

CEO.Table: Impact Index

Bettina Orlopp: Interimslönung oder Durchstarterin

CEO-Impact-Index von Media Tenor: CEO-Image, Nachhaltigkeitsberichterstattung, Arbeitgeber-Image, Investitionen in F&E sowie Wertschöpfung

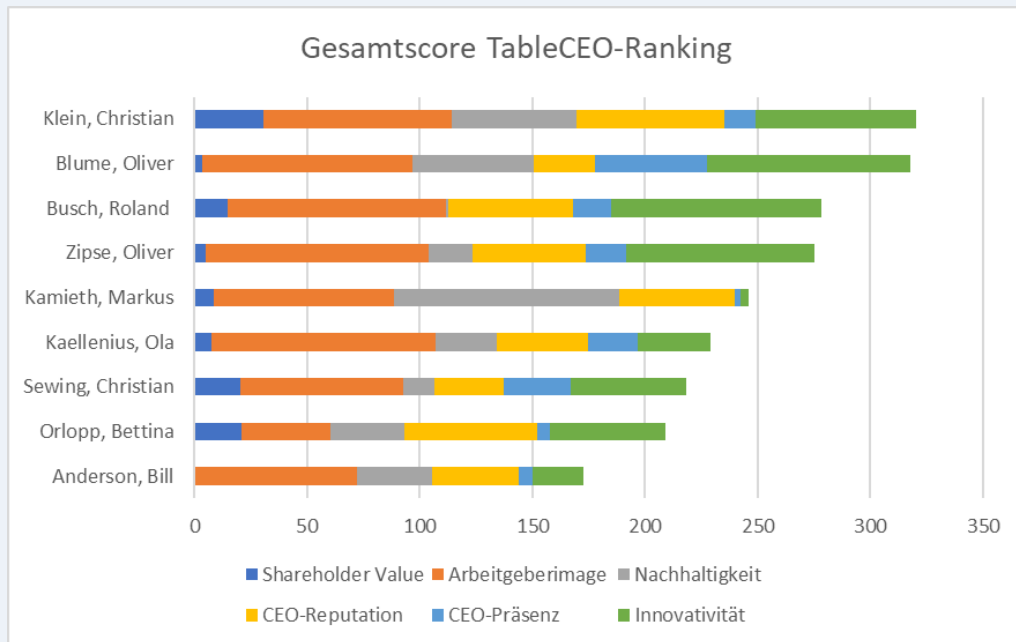


Basis: 25.193 Berichte in den ausgewerteten Leitmedien (TV, Hörfunk, Wochenpresse, Wirtschaftsmedien, Tageszeitungen) über DAX40-Unternehmen,

