AUFTRITT VOR DER KAMERA

Der große CEO-Videocheck

Zum vierten Mal bewertet der Bundesverband für Medientraining die meistbetrachteten Videos der Dax-Chefs in Social Media. Was ist gut, was können sich andere von den Top 10 abschauen?

Videos auf Social Media bieten Vorstandsvorsitzenden die Chance, Menschen weltweit direkt und effektiv anzusprechen. Um die Erreichung unternehmerischer Ziele mit Bewegtbildern zu unterstützen, müssen sie jedoch souverän und kompetent wirken. Wem gelingt das besonders gut?

Diese Frage beantwortet der Bundesverband für Medientraining in Deutschland (BMTD) jedes Jahr mit dem wissenschaftsbasierten „CEO Digital Video Index". Eine zehnköpfige Jury aus Medientrainerinnen und -trainern bewertete das meistbetrachtete Social-Media-Video der Dax-40-CEOs aus 2024. Berücksichtigt wurden die Kanäle Youtube, Linkedin, Facebook, Instagram, X und Tiktok. Ausgewählt wurden die Videos aufgrund der Angaben auf den Plattformen und durch Nachfrage bei den Dax-Konzernen.

Die Methodik

Basis für den Index bildet ein vom BMTD entwickeltes Bewertungsraster. Es stützt sich auf Erkenntnisse der Wahrnehmungsforschung und umfangreiche Praxiserfahrung. Betrachtet werden drei Kategorien:

- **Sprachliche Ebene:** Dabei geht es um Wortwahl, Prägnanz, Struktur und spannende Erzählungen.
- **Visuelle Ebene:** Dabei fließen Blick, Mimik, Gestik, Kopf- und Körperhaltung, Erscheinung der Person und Setting ein.
- **Akustische Ebene:** Dabei übernahm ein Algorithmus des Phonetikers Oliver Niebuhr die Analyse. Bewertet werden 16 Bausteine von Stimme und Sprechweise, darunter Tonhöhenumfang, Sprechtempo, Pausen, Satzlänge, Sinneinheiten, hörbarer Punkt am Satzende sowie Betonungen.

Pro Kategorie werden zwischen 0 und 100 Punkten vergeben, ein perfekter Auftritt bekäme also 300 Punkte. Dass viele CEOs Verbesserungspotenzial haben, belegt der Punkteschnitt von 196,3 (Vorjahr 185). Und zeigt sich daran, dass die Jurymitglieder die gesendeten Botschaften teils sehr unterschiedlich wahrnahmen. Nur zehn CEOs nutzen Storytelling. Ich-Botschaften, Beispiele und Vergleiche werden noch spärlicher eingesetzt. Qualitativ wurden die Inhalte nicht bewertet, da dazu Unternehmens-, Kommunikations- und persönliche Ziele bekannt sein müssten.

Um die Auftritte valide zu ranken, wurden nur Videos berücksichtigt, in denen die CEOs mindestens 40 Sekunden sichtbar sprechen. Lag die Gesamtdauer bei mehr als drei Minuten, wurde jeweils die erste, mittlere und letzte Minute analysiert. Nur einer der 40 CEOs hatte 2024 kein Video mit der festgelegten Sprechdauer auf eine der genannten Social-Media-Plattformen gestellt. Von Oliver Blume, der Porsche und Volkswagen führt, wurde nur das meistbetrachtete Video bewertet. Hat ein Jurymitglied einen oder eine der CEOs trainiert, gab es für diese Person keine Wertung ab.

Wissenschaftlich begleitet wurde die Entwicklung des Index und des Bewertungsrasters von Professor Hans-Bernd Brosius vom Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der LMU München sowie von Professor Oliver Niebuhr von der Universität Süddänemark in Sonderburg.

Zentrale Ergebnisse

Im Schnitt riefen 189.082 User die Top-10-Videos auf. Das meistbetrachtete Video ist das von Telekom-Chef Tim Höttges. Es kommt auf knapp 800.000 Ansichten.

