

CEO.TABLE3: Impact Ranking 2024 Spezial: Richard Lutz

CEO-Impact-Index von Media Tenor: CEO-Image, Nachhaltigkeitsberichterstattung, Arbeitgeber-Image, Wertschöpfung

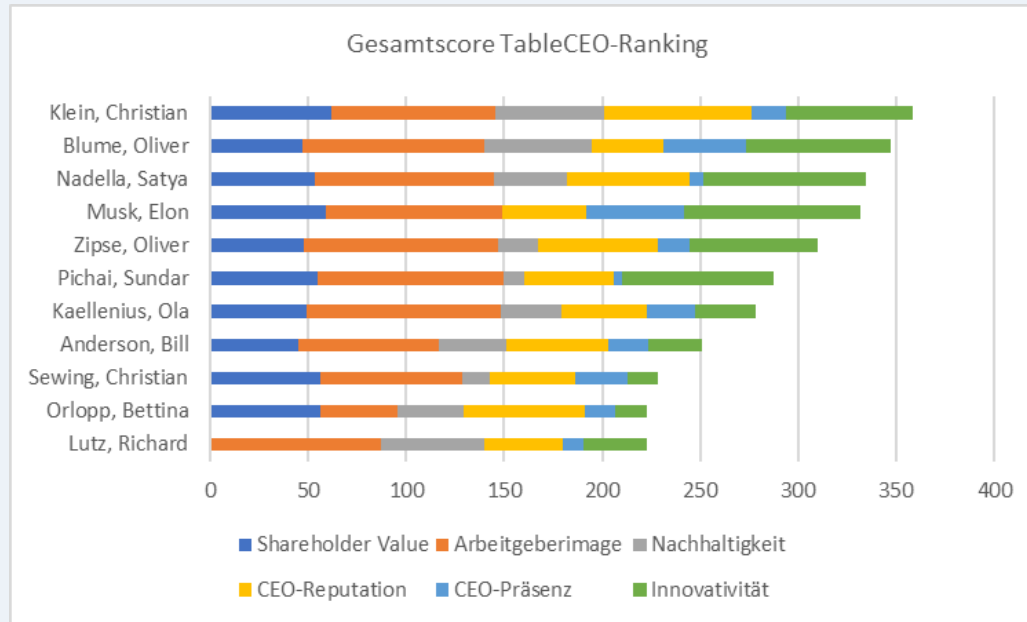


Basis: 43.639 Berichte in den ausgewerteten Leitmedien (TV, Hörfunk, Wochenpresse, Wirtschaftsmedien, Tageszeitungen)

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

Fehlende Wert-Schaffung belastet Image von Lutz im CEO.Table

Gesamtranking der Unternehmen (1-11/2024) über der Wahrnehmungsschwelle



Basis: 43.639 Berichte in den ausgewerteten Leitmedien (TV, Hörfunk, Wochenpresse, Wirtschaftsmedien, Tageszeitungen)

10 externen Partner/Experten:

Alexander Antonoff, CI, Ffm
 Prof. Dr. Alexander Bassen, Uni HH
 Dr. Claudia Conen, HGF, Bundesverband Dt. Leasingfirmen
 Dr. Joachim Faber, ESMT, Institut DeepTech Innovation
 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

Mit über 223 von 550 möglichen Punkten liegt Bahn-CEO Richard Lutz im CEO.Table-Ranking der Unternehmen über der Wahrnehmungsschwelle 2024 hinten Gründe:

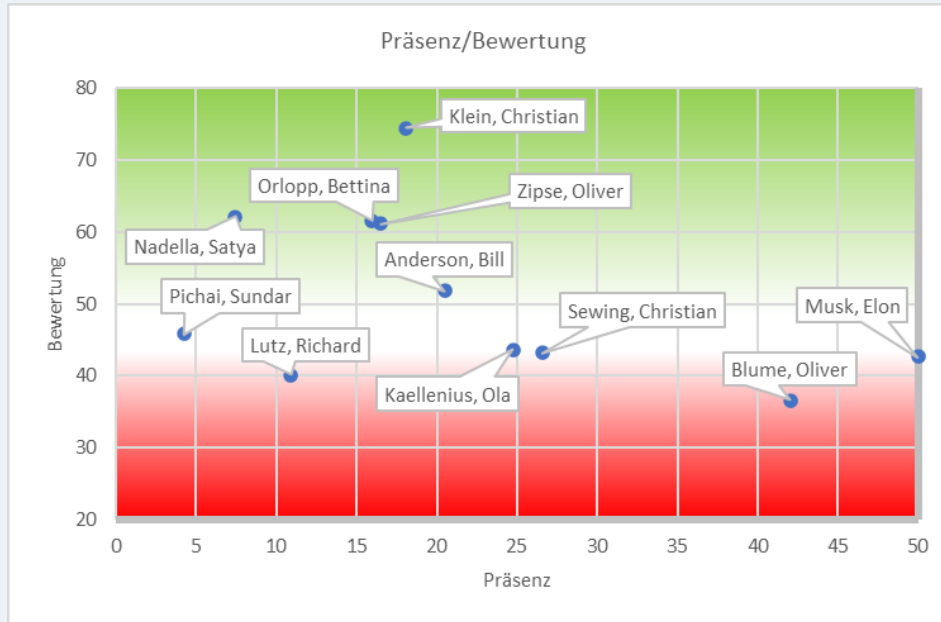
- Fehlender Mehrwert für die Eigentümer
- Begrenzte CEO-Reputation
- Begrenzte CEO-Sichtbarkeit