Dr. Matthias Vollbracht
m.vollbracht@mediatenor.com
+49 151 237 19 786

Bettina Orlopp: Interimslösung oder Durchstarterin

Gesamtranking der DAX40 CEOs (1-11/2024) über der Wahrnehmungsschwelle



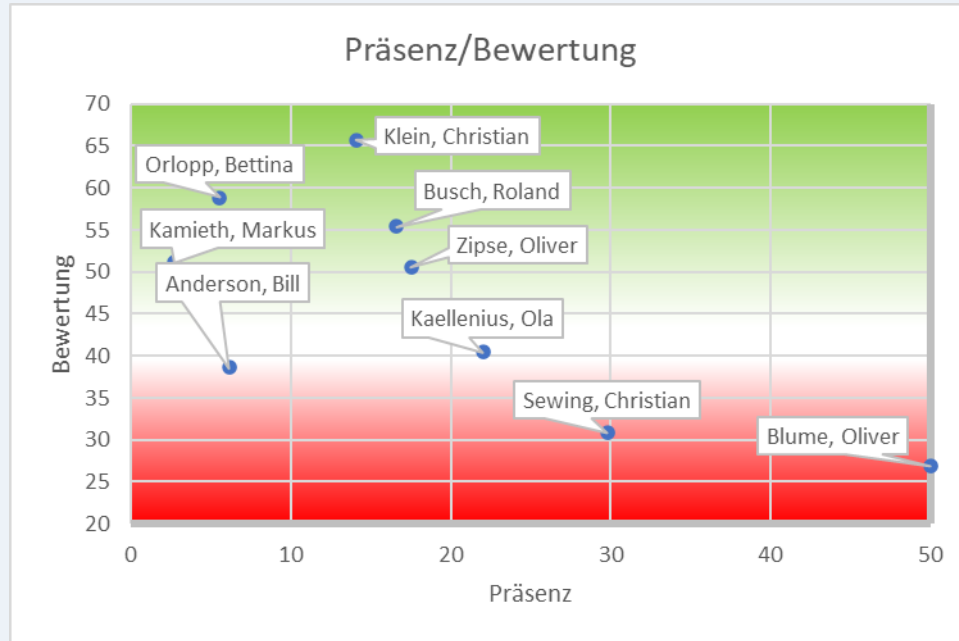
10 externen Partner/Experten:

Alexander Antonoff, CI, Ffm
 Prof. Dr. Alexander Bassen, Uni HH
 Dr. Claudia Conen, Leasingverband
 Dr. Joachim Faber, ESMT Institut
 Prof. Dr. Guido Friebel, Goethe Uni Ffm
 Frieder Gamm, Verhandlungsexperte
 Richard Gaul, Acatech
 Prof. Dr. Reint Gropp, MPI IW Halle
 Christian Heller, CEO Value Balancing Alliance
 Jürgen Hogrefe, Kommunikations-Experte
 Dr. Marc Denis Weitze, TU München, Acatech

