.S.-dollars in Alabama and created more than 4,500 direct jobs. I also kept my own personal team growing here: I came as a young finance guy and left as a married man with two kids. So, Alabama and Tuscaloosa will forever be a big part of my family's life.

With the opening of our new battery plant, we are now starting the next chapter of Benz in 'Bama. The plant creates even more jobs in the community, enables CO₂-neutral production and opts for local cell sourcing. This is another major milestone on our way to go all-electric. Starting just a few weeks from now, our next all-electric model, the #EQS #SUV, will be rolling off the assembly line here in Tuscaloosa – powered by batteries produced next door. Kudos to the entire Mercedes-Benz U.S. International, Inc. team!

#LeadInElectric #ElectricVehicles

4,568 84 comments · 55 reposts

Der Vorstandsvorsitzende verknüpft, bildlich und textlich, eine persönliche Erinnerung mit Firmenhistorie und dem Fortschritt in einer neuen CO₂-neutralen Produktionsanlage. Er zeigt, was tatsächlich schon angepackt und erreicht wurde ([Beispiel](#)).

Christian Klein • 3rd+
CEO & Member of the Executive Board of SAP
10mo •

+ Follow

We are on our way to the World Economic Forum Annual Meeting in #Davos! Two years ago, I travelled with a hydrogen powered car to see where we stood with the according infrastructure. This year, it'll be my first long road trip with an electric car! Let's see if we face any challenges. Technology, innovation, and sustainability will be key topics at this year's event – so I'm excited to be a part of the conversation! #wef22

5,379 117 comments · 34 reposts

Der CEO zeigt seinen persönlichen Einsatz für nachhaltige Mobilität – mit einer Fahrt in einem wasserstoffbetriebenen Auto zum WEF. Die Transformation des Unternehmens wird so fast greifbar ([Beispiel](#)).

Tim Höttges • 3rd+
CEO Deutsche Telekom AG
Tyr • Edited •

+ Follow

200 Millionen alte Handys verstauben allein in deutschen Schubladen und werden nicht genutzt. Der nachhaltige Umgang mit Rohstoffen ist eine große Herausforderung. In meinem aktuellen „Tim testet“ schaue ich mir deswegen das Fairphone 4 genauer an. Beim Thema #Nachhaltigkeit punktet es wie kaum ein anderes Gerät: mit einer 5-Jahres-Garantie ist es langlebig, es wird unter fairen Bedingungen produziert, und zwar aus nachhaltigen und recycelten Materialien. Toll ist, dass man es selber reparieren kann und das musste ich auch direkt mal ausprobieren. 😊 Ich finde, es passt bestens zur Deutschen Telekom. Denn unser grünes Netz speist sich zu 100 Prozent aus erneuerbaren Energien! Übrigens sammelt die Telekom mit Partnern gebrauchte und nicht mehr genutzte Geräte. Schauen Sie mal auf www.handysammelcenter.de vorbei und machen Sie mit Ihren alten Schätzchen mit. 😊 Geeignete Geräte können weiterverwendet oder enthaltene Edelmetalle fachgerecht recycelt werden.

#Fairphone #Fairphone4 #deutsche Telekom Fairphone #5G #greenmagenta

See translation

2,520 134 comments · 94 reposts

Ein Video zeigt die Ausführungen des CEOs zu einem fair gehandelten Mobiltelefon ([Beispiel](#)). Auch hier wird anschaulich gemacht, welchen Weg das Unternehmen eingeschlagen hat – nahbar und für alle verständlich.

Die LinkedIn Community auf dem Weg mitnehmen

CEOs und Führungskräfte stehen heute mehr denn je vor erheblichen unternehmerischen und gesellschaftlichen Herausforderungen: Sie müssen nicht nur die Leistungsfähigkeit des Unternehmens im globalen Wettbewerb sicherstellen, sondern auch ihre Fähigkeiten im Umgang mit allen internen und externen Stakeholdern demonstrieren. Denn Führungskräfte sind nicht nur Unternehmenslenker:innen, sondern immer auch Vertrauenspersonen und Kommunikator:innen, die für transparente und belastbaren Aussagen des Unternehmens stehen.

Auf LinkedIn zum Thema Nachhaltigkeit und ESG zu kommunizieren, gehört inzwischen zum erfolgreichen Kommunikationsrepertoire eines jedes Unternehmens und CEOs. Die Herausforderung besteht heutzutage darin, die LinkedIn-Community in den Transformationsprozess einzubinden und die eigene Nachhaltigkeitsstrategie anhand von Meilensteinen und Belegen so zu kommunizieren, dass die Leser:innen und Follower:innen am Ball bleiben. Ein erfolgreicher Austausch auf dieser Plattform schafft positive Aufmerksamkeit für die (Arbeitgeber-) Marke und echten Mehrwert für die eigene Positionierung und gesellschaftliche Verantwortung.

Erfolgsfaktoren für die Nachhaltigkeitskommunikation auf LinkedIn:



Sich persönlich einbringen

Verbindet die persönlichen Werte des CEOs mit der Unternehmensbotschaft und konkreten Beispielen und Belegen.



Ergebnisse präsentieren

Weist nicht mehr nur auf zukünftige Ambitionen und Ziele hin, sondern Führungskräfte berichten, wie die Strategie konkret in der Praxis umgesetzt wird.



Community einbinden

Lässt die Community an Meilensteinen, Fortschritten, aber auch Herausforderungen auf dem Weg der Transformation teilhaben und bezieht sie ein.

Transformation erfolgreich vermitteln

Kekst CNC berät Unternehmen auf der ganzen Welt bei Transformationsprozessen, der Umsetzung anspruchsvoller Nachhaltigkeitsprogramme, sowie bei der Kommunikation mit heterogenen internen und externen Stakeholdergruppen.

Die Transformationskommunikation stellt dabei die notwendige Balance zwischen der Unternehmensrealität sowie den Erwartungen und der Wahrnehmung der Stakeholder her. Führungskräfte haben hier eine große Verantwortung, der sie sich nicht entziehen können.

Kommunikation als zentrale Managementaufgabe leistet einen wesentlichen Beitrag, diese Verantwortung erfolgreich zu meistern.



Für mehr Informationen kontaktieren Sie uns gerne.

Alica Radtke, Integrated Communications Consultant, Digital Lead Germany
alica.radtke@kekstcnc.com



Lesen Sie unsere globale Studie [Kekst CNC Global CEO LinkedIn Tracker](#) und erfahren Sie hier, wie deutsche CEOs im internationalen Vergleich in Bezug auf Inhalt, Tonalität und visuelle Kommunikation sich differenzieren.



KEKST
CNC
intelligence