Stärken:

- Arbeitgeberimage
- Nachhaltigkeitsausrichtung (laut Geschäftsbericht)

Lutz – wie Blume – primär als Krisenmanager vermittelt

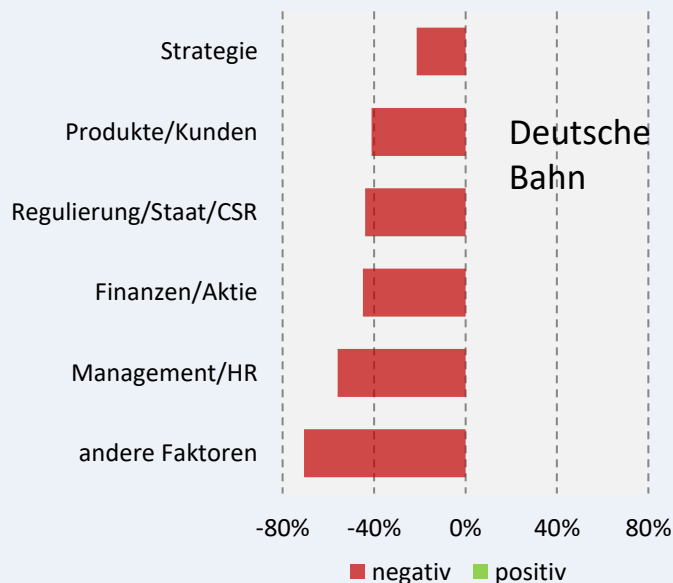
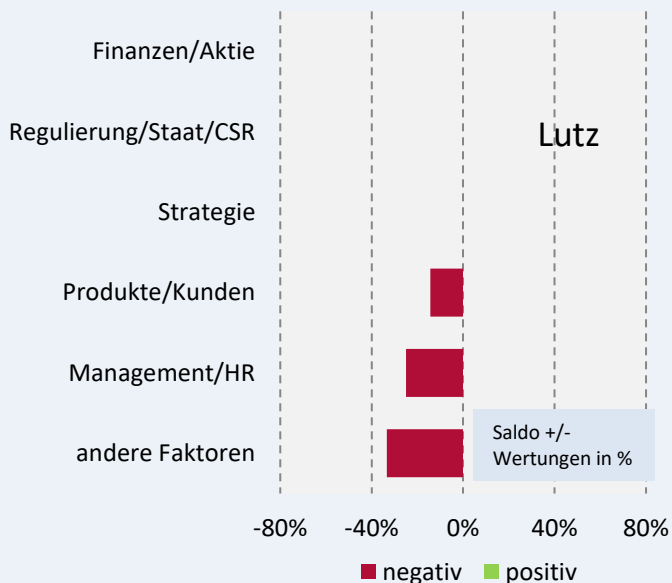
Medienimage der CEOs (1-11/2024) von Unternehmen über der Wahrnehmungsschwelle



Präsenz über der Wahrnehmungsschwelle ist die Voraussetzung für Wirkung. Gemessen an der Größe als Arbeitgeber ist Richard Lutz eher moderat in den Leitmedien vertreten. Ähnlich wie Oliver Blume bei Volkswagen wird er primär als Krisenmanager vermittelt. Ähnlich wie bei Volkswagen wird die Bahn in einer strukturellen Krise gesehen. Positiv für Lutz: sein persönliches Image ist noch weitgehend intakt.