Mit 209 von 550 Punkten steht die neue Commerzbank-Chefin Bettina Orlopp im Table-Ranking der DAX-CEOs über der Wahrnehmungsschwelle noch auf einem der hinteren Ränge. Ihre Stärken: Ein deutlich positiveres Image in den Leitmedien als ihr Konkurrent von der Deutschen Bank und ein relativ guter Score beim Shareholder Value. Ihre Herausforderungen: strategischen Handlungsspielraum sichern, Arbeitgeberimage stärken.

Reputationskapital: Bewiesene Durchhaltefähigkeit

Medienimage der DAX40 CEOs (1-11/2024) über der Wahrnehmungsschwelle



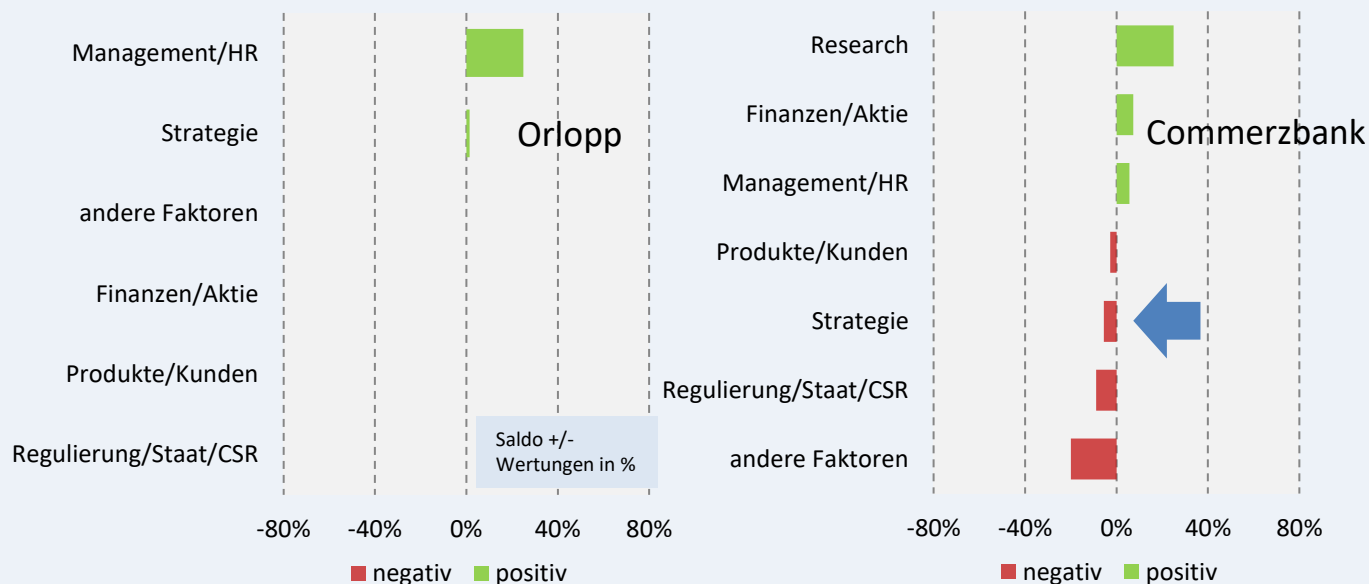
Präsenz: Max.
50 Punkte
Bewertung:
Max.
100 Punkte

