

CEO.TABLE: Impact Spezial: Elon Musk

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

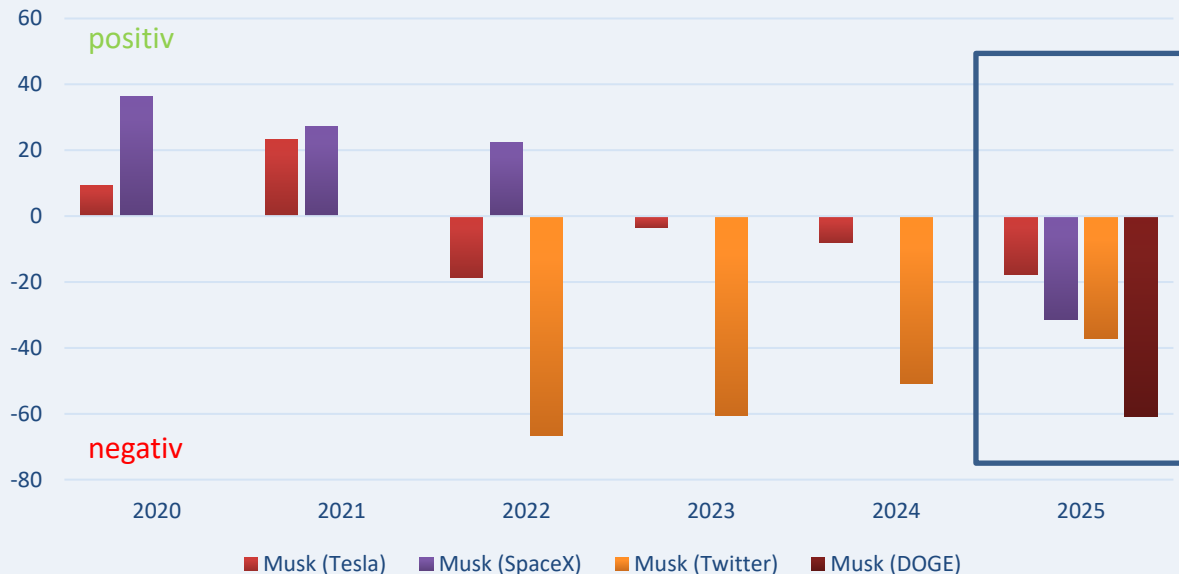


Basis: 43.639 Berichte in den ausgewerteten Leitmedien (TV, Hörfunk, Wochenpresse, Wirtschaftsmedien, Tageszeitungen)

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

Elon Musk 2025 in allen Bereichen als Leader im Minus

Medienbewertung von Elon Musk nach Funktion, Saldo +/- Wertungen in Prozent (D)



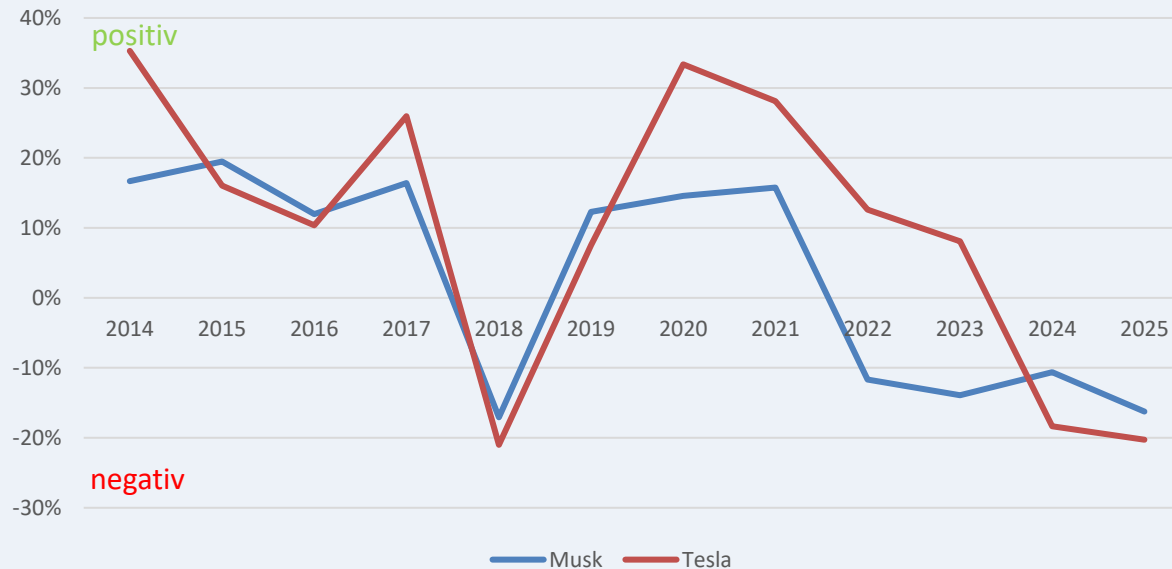
10 externen Partner/Experten:

- 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

Elon Musk gilt den Leitmedien als revolutionärer Erfinder, der Grenzen verschiebt. Diese Eigenschaften wurden in der Vergangenheit stark mit Tesla verbunden, lange Pionier der E-Mobilität. Weniger sichtbar, aber ebenfalls positiv wurde der Aufbau seines Satellitenkommunikationsunternehmens Starlink vermittelt. Mit dem Kauf von Twitter (heute X) startet eine Gegen-Agenda. Sein Leadership-Image gerät 2025 in allen Feldern ins Minus.

Image von Musk zieht Tesla mit nach unten

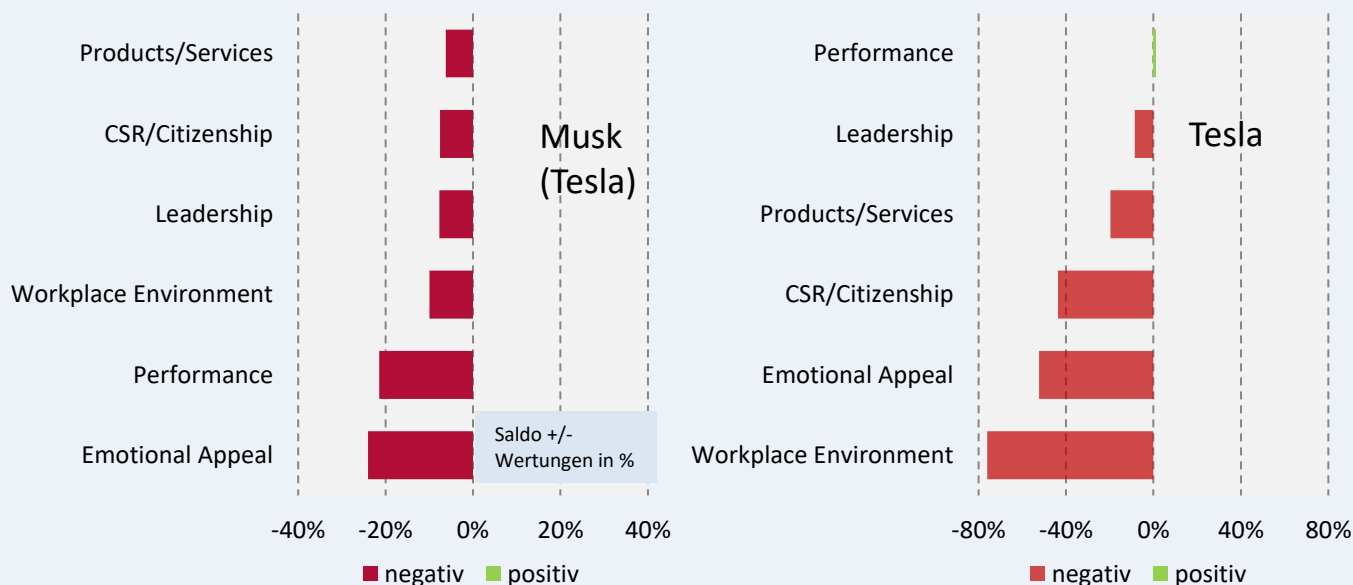
Medienimage Musk / Tesla 2014 – 2025 (Saldo +/- Wertungen in %)