Bahn bei allen wichtigen Imagefaktoren im Obligo

**CEO-Reputation Richard Lutz/ Corporate Reputation Deutsche Bahn 1-11/2024:
Imagefaktoren**



CEOs können mit ihrer eigenen Reputation Unternehmen in Krisenzeiten Vertrauen leihen. Nach Berechnungen von Media Tenor gelingt das bis zu 18 Monaten bei guter Kommunikation. Dann müssen sich Lösungen abzeichnen, sonst leidet das CEO-Image. Richard Lutz ist seit 2017 Vorstandschef. Ihm werden die tatsächlichen und vermeintlichen Stärken der Bahn zunehmend persönlich zugeschrieben.

Ursachen für Probleme gern in der Vergangenheit verortet

Medienbewertung von Deutsche Bahn 1-11/2024 zum Hauptthema Strategie: Medien/ Zeitbezug / Einzelthemen

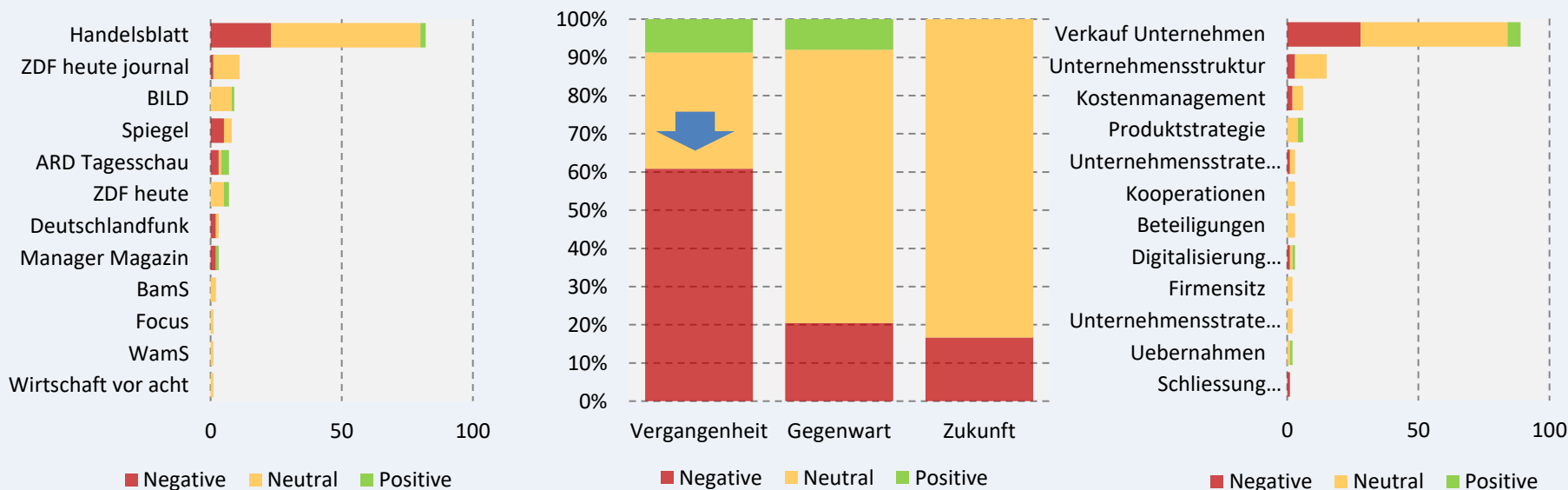
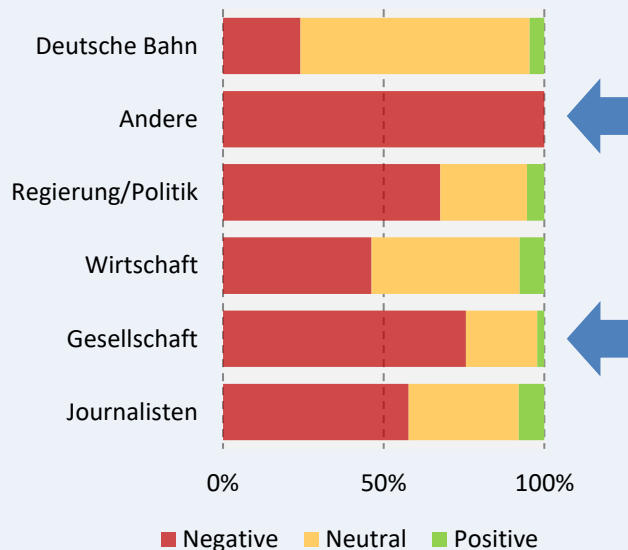
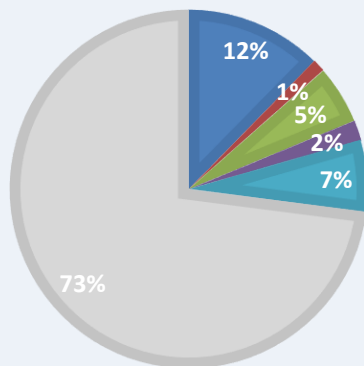