Ganz vorne im Ranking landet diesmal Roland Busch. Der Siemens-CEO präsentiert vor einer riesigen Videoleinwand, unterstützt mit Fotos und Einspielern. Höttges checkt die Technik in einem Fußballstadion und belegt damit Platz 2. Die Drittplatzierte, Daimler-Truck-Lenkerin Karin Rådström, setzt sich ans Steuer eines 40-Tonners mit Elektroantrieb.

Seit Bestehen des Videochecks schafften es Höttges und Mercedes-Vorstandschef Ola Källenius (diesmal auf dem sechsten Platz) jeweils viermal unter die besten zehn. Kein Zufall, wenn man sich deren Videos anschaut.

FOTO: IMAGO / MediaPunch / DeeCee Carter (Busch)

Top-Keynote: Siemens-Chef Roland Busch auf der CES.

1

ROLAND BUSCH
SIEMENS

Insgesamt: 258,8 Punkte
Visuell: 85,4 Punkte
Sprachlich: 88,7 Punkte
Akustisch: 84,7 Punkte
Link: *https://t1p.de/nwlk7*

Was macht Busch gut?

Januar 2024, Consumer Electronics Show in Las Vegas. In Lederjacke und Jeans betritt Keynote-Speaker Roland Busch dynamisch die Bühne, weißes T-Shirt und helle Sneaker bilden einen deutlichen Kontrast zur dunklen Videoleinwand. Nach dem ersten Wort „Technology" folgt eine längere Pause. Dann kommt der Siemens-CEO schnell zur Kernaussage seines Vortrags: „Technology to transform the everyday, for everyone." Busch erläutert seine Vision vom Industrial Metaverse – „generated by AI". Wer das Video des knapp 16-minütigen Auftritts auf Youtube und Facebook betrachtet, erinnert sich wahrscheinlich an Inszenierungen des verstorbenen Apple-Gründers Steve Jobs oder an Ted Talks. Eine riesige Leinwand wird mit Fotos und Videos bespielt, die perfekt das Gesagte unterstützen. Busch schreitet souverän auf der Bühne hin und her, nutzt große Gesten und lächelt. Die gesamte Jury war sich einig: Dieser Mann hat Spaß am Inszenieren und Lust, zu präsentieren. Und der Siemens-Chef verkörpert mit seinen gut zwei Metern im wahrsten Sinne des Wortes seine Vision.

Was könnte besser sein?

Nicht viel. Buschs Wirkung wäre noch etwas stärker, wenn er seine Sprechweise etwas mehr variieren würde – laut und leise, schnell und langsam. Pausen kann man nicht besser platzieren, als er sie setzt. Und mit ein, zwei persönlichen Geschichten könnte er die wesentlichen Botschaften noch stärker beim Publikum verankern.

Was können andere lernen?

„2024 is a tipping point", sagt Busch in einem seiner ersten Sätze. Man nimmt ihm ab, dass er davon überzeugt ist. Denn das Neue, die digitalen Veränderungen, werden konsequent in vielen Punkten inszeniert. Das reicht von der puristisch gestalteten Bühne über Buschs businessuntypische Kleidung bis hin zur Illustration auf dem XXL-Bildschirm, die meist auf Worte verzichtet. Das Wichtigste ist jedoch Roland Busch selbst: Ein Vorstandsvorsitzender, der sein Thema in knapp 16 Minuten auf den Punkt bringt. Und der richtig Bock hat, zu präsentieren.

2

TIM HÖTTGES
DEUTSCHE TELEKOM

Insgesamt: 247,7 Punkte
Visuell: 84,2 Punkte
Sprachlich: 80,0 Punkte
Akustisch: 83,5 Punkte
Link: *https://t1p.de/ivvmv*

Was macht Höttges gut?

Anfang Juni, kurz vor dem Eröffnungsspiel der Fußball-EM, punktet Telekom-Kapitän Tim Höttges mit einem Technik-Check im Düsseldorfer Stadion. In sportlicher Freizeitkleidung, mit Telekom-gebrandeter Jacke überm DFB-Trikot, beweist er Mut und prüft die Anlagen in den Streben des schwindelerregend hohen Arenadachs. So kann er berichten, dass die Telekom dort jeweils knapp 50 Router und Antennen verbaut hat. „Unser Sturm, das 5G-Netz", berichtet er stolz. Danach spricht Höttges vor Schaltkästen von der Glasfaserzentrale, dem „Mittelfeld der Deutschen Telekom". Dort zieht er demonstrativ einen Stecker

– überraschenderweise sorgt er damit für ein sicheres Gefühl bei allen Fußballinteressierten. Aussage: Die Technik gibt's für den Fall von Pannen gleich doppelt, Bild und Ton werden getrennt übertragen.