Ein positives Image ist nach Forschung von Media Tenor mit Harvard-Professor Bob Eccles durch einen Saldo von mehr als 10 Prozentpunkten positiver über die negativen Wertungen gekennzeichnet. Tesla hat das in den letzten zehn Jahren vielfach übertraffen. Seit 2020 erodiert das Image aber stark, im Jahr 2024 noch beschleunigt. Das Markenimage kann die Kritik an der Führung nicht mehr überdecken, sondern wird mit nach unten gezogen. Das Image von Tesla und Musk sind hoch negativ korreliert ($r = -0,71$).

Auch Aktienkursrally in 2024 bringt Tesla-Image nicht ins Plus

CEO-Reputation Elon Musk vs. Corporate Reputation Tesla 1/2024 – 3/2025*

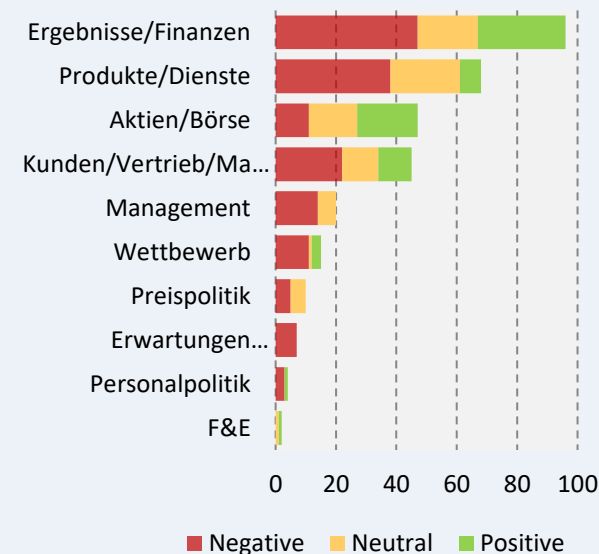


Der Handlungsraum von Elon Musk hat sich in den letzten Jahren durch die steigenden Aktienkursbewertungen von Tesla vergrößert, die Aktien konnten z.B. als Sicherheit für Kredite bei Banken hinterlegt werden. Mit dem US-Wahlkampf und der politischen Rolle ging zunächst ein stark steigender Aktienkurs daher. Doch sie prägen nicht als Erfolgsausweis das Gesamtbild. In Kernbereichen ist das im Minus.

Basis: 315/521 Berichte über Elon Musk als CEO von Tesla bzw. Tesla als Unternehmen in den ausgewerteten Leitmedien (TV, Hörfunk, Wochenpresse, Wirtschaftsmedien, Tageszeitungen); * März 2025 angefangen, unvollständig.

Analysten kritisch zur Entwicklung der Hard Facts bei Tesla

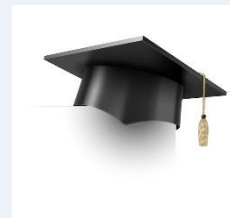
Analysten-Meinungsklima zu Tesla: Langzeittrend 2015-2025 und Bewertung zu ausgewählten Themen 1/2024-2/2025



Arbeitgeberimage von Tesla leidet massiv

Die attraktivsten Arbeitgeber für Hochschulabsolventen der Richtung....