Image der Deutschen Bahn weitgehend fremdbestimmt

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

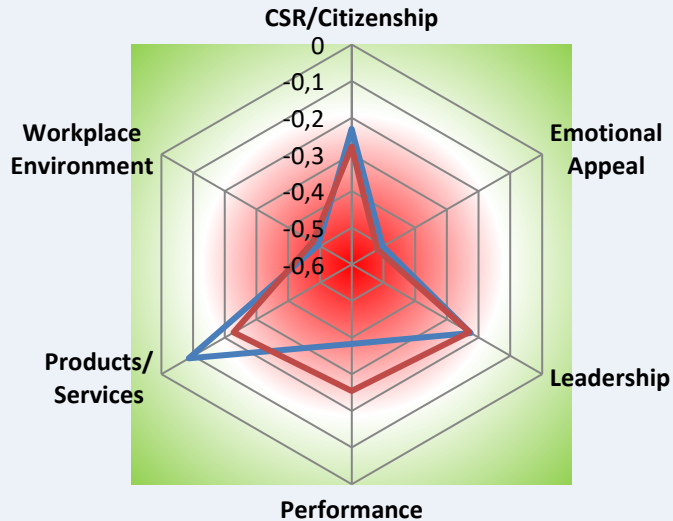
■ Deutsche Bahn ■ Andere
■ Regierung/Politik ■ Wirtschaft
■ Gesellschaft ■ Journalisten



Ein Share of Voice von 35 Prozent ist Voraussetzung für ein selbstbestimmtes Image. Die Deutsche Bahn kommt 2024 lediglich auf 12 Prozent. Im Frühjahr dominierte die Gewerkschaftsseite komplett das Image. Aber auch sonst spielen Dritte eine größere Rolle im Medienimage als die Bahn selbst. Mitarbeiter in den Zügen distanzieren sich zum Teil über Ansagen von ihrem Arbeitgeber. Dagegen zeigt die Riedbahn-Baustelle: es geht auch anders.

Wahrnehmung der Servicequalität unter Lutz stark verschlechtert

Meinungsführende deutsche Medien: Berichterstattung Deutsche Bahn nach CCCV-Imagefaktoren 2012-2016 versus 2017-2023