Was könnte besser sein?

Bei einem derart positiv besetzten Thema könnte Höttges mehr Emotionen zeigen, er lächelt nur einmal leicht beim inszenierten Torschrei am Schluss. Darüber hinaus empfanden die meisten Jurymitglieder seine Sprechweise als zu laut, manchmal an der Grenze zu schreiend. Und: Das Wort „redundant" ist unter IT-lern möglicherweise positiv besetzt – beim breiten Publikum eher negativ.

Was können andere lernen?

Mit Kreativität und einem mutigen CEO lassen sich große Events wie die EM wunderbar kommunikativ verwerten. Ein Musterbeispiel, wie man elegant und aufmerksamkeitsstark den Nutzen seiner Produkte verdeutlichen kann. In nur einer Minute. Mit 799.000 Aufrufen war das Tiktok-Video das meistbetrachtete aller Dax-CEOs. Analog zu Sportübertragungen sorgen Kameraführung und Schnitt mit wechselnden Fern- und Nahaufnahmen für Spannung. Höttges ist übrigens der einzige CEO, der auch konsequent auf Tiktok präsent ist.

3
KARIN RÅDSTRÖM
DAIMLER TRUCK

Insgesamt: 242,0 Punkte
Visuell: 87,0 Punkte
Sprachlich: 82,2 Punkte
Akustisch: 72,8 Punkte
Link: *https://t1p.de/83f4l*

Was macht Rådström gut?

Im Wirtschafts- und Verbrauchermagazin „Mex" des Hessischen Rundfunks nimmt Karin Rådström die Gegenposition zu einem kritischen Spediteur ein. Anlass ist die Jungfernfahrt eines rein batteriebetriebenen Trucks, der mehr als 13.000 Kilometer durch 20 Länder rollt und nur an öffentlichen Ladesäulen „betankt" werden soll. Die Schwedin setzt sich die ersten 100 Kilometer ans Steuer des 40-Tonners. Und berichtet von einem „Wow-Feeling", da nach ihren Aussagen E-Trucks sehr ruhig fahren und schneller beschleunigen. Vor allem ihre intensiv-positive Mimik, großen Gesten und klaren Aussagen sorgen dafür, dass man ihr glaubt.

Starker Auftritt: Karin Rådström von Daimler Truck.

Was könnte besser sein?

Körperhaltung und -spannung, Gestik, Mimik, Blickverhalten sind auf sehr hohem Niveau. Das ist auch Rådströms Art zu sprechen. Etwas mehr Variation in Tempo, Lautstärke und Sprachmelodie würde ihre Aussagen jedoch noch mehr unterstützen.

Was können andere lernen?

Mit gut vorbereiteten Aussagen und innerer Überzeugung ist es ein kalkulierbares Risiko, in kritische TV-Formate zu gehen. Rådström bildet mit ihrem inhaltlichen und nonverbalen Auftreten einen starken Gegenpol zum an der E-Mobilität zweifelnden Spediteur. Zudem überzeugt die Idee der Tour.

4
BILL ANDERSON
BAYER

Insgesamt: 240,6 Punkte
Visuell: 82,8 Punkte
Sprachlich: 73,3 Punkte
Akustisch: 84,5 Punkte
Link: *https://t1p.de/q9e9l*

Was macht Anderson gut?

Mit „90 days in 90 seconds" nutzt Bayer-CEO Bill Anderson ein wiederkehrendes Format als Führungs- und Change-Instrument. Das meistgesehene Video hat er kurz nach dem zweiten Quartal auf Linkedin veröffentlicht. Dort geht er zunächst ein paar Schritte, danach sorgen seine ausgeprägte Mimik, Gestik und Sprechweise für Dynamik. Anderson zeigt, was sich alles positiv verändert habe: leichtes Umsatzplus, Fortschritte in Genehmigungsverfahren, neue Partnerschaften, Produkteinführungen. Mit dunklem, legerem Sakko und weißem Shirt will er wohl auch äußerlich demonstrieren, dass bei Bayer ein frischer Wind weht.