Tesla



Berufsgruppe / Jahr	2021	2023	2024
Ingenieure	1	8	11
IT	3	5	12
Wirtschaftswissenschaftler	5	15	28

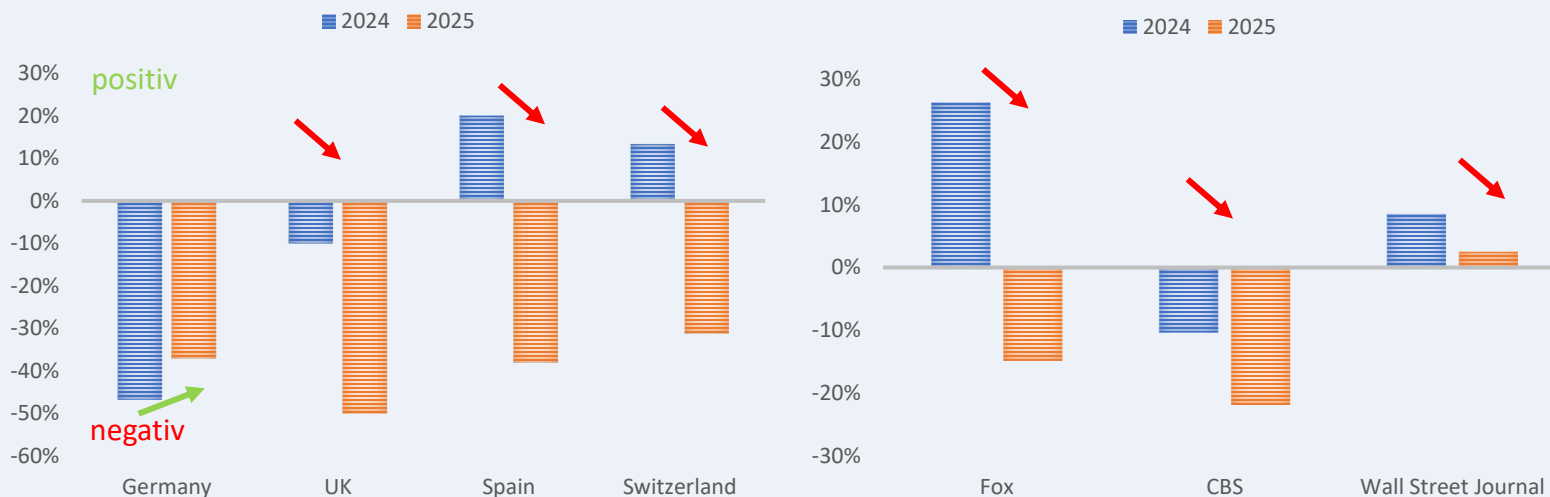
Während Tesla im Jahr 2021 für angehende Ingenieure noch Wunscharbeitgeber Nr.1 war, ist das Unternehmen bei den Befragten im Jahr 2024 nur noch auf Rang 11.

Ähnlich sieht es im IT-Bereich aus. Nachwuchsinformatiker rankten Tesla im Jahr 2021 auf Rang 3 der Top-Arbeitgeber, 2024 nur noch auf Rang 12.

Am stärksten ist der Image-Verlust aber bei den Wirtschaftswissenschaftlern. Hier sank das Unternehmen von Rang 5 auf Rang 28.

Auch international negative Imageauswirkungen erwartbar

Image von Elon Musk in internationalen Medien (alle Funktionen) 1-12/2024 vs. 1-3/2025*