— 2012-2016

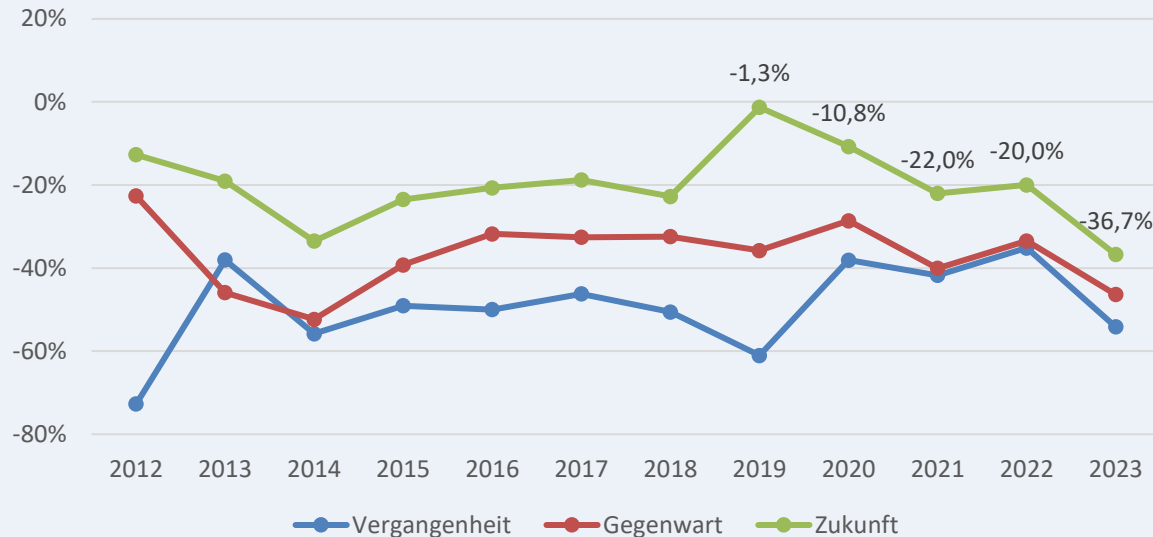
— 2017-2023



Die Analyse der Berichterstattung über die Deutsche Bahn in tonangebenden überregionalen Medien und TV-Nachrichten zeigt: Unter Grube war das Image bei Thema Produkte/Services fast ausgewogen. Unter Lutz hat sich das Bild stark verschlechtert. Dagegen hat sich in seiner Zeit das Image der Deutschen Bahn zum Thema Finanzen verbessert. Beim Arbeitgeberimage gibt es – auf sehr niedrigem Level – keine Verbesserung. Die zahlreichen Arbeitskonflikte spiegeln sich hier.

Medien sehen (zunehmend) pessimistisch auf die Bahn

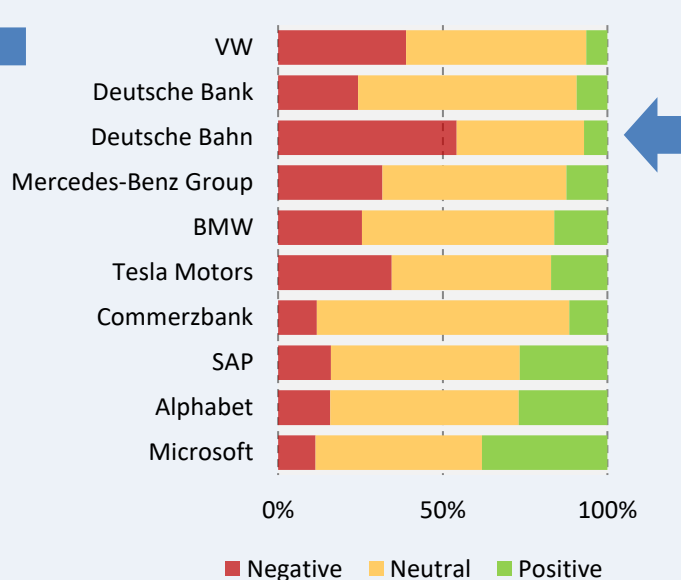
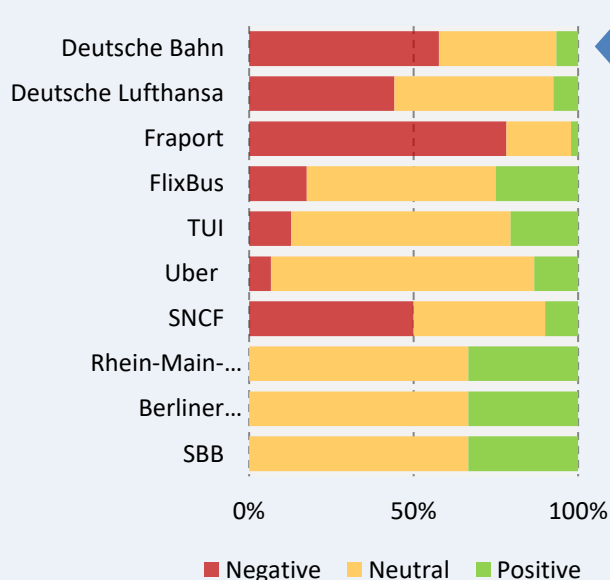
Meinungsführende deutsche Medien: Bewertung der Deutschen Bahn nach Zeitbezug 2012 - 2023



Die Aufschlüsselung der Bewertung nach Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft zeigt, wie die Medien den Kurs der Bahn einordnen. Seit 2020 hat sich das Image in allen drei Kategorien verschlechtert. Die „Baustellen der Gegenwart“ werden also zu wenig mit einem hoffnungsfrohen Blick auf die Zukunft verbunden. Die Medien ordnen Störungen und Belastungen oft als Einzelereignisse ein, weniger im Rahmen z.B. eines Gesamtplanes zu Sanierung und Ausbau.

