

# Führungsstärke

Unterschieden nach Berufsgruppen, wird jener der Politiker am wenigsten zugetraut, so eine Ketchum-Studie.

WIEN. Der jährliche Ketchum-LeadershipCommunication Monitor zeigt auch dieses Jahr erstaunliche Ergebnisse hinsichtlich Führungsqualität und Kommunikationsverhalten des Top-Managements.

Die Umfragewerte zeigen ein detailliertes Bild über wachsendes Misstrauen und eine hohe Erwartungshaltung in die Führungsqualitäten: Lediglich 23% der Befragten sind demnach von der Kompetenz ihrer Führungskräfte überzeugt. „Als Führungskraft ist es unerlässlich, transparent zu kommunizieren und realistische Erwartungen zu setzen“, so Saskia Wallner, CEO Ketchum Publico. „Man muss Visionen klar und deutlich vermitteln, sich Fehler eingestehen und Engagement zu fortlaufender Verbesserung zeigen.“

Weiters zeigt die Studie, dass Frauen *mehr* zugetraut wird: Die Befragten favorisieren Führungskräfte, die sich auch Fehler eingestehen, transparent kommunizieren und einen vorbildlichen Führungsstil beweisen – drei Dinge, die vermehrt Frauen zugeordnet werden. „Als Führungskraft steht man tagtäglich vor der Herausforderung, eine richtige Balance aus



© Ketchum Publico

”

*Es ist wichtig, Entschlossenheit und Durchsetzungsfähigkeit mit Menschlichkeit und Nachsicht zu kombinieren.*

**Saskia Wallner**  
Ketchum Publico

“

Hard und Soft Skills zu finden. Es ist wichtig, Entschlossenheit und Durchsetzungsfähigkeit mit Menschlichkeit und Nachsicht zu kombinieren“, verdeutlicht Wallner.

Unter den Berufsgruppen, denen am wenigsten zugetraut wird, befinden sich die Politiker: Fast 61% von den Befragten meinen, dass Politiker in den letzten Jahren mit Vertrauensverlusten zu kämpfen hatten.

*Zur Studie: Im Rahmen des bereits zum fünften Mal durchgeführten Monitorings wurden weltweit 3.000 Menschen aus 10 unterschiedlichen Ländern zu ihrer Meinung nach effektivem Führungsstil und Kommunikation befragt. (red)*

## Bei PR „speziell ausgerichtet“

Es zählen Integrität, Erfahrung & Kompetenz, so Angelika Sery-Froschauer.

LINZ. „Bei uns gibt es grundsätzlich immer etwas, weil wir in unseren vier Units – Brand Consulting, Communication & Design, Public Relations, Digital Communications – immer konstant in Bewegung sind“, so Angelika Sery-Froschauer, CEO & Partner von Sery Brand Communications.

Bezogen auf die PR-Unit, sei man heute sehr speziell aus-

gerichtet. „Unserer PR-Kunden vertrauen auf unsere Integrität, unsere Erfahrung und Kompetenz in Spezialbereichen der Kommunikation. Wir sind vorrangig in hochsensiblen Kommunikationsbereichen aktiv, begleiten unsere Kunden bei Krisen-PR, Executive Branding und Change-Prozessen. In der internen wie auch externen Kommunikation legen wir die Latte hier

sehr hoch, wir arbeiten prozessorientiert, strategisch und punktgenau und setzen PR als effizientes Instrument zielgerichtet für unsere Kunden ein. Ab Jänner 2017 werden wir unsere Methodenkompetenz im Bereich „Executive Brand“ durch eine personelle Teamaufstockung erweitern“, so Sery-Froschauer, den Blick schon gerichtet auf das kommende Jahr. (red)



© Stephan Huger