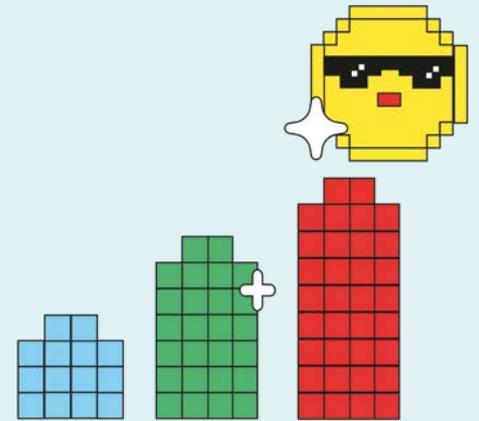


# Corporate Influencer

Hauptamtlich sind sie Personalerinnen und Personal, viele davon im Top-Management. Als Influencer setzen sie Themen und Impulse, repräsentieren ihre Arbeitgeber(marken) und versuchen sich am Spagat zwischen eigener Profilbildung und Unternehmens-PR.



Platz  
1

**Gunnar Kilian**  
*Volkswagen*

Der Personalvorstand von Volkswagen ist der mit Abstand reichweitenstärkste Corporate Influencer. Seine Postings bewegen sich zwischen Marke und Menschen. Mit Schnappschüssen von Werkbesuchen weltweit gibt er sich nahbar. Daneben bespielt er routiniert das gesamte HR-Themenspektrum, begrenzt sich aber zu sehr auf die VW-Welt.

**LinkedIn-Follower**  
52.409



Platz  
2

**Judith Wiese**  
*Siemens*

Die Arbeitsdirektorin und Personalvorständin von Siemens gibt sich weltäufig und politisch. Sie orientiert sich an den großen Zusammenhängen, ob mit dem Besuch beim World Economic Forum oder bei der EU Kommission in Brüssel. Die wesentlichen HR-Fragestellungen leitet sie in ihren Postings (meist auf Englisch) daraus ab. Auf persönliche Einblicke verzichtet Wiese vollständig.

**LinkedIn-Follower**  
38.033



Platz  
3

**Magdalena Rogl**  
*Microsoft*

Die Diversity-Managerin setzt sich mit erkennbarer Leidenschaft für ihre Themen ein. Sie plädiert für Emotionen in der Arbeitswelt, weibliche Rollenvorbilder, empathische Führungskräfte und inklusive Teams. Viele ihrer Beiträge haben eine persönliche Note und wirken dadurch authentisch und glaubwürdig. Markenthemen ihres Arbeitgebers spielen auf ihrem Kanal keine Rolle.

**LinkedIn-Follower**  
36.148

Platz  
4**Ariane Reinhart**  
*Continental*

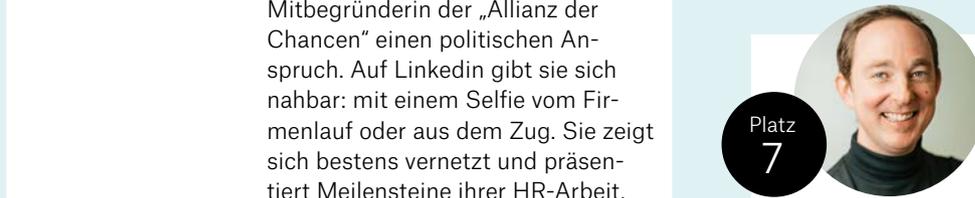
Sie gehört zu den einflussreichsten CHROs des Landes und zeigt als Mitbegründerin der „Allianz der Chancen“ einen politischen Anspruch. Auf LinkedIn gibt sie sich nahbar: mit einem Selfie vom Firmenlauf oder aus dem Zug. Sie zeigt sich bestens vernetzt und präsentiert Meilensteine ihrer HR-Arbeit. Zum Stellenabbau bei Conti bleibt sie auf Social Media stumm.

**LinkedIn-Follower**  
31.028Platz  
5**Birgit Bohle**  
*Deutsche Telekom*

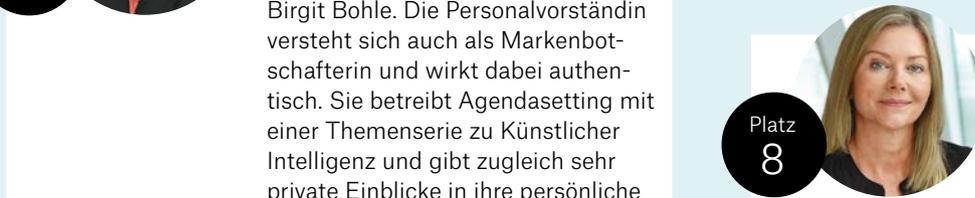
Magenta dominiert den Auftritt von Birgit Bohle. Die Personalvorständin versteht sich auch als Markenbotschafterin und wirkt dabei authentisch. Sie betreibt Agendasetting mit einer Themenserie zu Künstlicher Intelligenz und gibt zugleich sehr private Einblicke in ihre persönliche „Lernreise“. Ihr Engagement für Inklusion wirkt dadurch glaubhaft.