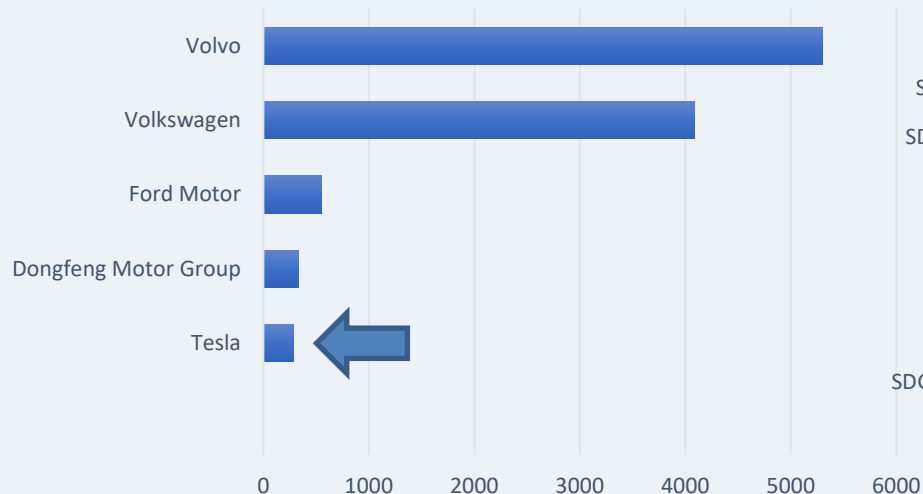


Basis: * März angefangen. Deutschland: ARD/ZDF Abendnachrichten, UK: BBC 10 o'clock news, Spanien: TVE 1 Telediario-2, Schweiz: SRF Tagesschau, USA: Fox / CBS Evening News, Wall Street Journal

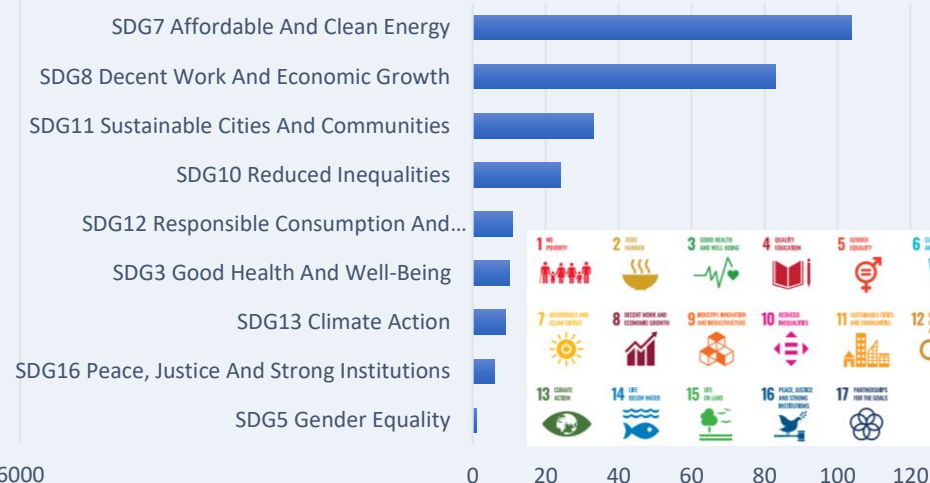
SDG-Committment noch kaum ausgeprägt

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

SDG-Committment 2021



SDG-Committment: Tesla



CEO.Table-Ranking 2025. Am Scheideweg: Elon Musk

- Elon Musk gilt vielen als genialer Innovator und Erfinder. Der gebürtige Südafrikaner, der zuletzt als Berater Donald Trumps weltweit für Schlagzeilen sorgte, hat mit Tesla den ersten internationalen Player der E-Mobility geschaffen, mit Starlink ein Satelliten-gestütztes Kommunikationssystem und mit SpaceX ein privates Welt-raumunternehmen. Eine einzigartige Karriere.
- Musks Ambitionen haben jahrelang junge Talente auf der Suche nach komplexen Herausforderungen ange-zogen. Tesla hat sich einen Nimbus unter betuchten Autofahrern erworben, die ein Statement für Klimaschutz setzen wollten. Das ist mit MAGA verloren.
- Doch der weitere Aufstieg ist in Gefahr: Mit dem Kauf des Kurznachrichtendienstes Twitter und der Nutzung seiner Plattform als Lautsprecher in eigener Sache, hat Musks Image begonnen, starken Schaden zu nehmen.
- Der Image-Absturz der Marke des zeitweise höchstbe-werteten Autokonzerns der Welt zog den Absatzein-bruch in vielen Ländern nach sich. Einerseits wegen

preiswerter chinesischer Herausforderer, andererseits, weil Kunden offenbar ihre Werte verraten sehen. Laut Medienberichten rücken Autovermieter von Tesla ab und von der Automesse in Vancouver wurde Tesla Mitte März ausgeschlossen. Zudem droht die Neubewertung: bislang wurde Tesla als IT Firma von den Finanzmärkten eingestuft. Wird dies geändert und Tesla wird der Autobranche zugerechnet, ist ein Konkurs nach Medienberichten nicht ausgeschlossen.