FOTOS: Ingo Bosch (Jury), Daimler Truck AG (Rådström)

Was könnte besser sein?

Es ist eine Kunst, in 90 Sekunden Quartals- oder gar Halbjahresbilanzen zu ziehen. Anderson beherrscht diese zwar – da er sehr viele positive Ergebnisse kommuniziert, ist das Sprechtempo nach Wahrnehmung der Jury jedoch etwas zu hoch. Weniger wäre mehr, dann bliebe auch Platz für wohltuende Pausen und Storytelling. Die seitliche Kameraposition sollte sich deutlicher von der Frontalperspektive unterscheiden – so wirkt es stellenweise, als würde Anderson knapp am Publikum vorbeiblicken und -reden.

Was können andere lernen?

Nur wenige der knapp 100.000 Mitarbeiter haben die Chance, ihren Chef persönlich zu erleben. Durch das regelmäßige „90 days in 90 seconds"-Format kann er mindestens viermal pro Jahr Leidenschaft vermitteln. Dafür sorgen seine ausgeprägte nonverbale Kommunikation und seine Sprechweise. Gutes Beispiel dafür, persönliche Auftritte strategisch einzusetzen.

5
MARKUS KAMIETH
BASF

Insgesamt: 238,7 Punkte
Visuell: 80,3 Punkte
Sprachlich: 80,6 Punkte
Akustisch: 77,8 Punkte
Link: *https://t1p.de/6o8p6*

Was macht Kamieth gut?

Markus Kamieth fasst sein erstes Quartal als BASF-CEO in zwei Minuten und drei Hashtags zusammen. Diese werden in seiner Handschrift eingeblendet: #first time, #q2 und #team BASF. Kamieths erste Botschaft: „You never stop learning". Er spricht sehr freundlich, im weißen Hemd ohne Krawatte, kurz ist er auch mit legerem Sweater zu sehen. Gemeinsam mit den Fotos von Mitarbeitern und Führungskräften vermittelt das Nähe. Im Verlauf des Videos demonstriert ein weiterer, handgeschriebener Hashtag seine Entschlossenheit: #letsdothis. Am Ende wiederholt sich dieser Schriftzug. Eine klare Botschaft.

Die Jury des Bundesverbands für Medientraining: Katrin Prüfig, Janine Stolpe-Krüger, Ingo Bosch, Ulrich Grünewald, Manfred Baumann, Delia Dittrich, Stefan Klager, Irene Kayser, Oliver Niebuhr und Gesa Eberl (v. l.).

Was könnte besser sein?

Kamieth hat so beeindruckt, dass die Jury etwas Zeit benötigte, um einen Verbesserungsvorschlag zu finden. Eine Möglichkeit: Es wirkt, als würde er irgendwo sitzen, seine Bewegungen scheinen etwas blockiert. Falls das stimmt, könnte eine Aufnahme im Stehen zu noch mehr Lockerheit und Dynamik führen.

Was können andere lernen?

Freundlichkeit, Nahbarkeit und entschlossene Führung müssen sich nicht ausschließen. Kamieth unterstreicht seine Inhalte vor allem durch seine natürlich-souveräne Mimik. Er startet lächelnd. Als er zu den wirtschaftlichen Ergebnissen in herausfordernder Lage kommt, wirkt er ernster. Danach spricht er erfreut über den positiven Teamspirit und lächelt wieder. Betrachtet man das Video ohne Ton, hat man ein Musterbeispiel für variable Mimik. Insgesamt vermitteln seine nonverbale Kommunikation und seine Sprechweise den Eindruck: Er weiß und glaubt, was er sagt.

6
OLA KÄLLENIUS
MERCEDES-BENZ

Insgesamt: 233,2 Punkte
Visuell: 81,7 Punkte
Sprachlich: 82,1 Punkte
Akustisch: 69,4 Punkte
Link: *https://t1p.de/8yomx*

Was macht Källenius gut?

