

Author name: Uwe Foerster

ONLINE-LEXIKON

Schweizer CEOs sind auf Wikipedia eher die Ausnahme

von Uwe Foerster
Donnerstag, 05. Mai 2022



ARTICLES IN GERMAN

 Björn Rosengren ABB	 Erich Hunziker BB BIOTECH	 Thomas Gottstein CREDIT SUISSE	 Magdalena Martullo-Blocher EMS-CHEMIE	 Philipp Gmür HELVETIA GROUP
 Dieter Weisskopf LINDT & SPRUENGLI	 Mark Schneider NESTLÉ	 Vasant (Vas) Narasimhan NOVARTIS	 Giacomo Balzarini PSP SWISS PROPERTY	 Severin Schwan ROCHE
 Peter Spuhler STADLER RAIL	 Nick Hayek (DG) SWATCH GROUP	 Christian Mumenthaler SWISS RE	 Ralph Hamers UBS	 Mario Greco ZURICH INSURANCE

Nur bei der Hälfte der CEO-Artikel sind Fotos zu finden

In der deutschsprachigen Version der Online-Enzyklopädie Wikipedia ist nur ein Viertel der CEOs von 57 der bekanntesten Schweizer Unternehmen mit einem Eintrag vertreten. Das hat die Mailänder Kommunikationsagentur Lundquist nachgeschlagen.

42 CEOs dieser Unternehmen, darunter etwa Baloise, Barry Callebaut und Julius Baer, glänzen durch Abwesenheit. In der englischsprachigen Version sind es 43. Die 15 deutschsprachigen CEO-Einträge wurden im vergangenen Jahr mehr als 190.000 Mal aufgerufen, die 14 englischsprachigen 315.000 Mal. Das geht aus dem Whitepaper "Wikipedia - CEO Presence on Wikipedia in Switzerland – 2022" der Agentur hervor. Die zugrundeliegende Studie bewertet die Präsenz und die Qualität der Informationen, die auf Wikipedia, der fünfthäufigsten Website der Schweiz, verfügbar sind.

Von den 14 CEOs, die einen eigenen Artikel auf Englisch haben, sind laut Lundquist nur sieben mit einem Foto abgebildet. Dazu gehören Alain Dehaze (Adecco), Magdalena Martullo-Blocher (Ems-Chemie), Mark Schneider (Nestlé), Vasant Narasimhan (Novartis), Severin Schwan (Roche), Peter Spuhler (Stadler Rail), Ralph Hamers (UBS). Die deutschen Einträge unterscheiden sich wenig: Hinzu kommt Erich Hunziker (BB Biotech), Alain Dehaze (Adecco) hat keinen deutschen Eintrag.

Wikipedia verzeichnet nach Angaben von Lundquist allein auf der englischen Seite mehr als neun Milliarden monatliche Besucher. Die Unternehmen könnten die Bedeutung der kostenlosen Enzyklopädie, die in den Suchmaschinen an erster Stelle stehe, nicht ignorieren. Obwohl das freie Online-Lexikon fast sechsmal mehr Aufrufe habe als LinkedIn (2021), werde es oft vernachlässigt.