Im Hinblick auf das Image in den Leitmedien wird Bettina Orlopp nur von SAP-Chef Christian Klein übertroffen. Dabei bekommt sie nicht nur einen Medienbonus als rare weibliche Spitzenkraft im DAX40. Die Medien sehen bewiesene Durchhaltefähigkeit bei der Konsolidierung der Commerzbank seit dem Beginn ihrer Tätigkeit im Vorstand im Jahr 2017.

Priorität: Handlungsfähigkeit der Commerzbank sichern

CEO-Reputation Bettina Orlopp / Corporate Reputation Commerzbank 1-11/2024:

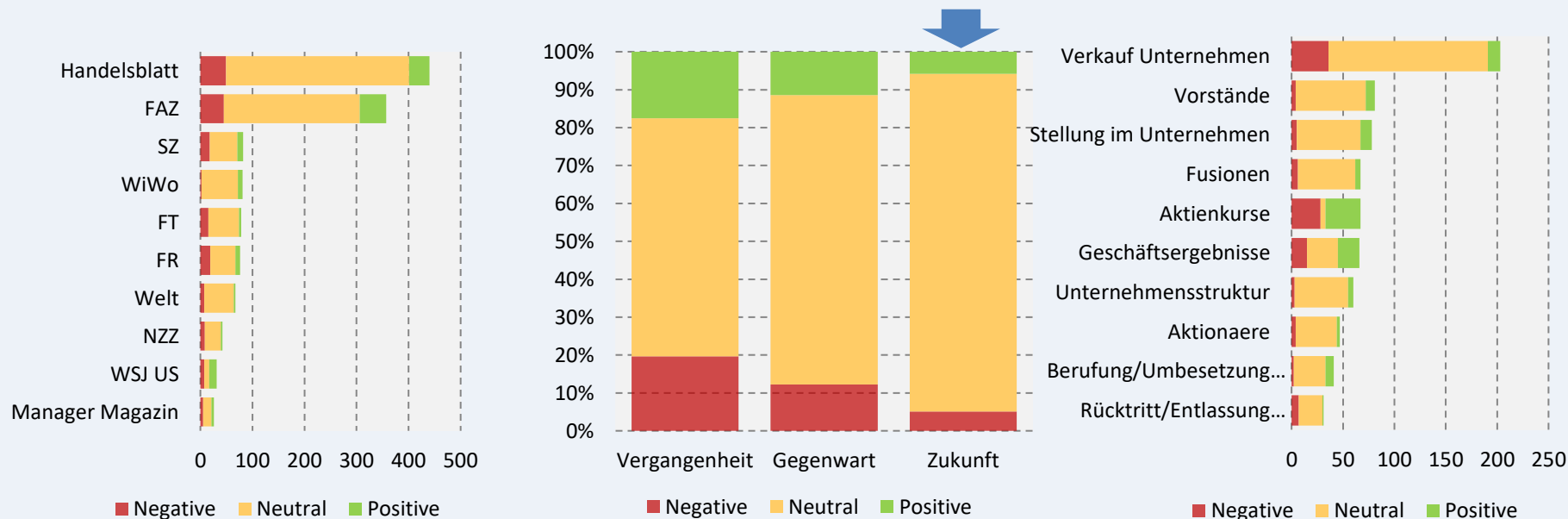
Imagefaktoren



Bettina Orlopp hat noch nicht ein so ausgeprägtes Profil in den Leitmedien wie ihr Kollege Sewing bei der Deutschen Bank. Mit Blick auf die Commerzbank sehen die Medien die Priorität darin, die Selbstständigkeit nach der mühsamen Verbesserung der Profitabilität und der Umgestaltung der internen Prozesse zu sichern. Um die Aktionäre abzuholen, bedarf es dafür einer überzeugenden Strategie.

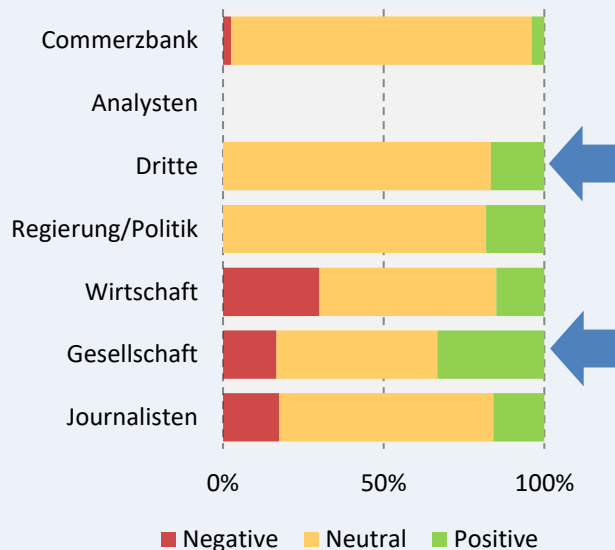
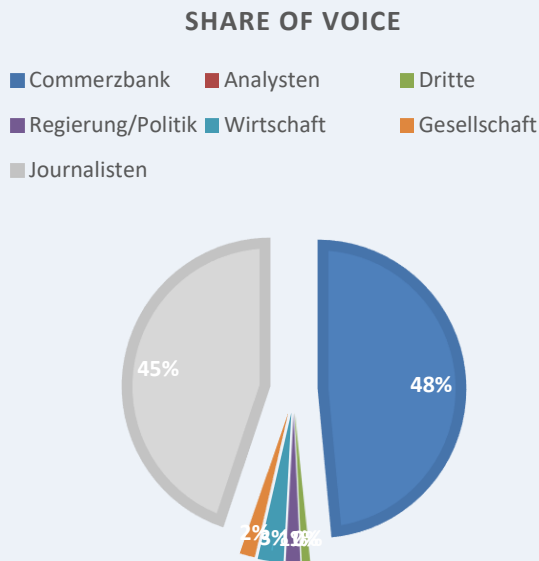
Herausforderung: Begründete Hoffnung vermitteln