„Secret CLA prototype revealed: First test drive with CEO Ola Källenius", lautet der Titel des Youtube-Videos. Musik wie in einem Krimi. Schnittbilder, die zeigen, dass man an einen abgeschirmten Ort geführt wird – das baut Spannung auf. Diese wird durch eine Probefahrt auf einer Teststrecke aufgelöst. Källenius sitzt am Steuer, eine Interviewerin begleitet ihn. Der CEO ist in seinem Element, erläutert begeistert entwicklungs- und produktspezifische Vorteile. Wer sich fragt, ob die Fortführung dieser Idee auch langweilen kann (vergangenes Jahr steuerte er einen Geländewagen durch hügeliges Terrain): 635.308 Aufrufe sind eine klare Antwort.

Was könnte besser sein?

Die Testfahrt bietet mehr Möglichkeiten, das Video spannender aufzubereiten, beispielsweise mit Splitscreen während scharfer Kurven oder stark kontrastierenden Wech-

seln von Totalen und Nahaufnahmen. Källenius' Sprechweise könnte variabler sein – vor allem in den Szenen, in denen er nicht fährt. Und womöglich hätte man das knapp zehnminütige Video etwas kürzer halten können.

Was können andere lernen?

Zukunftspläne, Produktpräsentationen und CEO-Positionierung sind miteinander vereinbar. Beispielhaft ist zudem, dass es äußerst hilfreich sein kann, CEOs in Situationen zu filmen, in denen sie sich wohlfühlen. Körpersprache und freie Sprechweise von Källenius wirken dadurch überzeugend und glaubwürdig – dass beim Steuern des Autos kein Teleprompter eingesetzt wurde, liegt auf der Hand.

7
MARKUS KREBBER
RWE

Insgesamt: 228,8 Punkte
Visuell: 84,5 Punkte
Sprachlich: 87,4 Punkte
Akustisch: 56,9 Punkte
Link: *https://t1p.de/9tkhk*

Was macht Krebber gut?

Selten erfährt man gebündelt so viel Persönliches von einem Vorstandsvorsitzenden wie in den dreieinhalb Minuten aus dem Spätsommer. Markus Krebber macht einen Rundgang durch die RWE-Zentrale – gemeinsam mit Interviewerin Johanna, die stellvertretend für die Kolleginnen und Kollegen fragt. Man erfährt, dass Krebber 40 Prozent seiner Arbeitszeit auf Reisen ist, fünf Kinder hat, ein Zeitbudget für Familie und Gesundheit einplant und im Job klar priorisiert. Er betont, ein gutes Team zu haben, das ihm das Delegieren von Aufgaben ermöglicht. Und: „Only deal with problems, when you have time solving it."

Was könnte besser sein?

Würde Krebber variabler sprechen, wäre er weiter vorne gelandet. Es ist hohe Kunst, auch in kurzen Antworten, Tempo, Lautstärke und Sprachmelodie zu variieren. Ein Teil der Jury empfand die Hintergrundmusik als etwas zu laut. Zudem wirken die Interviewpassagen im Gehen etwas künstlich.

Was können andere lernen?

Offen, modern, klar, eloquent und sympathisch waren die Eigenschaften, die bei der Jury ankamen. Die Kommentare und Likes auf Linkedin zeigen, dass es den Betrachtern dieses Videos ähnlich ging.

8
LEONHARD BIRNBAUM
EON

Insgesamt: 224,7 Punkte
Visuell: 71,1 Punkte
Sprachlich: 79,9 Punkte
Akustisch: 73,7 Punkte
Link: *https://t1p.de/1msxr*

Was macht Birnbaum gut?

Am laufenden Band präsentiert Leonhard Birnbaum via Linkedin in der „Eon-Weihnachtsfabrik" Geschenke. Diese bilden die Produktkette für Transport und Nutzung erneuerbarer Energien ab. Das beginnt mit Kabeln und geht mit einem Transformer weiter. Es folgen ein Smart Meter und schließlich ein Bier, das mit weiterverwendeter Wärme umweltfreundlich gebraut sei. Am Schluss dankt der Eon-Chef seinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern – und beschenkt sich augenzwinkernd selbst mit dem Bier.

Was könnte besser sein?