**LinkedIn-Follower**  
28.074Platz  
6**Martin Seiler**  
*Deutsche Bahn*

Mit seinem Auftritt sammelt der Personalvorstand Sympathiepunkte für die vielgescholtene Bahn. Er bekennt sich als Europäer, positioniert sich gegen Rechts und macht sich für Vielfalt stark. Zum Weltfrauentag stellte er Mitarbeiterinnen seinen Account zur Verfügung. Ausführlich bespielt er die Themen Ausbildung und Qualifizierung. Der Tarifkonflikt mit der GDL bleibt, abgesehen vom Abschluss, unerwähnt.

**LinkedIn-Follower**  
27.819Platz  
7**Marc Wagner**  
*Atruvia*

Der New-Work-Vordenker gibt Einblicke in das Servicefeld People Experience, das er beim IT-Dienstleister Atruvia verantwortet. Er ist in der HR-Community aktiv und verfügt über eine beachtliche Follower-schaft. Inhaltlich gibt es auf Social eher Häppchen, der Hauptgang wird live oder im Livestream serviert. Dieses Konzept scheint aufzugehen.

**LinkedIn-Follower**  
27.173Platz  
8**Sabine Kohleisen**  
*Mercedes-Benz*

Im Ländle spricht man Englisch. Zumindest erweckt die Personalchefin von Mercedes-Benz diesen Eindruck. Sie präsentiert den Autobauer als globale Arbeitgebermarke: fortschrittlich, engagiert, divers. In einer Themenserie lässt sie Mitarbeitenden aus allen Weltregionen zu Wort kommen. Der schwierigen Lage der Autoindustrie begegnet sie mit Zweckoptimismus.

**LinkedIn-Follower**  
21.195Platz  
9**Hendric Mostert**  
*Deutsche Bahn*

Der Organisationsentwickler und selbsternannte Transformationsarchitekt wirbt für eine konstruktive Konfliktkultur in Unternehmen. Er bewirbt sogenannte Restorative Circles (Verständigungskreise), in denen Mitarbeitende an einer gewaltfreien Kommunikation arbeiten, und vermarktet sein Buch zum Thema. DB-Themen bleiben außen vor.

**LinkedIn-Follower**  
20.407



Platz 10

**Katy Roewer**  
*Otto*

Katy Roewer fliegen die Herzchen zu. Mit ihren Postings löst die desig-nierte Personalvorständin der Otto Group viele Reaktionen aus. Das mag auch daran liegen, dass sie den neuen Typus Managerin verkörpert, die mit Authentizität und Augenhöhe kommunizieren kann. Mit ihren Themen Vereinbarkeit, Frauen in Führung und New Work trifft sie den Nerv der Netzgemeinde.

**LinkedIn-Follower**  
18.080



Platz 13

**Dr. Eva Voss**  
*BNP Paribas*

Kurz vor der Europawahl leuchtet das Profil der Personalchefin in blau und gelb: Eva Voss ruft zur Wahl auf. Ohne Demokratie keine Vielfalt, lautet ihr Credo. Die Diversity-Vordenkerin ist auch bei der Charta der Vielfalt engagiert, ihre Postings sind nicht plakativ, dafür aber sehr fundiert. Häufig gibt es weiterführende Lektüreempfehlungen für alle, die es ernst meinen.

**LinkedIn-Follower**  
16.682



Platz 11

**Sarah Wieser**  
*Commerzbank*

Sarah Wieser ist die einzige Employer-Branding-Spezialistin, die den Sprung in die Top 15 der Corporate Influencer geschafft hat. Sie verleiht der Commerzbank ein junges Gesicht und gibt der eher konservativen Finanzwelt ein lockeres und nahbares Image. Auch visuell erinnern manche Selfies eher an Fotoplattformen wie Instagram. Wirkt trotzdem authentisch.

**LinkedIn-Follower**  
17.129



Platz 14

**Oliver Burkhard**  
*Thyssenkrupp*

Seine Doppelrolle als Personalvorstand bei Thyssenkrupp und CEO der Marinesparte prägt seine Inhalte. Rüstungs-, Standort- und Wirtschaftsthemen tauchen auf wie die gesamte Palette der HR-Themen. Der Top-Manager bezieht Mitarbeitende ein, teilt persönliche Eindrücke und wirkt authentisch und nahbar. Der politisch denkende Kopf blickt auch über den Tellerrand.

**LinkedIn-Follower**  
16.592



Platz 12

**Selma Sadikovic**  
*Douglas*

Sie ist Head of HR bei Niche Beauty, das zur Parfümeriekette Douglas gehört. Sie gibt Einblick in ihre Arbeit, stellt der Community Fragen und teilt ihre persönlichen Erfahrungen. Ihre Themen: Führung und Employer Branding. Zwischen eigenen Beiträgen erscheinen auch bezahlte Posts für ein Softwareunternehmen.

**LinkedIn-Follower**  
17.081



Platz 15

**Harald Schirmer**  
*Continental*

Harald Schirmer ist ein Urgestein der New Work Szene, der seiner Überzeugung und seinem Stil treu bleibt. Der Organisationsentwickler beschäftigt sich mit Zukunftsthemen wie Künstliche Intelligenz, Transformation und Lernen. Er gibt Hinweise, teilt Links, regt zum Mitwirken an: Sein Work-in-Progress-Ansatz folgt keiner PR-Logik, das macht ihn glaubwürdig und besonders.

**LinkedIn-Follower**  
15.652