Medienbewertung der Commerzbank 1-11/2024 zu Medien, Zeitbezug, Top-Themen



Hoher Share of Voice kann genutzt werden

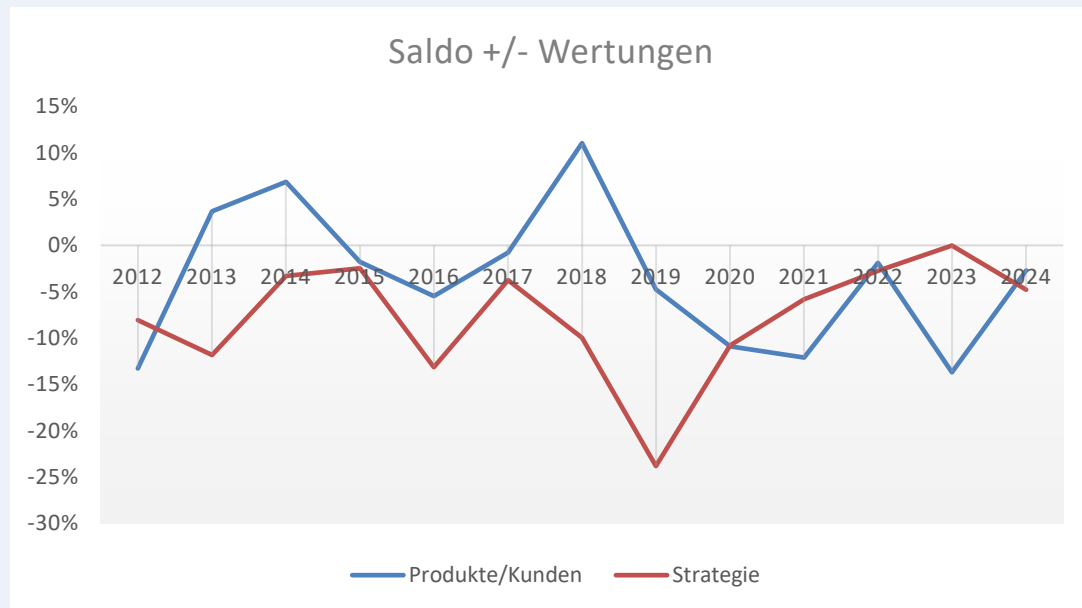
Share of Voice Commerzbank 1-11/2024 und Bewertung nach Urhebern in Leitmedien



Mit einem Anteil von knapp 50 Prozent O-Tönen aus dem Haus kann die Commerzbank ihr Image maßgeblich selbst gestalten. Das wird vor allem für Strategie- und Kundenthemen gebraucht. Third-Party-Endorsement ist noch zu wecken: Warum sollten sich deutsche Mittelständler bei der Commerzbank besser aufgehoben fühlen als etwa bei Unicredit?

Strategie und Kundennutzen in den Mittelpunkt rücken

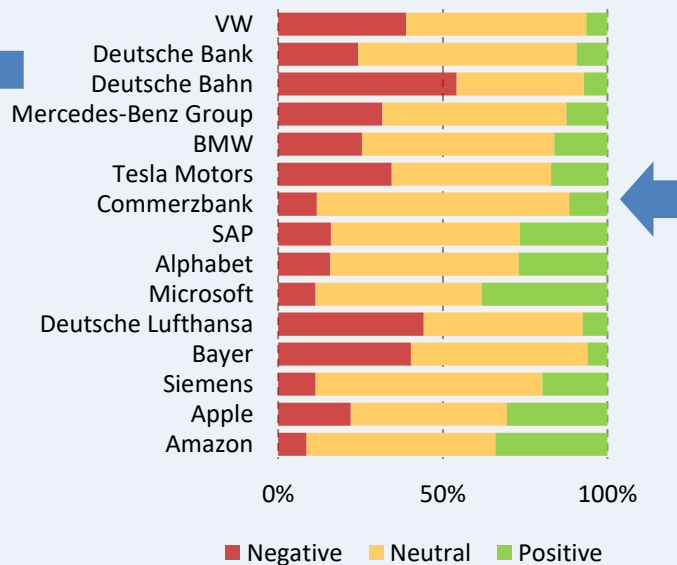
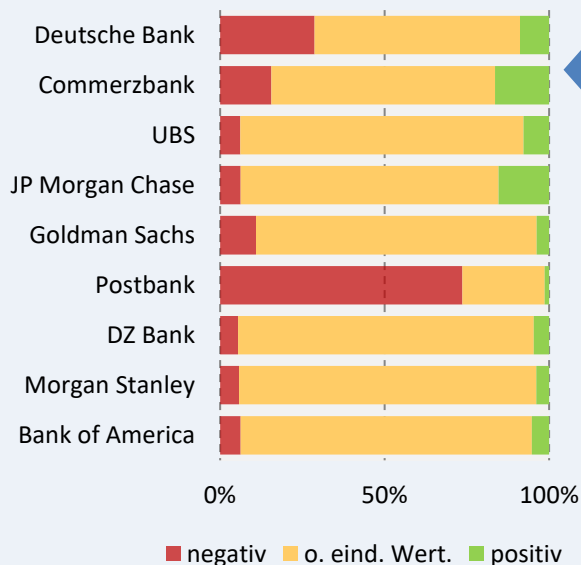
Langfristtrend Commerzbank: Bewertung zu Imagefaktoren „Strategie“ und „Produkte/Kunden“