Lage der Bahn zum Synonym für Standortkrise geworden

Bewertung Deutsche Bahn im Branchenvergleich und Gesamtberichterstattung 1-11/2024 (Auswahl / Top-10)



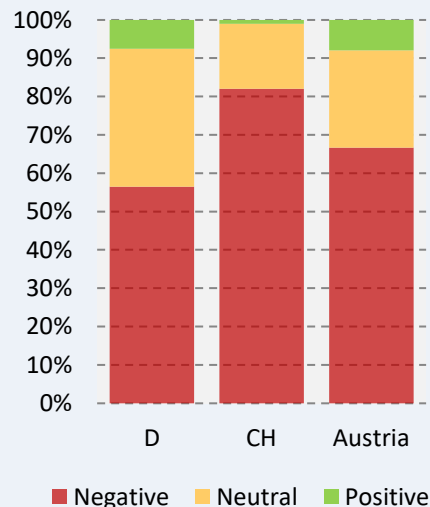
Unter den meistberichteten Unternehmen hat die Deutsche Bahn 2024 das schlechteste Image in den Leitmedien. Im Branchenvergleich ist es ähnlich. Die Medien sehen Vorbilder im privaten Bereich oder im Ausland (SBB).

Deutsche Bahn auch im Ausland auch als Sündenbock geframt

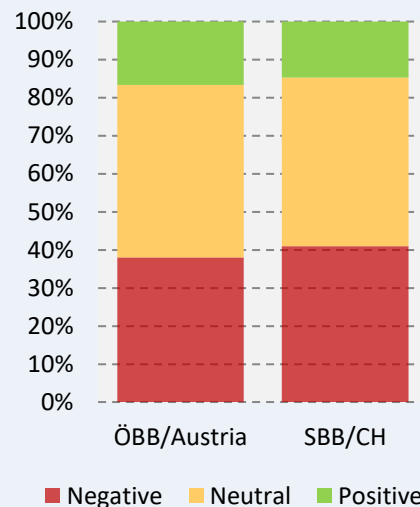
Berichterstattung über Deutsche Bahn, SBB und ÖBB im Vergleich 2012-2023



Image Deutsche Bahn – int. TV-Nachrichten



Bewertung SBB/ÖBB im Heimatmarkt

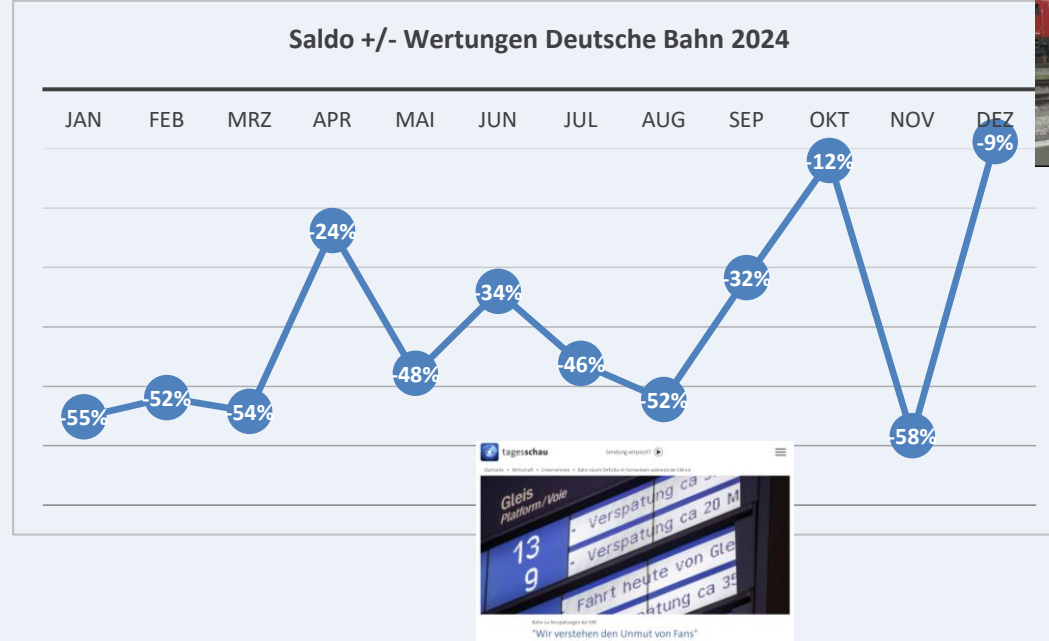


Die Analyse der Abendnachrichten von SRF und ORF im Vergleich zu ARD und ZDF zeigt: Die Deutsche Bahn hat in den Nachbarländern ein sehr negatives Image. In der Schweiz liegt der Anteil der negativen Wertungen bei über 80 Prozent, in Österreich bei über 65 Prozent. Zwar sind die Sender auch gegenüber ihren eigenen Bahnen kritisch, dort machen die negativen Wertungen aber unter 40 Prozent aus. Eine Sündenbockfunktion der Deutschen Bahn in den beiden Nachbarländern ist erkennbar. Parallel sehen die deutschen Medien die Schweizer Bahn als Vorbild.