- Journalisten verweisen auf die Gefahr eines Domino-Effekts, falls die Kurse noch weiter sinken und die Banken die Kredite an Musk fällig stellen, die mit Tesla-Aktien besichert sind (z.B. FR Online 15.3.2025). Zumal sein Erst-Investor Ross-Gerber nun offiziell Musk zum Rücktritt als CEO von Tesla aufgefordert hat.



Quelle: Finanzen.net, 18.3.2025



Unabhängige Experten-Sicht: Dr. Claudia Conen, BDL-Hauptgeschäftsführerin

Mit alternativen Investitionsformen die Nachfrage nach E-Mobilität stimulieren

Tesla galt lange Zeit als Synonym für Elektromobilität und nachhaltigen Fortschritt. Wer einen Tesla fuhr, setzte nicht nur auf innovative Technologie, sondern gab ein klares Statement für Nachhaltigkeit, Innovation und Umweltbewusstsein. Heute steht der einstige Pionier vor einer fundamentalen Krise. Nicht nur die Qualität der Bauteile ist der Grund, sondern vor allem der dramatische Imageverlust von Elon Musk, dem Mann, der Tesla groß gemacht hat.

2024 sind die Neuzulassungen von Tesla-Fahrzeugen in Deutschland um 41 Prozent eingebrochen. Tesla verliert kontinuierlich Marktanteile: Lag der Anteil der US-Marke an den Neuzulassungen vollelektrischer Fahrzeuge (BEV) 2022 noch bei 14,9 Prozent, sank er 2023 auf 12,1 Prozent und erreichte im vergangenen Jahr mit nur noch 9,9 Prozent einen Tiefpunkt (laut Kraftfahrt-Bundesamt). Im Januar und Februar verzeichnete Tesla erneut einen deutlichen Rückgang bei den Neuzulassungen – obwohl der Markt für Elektroautos insgesamt wuchs.

Der Grund für diese Entwicklung liegt nicht primär in technischen Aspekten, sondern in einer wachsenden Entfremdung der Kernzielgruppe von Tesla.

Elon Musks kontroverse öffentliche Auftritte, seine Polarisierung und der starke politische Wandel seines Images haben viele Kunden enttäuscht. Ihre Werte, einst mit Tesla verbunden, scheinen plötzlich in Frage gestellt. Immer mehr Unternehmenschefs in Deutschland kündigen als Statement gegen diese Entwicklung an, keine Tesla-Modelle mehr für ihre Fahrzeugflotten zu leasen.

Gleichzeitig wächst das Leasing-Segment im Bereich E-Mobilität rasant: 2024 wurden rund 56 Prozent aller neuen Elektroautos mittels Leasing finanziert. Leasing ist damit ein Treiber für Elektromobilität anderer Hersteller. Von diesem Trend könnte auch Tesla profitieren – tatsächlich bietet die Marke mit ihrer Finanzierungstochter inzwischen spezielle Leasing-Angebote an, um neue Kunden anzusprechen. Doch noch scheint diese Strategie nicht aufzugehen. Was bleibt, ist die Frage nach der Zukunft der Marke Tesla und damit die größte Herausforderung in seiner Firmengeschichte.

Im Bereich Elektromobilität sollte die nächste Bundesregierung zu Gunsten einer besseren Hebelwirkung und Skalierbarkeit von E-Fahrzeugen nicht nur mit Kaufanreizen, sondern vor allem mit alternativen Investitionsformen wie Leasing oder Mietkauf die Nachfrage nach E-Mobilität stimulieren.

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