Die Commerzbank galt einst als international breit aufgestellte Mittelstandsbank Deutschlands. Dieser Nimbus muss erst wieder geweckt werden, basierend auf zufriedenen Kundenstimmen. Zwischen 2008 und 2023 ist die Zahl der Berichte zur Commerzbank in Verbindung mit Mittelstand auf ein Drittel gesunken. 2024 sind wieder Ansätze für eine stärkere Profilierung zu beobachten.

Ein „Ausgewogen“ ist noch keine Überlebensgarantie

Bewertung Commerzbank im Branchenvergleich und Gesamtberichterstattung 1-11/2024 (Auswahl / Top-15)

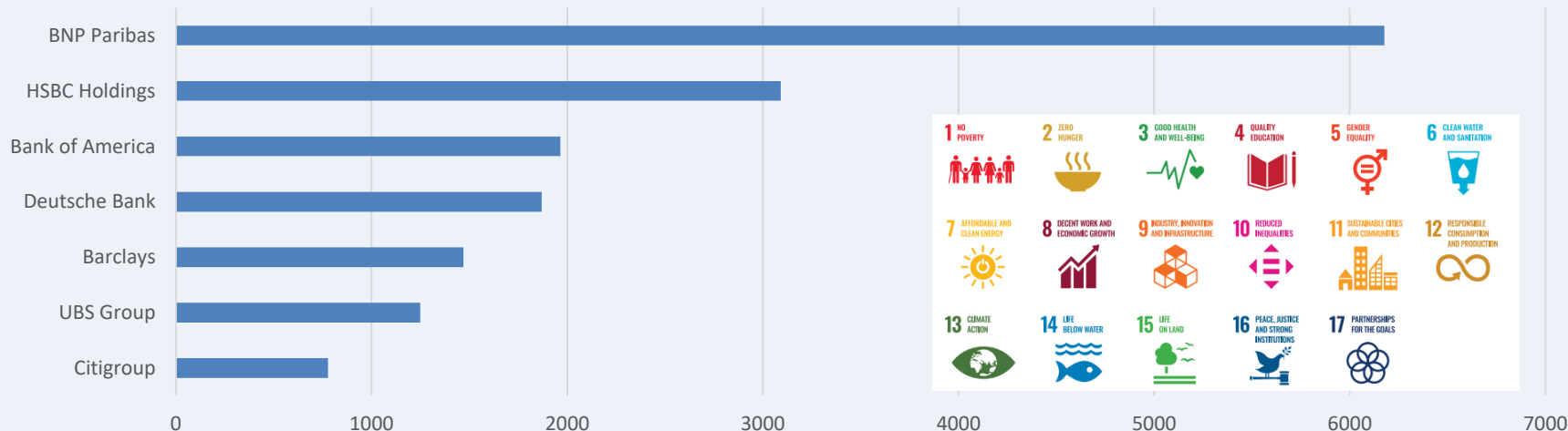


Im Vergleich zur Deutschen Bank hat die Commerzbank im Medienimage 2024 gut abgeschnitten. Der Anteil der negativen Wertungen ist nicht halb so hoch wie beim größeren Wettbewerber. Doch ein klar positives Profil ist auch noch nicht gegeben – hier setzt zum Beispiel SAP die Benchmark unter den DAX-Werten.