Hoffnungsschimmer zum Jahresende: Geglückte Riedbahn-Sanierung

Berichterstattung über Deutsche Bahn nach Monaten, 2024

Saldo +/- Wertungen Deutsche Bahn 2024

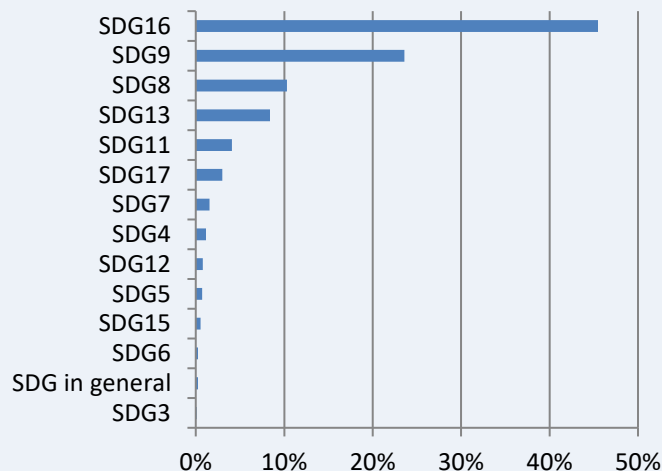


Bei einem Saldo von -20 und weniger liegt ein krisenhaftes Image vor. Die Deutsche Bahn steht nicht nur zu den Bahnstreiks zum Jahresbeginn im Rampenlicht, sondern ist auch während der EM im Sommer mit Negativschlagzeilen belegt. Doch im Dezember ein klares Hoffnungssignal mit der Riedbahn-Sanierung. (Bilder: tagesschau.de)

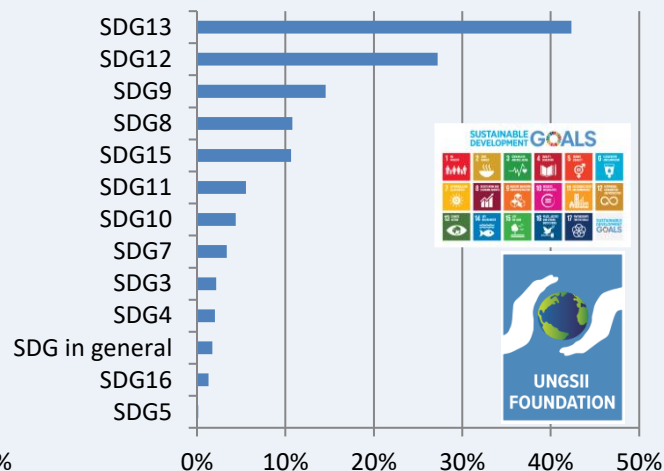
Bahn-Geschäftsberichte betonen verstärkt Nachhaltigkeit

