

Bestenste Wirtschaftskapitäne

Ruttenstorfer der laut market-Umfrage angesehenste österreichische Top-Manager. Der OMV-Generaldirektor wird von den Befragten spontan am häufigsten unter die Top 3 der heimischen Chef-Elite gewählt. Die Hauptgründe dafür sind, dass er laut den Meinungsführern eine klare Unternehmensstrategie vermittelt, international anerkannt ist und als innovativ und visionär gilt.

Was er ankündigte, setzte er auch um: Nachdem er an die Konzernspitze berufen wurde, präsentierte Ruttenstorfer eine Expansionsstrategie mit der klaren Stoßrichtung Zentral- und Südosteuropa und einen Zeitplan. Dass er das für 2008 angepeilte Wachstumsziel schon 2004 erreichte, beförderte sein Ansehen ebenso wie die Versechsfachung des Aktienkurses in den letzten drei Jahren.

In der Rangliste der Manager folgt auf Platz zwei Böhler-Uddeholm-Chef Claus Raidl, der sich in der Öffentlichkeit nicht nur als erfolgreicher CEO, sondern auch als ganz und gar nicht konfliktscheuer wirtschaftspolitischer Vordenker positioniert hat. Mit seinem Kommunikationschef Randolph Fochler bildet er ein perfekt eingespieltes Duo, das es blendend versteht, im Scheinwerferkegel der Medien zu brillieren. Die nächstplatzierten Top-Manager, Erste-Bank-General Andreas Treichl und Wienerberger-Vorstandschef Wolfgang Reithofer, punkten wiederum mit der erfolgreichen Umsetzung ihrer Ost-Strategien. Red-Bull-Gründer Dietrich Mateschitz, Nummer fünf in der Gesamtwertung, gilt als der innovativste und visionärste heimische Firmenlenker. Dass sich in der Reputation eines Mana-

ger AT&S seinen eigenen Konzern aufgebaut hat, und Helmut Draxler, der die Restrukturierung des schwer angeschlagenen Feuerfestkonzerns RHI bewerkstelligte, komplettieren die Liste der zehn angesehensten Manager Österreichs. Sie alle sind authentische Persönlichkeiten mit eigenem Stil, werden in hohem Maße mit ihren Unternehmen identifiziert, und ihre Reputation strahlt auch auf das Ansehen ihrer Firma zurück.

Reputation Management als neue Dienstleistung. Die Erfolgsfaktoren der Top-Leute auch anderen Managern zugänglich zu machen ist das Ziel einer neuen Dienstleistung, die Hohegger/Com gemeinsam mit der Consultingfirma des Medienprofis Helmut Brandstätter (www.brandstaetter.tv) anbietet. Ziel ist, die



Dietrich Mateschitz, Red Bull:
Das Marketinggenie gilt als der visionärste und innovativste heimische Top-Manager.

Heinz Sundt, Telekom Austria:
Langjährige solide Arbeit führte letztlich auch die Telekom-Aktie zum Kurshöhenflug.

Wolfgang Eder, voestalpine:
Steht für das Upgrading der voestalpine vom Stahlkocher zum Automotive-Konzern.

Hannes Androsch:
Baute mit AT&S, Salinen, FACC und betandwin eine beeindruckend erfolgreiche Firmengruppe auf.

Albert Hochleitner, Siemens:
Siemens Österreich war unter seiner Führung die beste Landesgesellschaft des Gesamtkonzerns.

Helmut Draxler, RHI:
Früherer ÖBB-Chef verdient mit der schwierigen RHI-Restrukturierung enorme Meriten und viel Geld.

Mit Stufenplan zum Erfolgsimage

„Reputation ist schnell zerstört, zum Aufbau braucht man einige Jahre“, sagt Susanna Wieseneder, Personal Counselor und Kommunikationsberaterin. Sie rät zu schrittweisem Vorgehen. Auf die Abklärung des Eigen- und Fremdbilds folgen Zieldefinition und konkrete Maßnahmen: „Man muss sich fragen, wie man wahrgenommen werden will, und seine Themen entsprechend transportieren.“



gers seine über viele Jahre hinweg erbrachten Leistungen widerspiegeln, beweisen die Top-10-Platzierungen von Heinz Sundt, der vor kurzem seinen Rückzug von der Spitze der Telekom Austria bekannt gab, und von Albert Hochleitner, der das Zepter bei Siemens bereits an seine Nachfolgerin Brigitte Ederer übergeben hat.

Wolfgang Eder, der bei der voestalpine gerade das größte Investitionsprogramm der Firmengeschichte durchzieht, Hannes Androsch, der rund um die Salinen und den Leiterplattenerzeu-

Reputation durch strategisches Kommunikationsmanagement systematisch zu planen, aufzubauen, zu reflektieren und anzupassen, um dem Manager eine hohe Glaubwürdigkeit und Vertrauen bei Eigentümern, Mitarbeitern, Kunden und Medien zu verschaffen. Brandstätter dazu: „Wir bringen neue Methoden aus den USA nach Österreich. Dort haben Manager verstanden, dass sie nichts dem Zufall überlassen dürfen. Auftritte im Unternehmen und nach außen müssen bewusst und gut vorbereitet werden. Und wo es Defizite gibt, muss eben geübt werden.“

– MICHAEL SCHMID, THERESA STEININGER