BNP setzt Maßstäbe beim SDG-Reporting

Finanzgeschäftsberichte: Informationen zu den UN-SDG(Themen) 2021

SDG Commitment (2016-2020)



CEO.Table-Ranking 2024

Erneuerer: Bettina Orlopp

- Bettina Orlopp ist ein relativer Neuling im CEO.Table-Ranking 2024. Sie hat ihre Leadership-Qualitäten bereits bewiesen. Die Medien bringen ihr großes Vertrauen entgegen, die Kommunikation über der Wahrnehmungsschwelle sichert das Reputationskapital. Ihre Herausforderung: Der feindliche Übernahmeversuch der Unicredit deckt auf, dass die Commerzbank zwar erfolgreich konsolidiert ist, sich aber des Aktionärsvertrauens in künftige Wertsteigerung noch keineswegs sicher sein kann. Das CEO.Table-Ranking basiert auf der Tatsache, dass Reputation Chefsache ist. Reputation ist Vertrauen, welches auf Erfahrung gegründet ist. Dabei spielt die Eigenerfahrung genauso eine Rolle wie die vermittelte Erfahrung in den Leitmedien. Das CEO.Table-Ranking setzt sich zusammen aus fünf Dimensionen:
 - (1) CEO-Image (Bewertung und Präsenz),
 - (2) Arbeitgeber-Image beim Nachwuchs (Universum-Ranking),
 - (3) strategisches Nachhaltigkeitsmanagement (SDG-Positionierung im Finanzgeschäftsbericht),
 - (4) Innovationsstärke (Eisbach-Partners-Ranking) und
 - (5) Shareholder Value (Aktienperformance 2024).
- Voraussetzung ist die Präsenz des Unternehmens über der Wahrnehmungsschwelle.
- Vor Bettina Orlopp steht aus Sicht der Medien die Riesen-Herausforderung, die Aktionäre von ihrer eigenen werthaltigen Strategie zu überzeugen. Die Commerzbank fiel 2024 in den Leitmedien nicht mehr durch ihre Schwächen auf, aber auch nicht durch ihre Stärken. Das Markenzeichen Mittelstandsbank ist in den letzten fünfzehn Jahren stark in den Hintergrund gerückt.
- Bettina Orlopp kann auf persönliche Reputation und – im letzten Jahr – beachtlichen Shareholder Value aufbauen. Beim Arbeitgeberimage, Investitionen und Innovationen, vor allem aber bei Strategievermittlung und den Kundenerfahrungen sind noch große Anstrengungen nötig, um die Eigenständigkeit zu rechtfertigen.

Unabhängige Experten-Sicht: Dr. Claudia Conen, Leasingverband, Berlin.



Mehr Leasing wagen!

- Die Commerzbank versteht sich seit jeher als Finanzpartner des Mittelstands. Und das nicht nur mit Unternehmenskrediten. Über ihre Tochter Commerz Real Mobilienleasing (CRML) bietet sie auch gezielt alternative Finanzierungsformen wie Leasing und Mietkauf an, um mittelständischen Unternehmen – der wichtigsten Kundengruppe im Leasing –, Zukunftsinvestitionen zu realisieren. Während andere deutsche Banken ihr Leasing-Geschäft einstellten, ist die CRML seit mehr als 50 Jahren auf dem deutschen Leasing-Markt aktiv und zählt mit einem Leasing-Bestand von 5,5 Milliarden Euro zu den bedeutenden Playern in Deutschland.
- Commerzbank und ihre Leasing-Tochter arbeiten eng verzahnt: klassische Bankdienstleistungen ergänzen Leasing-Finanzierungen. Leasing-Kunden sind meist Commerzbank-Kunden, was nicht nur die Kundenbindung stärkt, sondern auch den mittelständischen Unternehmen eine breitere Finanzierungspalette und eine strukturierte Beratung ermöglicht – gerade bei größeren Investitionsvorhaben. 2023 finanzierte CRML mehr als eine Milliarde Euro in Anlagen, Maschinen, Nutzfahrzeuge und andere Ausrüstungsgüter – zunehmend mit Fokus auf nachhaltige Investitionen wie erneuerbare Energien.
- Leasing-Modelle leisten einen Beitrag zur Transformation hin zu