Commitment zu den SDGs im Finanzgeschäftsbericht der Deutschen Bahn

Anteil der SDGs 2018



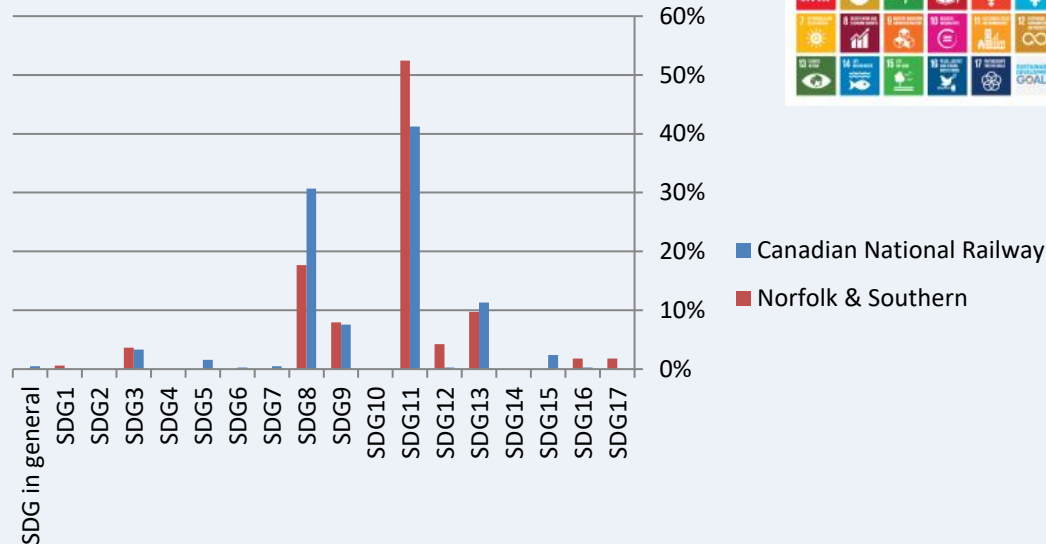
Anteil der SDGs 2019



Die Analyse der Geschäftsberichte großer internationaler Unternehmen im Hinblick auf die 17 SDGs und 169 Unterziele der UN gibt Aufschluss darüber, welche Rolle Nachhaltigkeit aus Sicht des Top-Managements für die Performance spielt und spielen sollte. Für die Bahn verschiebt sich der Fokus in Richtung Klimaschutz und umweltfreundliche Mobilität. Beides sind wichtige Faktoren. Angesichts der Standortkrise in Deutschland wäre auch Platz für mehr SDG8 und SDG7.

Bahnen in Nordamerika betonen Beitrag zur Region-Entwicklung

Anteil der SDGs im Finanzgeschäftsbericht 2020



Die Analyse der Geschäftsberichte von Canadian National Railway und Norfolk & Southern (USA) zeigen erkennbar andere Prioritäten. Mit Abstand am stärksten geht es um SDG11 und den Beitrag zu Stadt- und Region-Entwicklung, zum Beispiel durch Neu- und Umbau von Bahnhöfen und Anschlüssen. SDG13 kommt mit rund 10 Prozent Anteil erst auf Rang 3. Betont wird auch der Beitrag zur Wirtschaftsentwicklung und zur Qualität von Wirtschaftsstandorten, zum Beispiel durch den Anschluss von Pendlern.

CEO.Table-Ranking 2024. Top herausgefordert: Richard Lutz

- Bahn-Vorstandschef Richard Lutz hat für 2025 eine ähnliche Aufgabe wie Oliver Blume zu meistern: Eines der größten deutschen Unternehmen neu ausrichten und sukzessive aus der Vertrauenskrise führen, die weite Teile der Öffentlichkeit erfasst hat. Das CEO.Table-Ranking untersucht mehrdimensional den Impact:
 - (1) CEO-Image (Bewertung und Präsenz),
 - (2) Arbeitgeber-Image beim Nachwuchs (Universum-Ranking),
 - (3) strategisches Nachhaltigkeitsmanagement (SDG-Positionierung im Finanzgeschäftsbericht),
 - (4) Innovationsstärke (basierend auf Eisbach-Partners-Ranking) und
 - (5) Shareholder Value (Aktienperformance 2024/EBIT-Performance).
- Voraussetzung ist die Präsenz des Unternehmens über der Wahrnehmungsschwelle.
- Richard Lutz ist seit 2017 Vorstandschef der Deutschen Bahn.

Das Image der Bahn in den Leitmedien hat sich seither von „schlecht“ zu „ganz schlecht“ verändert. Die Krise umfasst in der Wahrnehmung 2024 alle Imagefacetten, die Bahn wird sogar vielfach zum Synonym für die Standortmalaise in Deutschland.

Doch es gibt belastbare Ansatzpunkte:

- Nach wie vor gilt die Bahn als recht attraktiver Arbeitgeber.
- Die enge Verzahnung mit Nachhaltigkeit ist nicht nur in den Geschäftsberichten, sondern auch in der Wahrnehmung gegeben.
- Mit der erfolgreichen Sanierung der strategischen Großbaustelle Riedbahn hat die Bahn aus Sicht der Medien erstmals einen klaren Beleg geliefert, dass die Neuaufstellung einem langfristigen Plan folgt, der auch umsetzbar ist.

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

* Deutsche Bahn: EBIT-Veränderung; Anteil Investitionen am Umsatz

Weiter-Sehen

Services zum CEO.Table-Ranking

- **CEO-Reputation-Analyse**
Persönlichkeit, Kompetenz, Issues, Leitmedien, SWOT-Analyse, Benchmark
- **Corporate-Reputation-Analyse**
Akzeptanz, Awareness, Imagefaktoren, Zukunftserwartungen, SWOT-Analyse, Benchmark, Analysten-Sentiment
- **CSR-SDG-Footprint**
Analyse der Eigen-Kommunikation in den Geschäftsberichten – Abgleich mit der Branche sowie den Top-10 des SCR500 (SDG Commitment Report der 500 größten börsennotierten Firmen)
- **Expert-Opinion**
Einschätzung und Beratung von Spitzenberatern



Kontakt

Media Tenor International

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