Die sehr kreative und zielführende Idee scheint Birnbaum stark gefordert zu haben: Stellenweise vermitteln das seine ernste Mimik sowie die leise und weniger deutlich werdende Sprechweise. Das fällt deshalb auf, weil er zu Beginn und am Ende zeigt, wie charmant er lächeln kann. Und es ist zwar stimmig, dass er die Geschenke anschaut, die er in die Hand nimmt – ein paar Blicke mehr in die Kamera würden die Zuschauer stärker abholen.

Was können andere lernen?

Gegenstände und Sprechtext gehen Hand in Hand. Und Birnbaum zeigt Witz, indem er sich im gebrandeten Christmas-Sweater zeigt und angenehm-subtilen Humor aufblitzen lässt.

9
BELÉN GARIJO
MERCK

Insgesamt: 224,5 Punkte
Visuell: 76,8 Punkte
Sprachlich: 75,9 Punkte
Akustisch: 71,8 Punkte
Link: *https://t1p.de/zjxic*

Was macht Garijo gut?

Anfang 2024 resümierte Belén Garijo das zurückliegende Geschäftsjahr und erläuterte ihre „five key takeaways". Sie nutzt die Möglichkeiten, die Videos bieten: leidenschaftlich, energetisch und glaubwürdig waren Attribute, die die komplette Jury wahrnahm. Ihre Ausführungen und ihr Dank an die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wirken glaubwürdig.

Was könnte besser sein?

Garijo könnte bei positiven Botschaften vor allem in Mimik und Sprechweise etwas milder und freundlicher auftreten, ohne jedoch zu schauspielern. Auch bei der Verständlichkeit bleibt Luft nach oben, obwohl sie sich im Vorjahresvergleich um dreizehn Punkte verbessert hat.

Was können andere lernen?
Die Designer haben Anschauungsmaterial produziert, wie Inhalte grafisch sinnvoll und gut dosiert mit Einblendungen unterstützt werden.

10

CHRISTIAN KLEIN
SAP

Insgesamt: 219,9 Punkte
Visuell: 71,3 Punkte
Sprachlich: 66,8 Punkte
Akustisch: 81,8 Punkte
Link: *https://t1p.de/yzyc9*

Was macht Klein gut?
Via Linkedin sagt Christian Klein am Jahresende in gut 100 Sekunden Danke an Kollegen, Kunden und Geschäftspartner. Der SAP-CEO erwähnt die zentrale Rolle, die KI für unternehmerische Prozesse und Entscheidungen spielt. Der virtuelle Hintergrund zeigt einen Raum mit offenem Kamin, durch große Fensterscheiben sieht man schneebedeckte Bäume. So kommt weihnachtliche Stimmung auf. Klein ist sehr gut ausgeleuchtet und spricht klar, leicht verständlich. Er beherrscht es, Pausen einzulegen.

Was könnte besser sein?
Schaut man auf die Kriterien unseres Bewertungsrasters, macht Klein nahezu alles richtig. Dennoch hatten die meisten Jurymitglieder den Eindruck, dass der SAP-CEO nicht wirklich fühlt, was er sagt: Seine Sätze wirken aufgesagt, sehr wahrscheinlich liest er vom Teleprompter ab.

Was können andere lernen?
Auch mit überschaubarem Aufwand lässt sich ein professionelles Video produzieren. Licht, Ton, Greenscreen-Hintergrund und Kleidung passen perfekt, aufwendige Schnittarbeit war nicht nötig. Vorbildlich sind vor allem Kleins freundliche Mimik und Sprechweise. Schade, dass das Ganze durchs Textablesen leicht steril wirkt. Mit Sätzen auf Basis von Stichwörtern oder einem Kurzinterview käme Klein womöglich deutlich überzeugender rüber.

— Ingo Bosch
ist Vorstandsvorsitzender des Bundesverbands für Medientraining in Deutschland und Inhaber von Bosch+more.

VÖB die öffentlichen Banken

Ob Regulierung, Digitalisierung oder Globalisierung: Wir bieten Ihnen eine umfassende Auswahl an aktuellen Publikationen zu kreditwirtschaftlichen Themen.

Unter www.voeb.de/publikationen können Sie unsere Fachpublikationen und Newsletter bestellen und abonnieren.