einer nachhaltigen Kreislaufwirtschaft im Sinne der EU-Taxonomie. Darüber hinaus senkt Leasing die Hürde für Investitionen in innovative Technologien, da Unternehmen flexibel bleiben: Nach der Leasing-Laufzeit können sie das Objekt zurückgeben oder gegen ein neues austauschen. Dass Unternehmen diese Flexibilität schätzen, zeigt sich zum Beispiel bei der Elektromobilität – bereits mehr als jedes zweite neu zugelassene E-Auto wird aktuell geleast.

- Vor diesem Hintergrund ist es eine strategisch kluge Entscheidung, das Leasing-Geschäft weiter auszubauen. Es ist ein klares Bekenntnis zum Mittelstand – und zur Überzeugung, dass Flexibilität und Finanzierungsvielfalt gerade in wirtschaftlich unsicheren Zeiten über den Erfolg von Unternehmen entscheiden.
- Shareholder und Medien sollten die Bedeutung von Leasing für die Mittelstandsfinanzierung in ihrer Berichterstattung anerkennen und sich nicht ausschließlich auf die Aktivitäten von Kreditinstituten konzentrieren. Mit einem jährlichen Neugeschäftsvolumen von über 80 Mrd. Euro ist die Leasing-Branche der größte Investor in Deutschland und längst mehr als ein Mauerblümchen, das im Verborgenen blüht.

Kriterien für das CEO.Table-Ranking 2024

Sichtbarkeit Unternehmen	Daten	Kriterium	Transformation	Skala
Sichtbarkeit Unternehmen	Berichte in Leitmedien 1-11/2024	Anzahl über/unter der Wahrnehmungsschwelle	0/1	0/1
Präsenz CEO	Berichte in Leitmedien 1-11/2024	Anzahl Berichte	# Beiträge absolut, Normierung	0-50
Bewertung CEO	Berichte in Leitmedien 1-11/2024	Saldo +/- Wertungen in %	Saldo +/- Wertung in Prozent, Normierung	0-100
SDG-Positionierung	SDG-bezogene Statements im Geschäftsbericht 2010-2021	Zahl der SDG-Statements	Ø SDG-Statements pro Jahr, Normierung	0 - 100
Arbeitgeber-Ranking Unternehmen	Universum-Befragung 2024	Ergebnis-Rang bei Wirtschaftswissenschaften und Ingenieuren	Verwendung des besten der beiden Ränge; Score: 101-Rang	0-100
Shareholder Value	Aktienkurse Schlusskurs 29.12.2023 vs. 9.12.2024	Differenz Schlusskurs Xetra	Zuwachs/Verlust in % =Schlusskurs2023/Schlusskurs2024* 100-100, Normierung	0-100
Innovationsstärke	Eisbach-Partners DAX-Innovationsstudie 2024	Steigerung Umsatz, EBIT, F&E-Ausgaben; Anteil F&E-Ausgaben am Umsatz 2023	Verwendung des Gesamtscores über die Kriterien, Normierung und Spiegelung; Imputation fehlender Werte (Ø)	0-100

Kontakt

Media Tenor International AG

Roland Schatz

Lüssrain 96

CH – 6300 Zug

r.schatz@mediatenor.com

Tel.: +41 55 284 5109

Dr. Matthias Vollbracht

m.vollbracht@mediatenor.com

Tel.: +49 151 237 19 786

