

CEO.Table: Impact Index

Kamieth hat Reputationskapital für Transformation

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

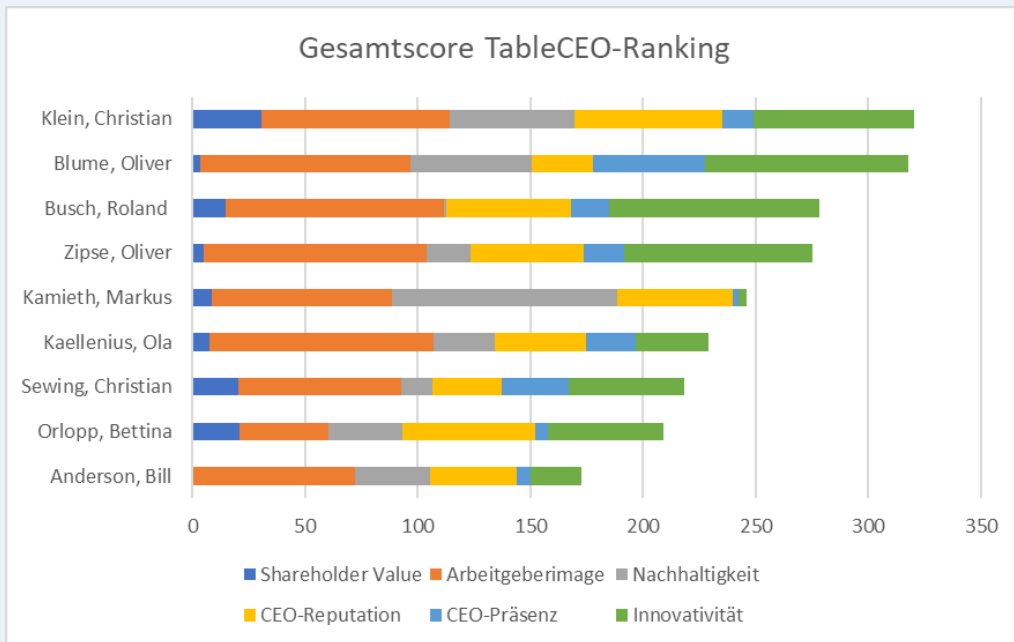


Basis: 25.193 Berichte in den ausgewerteten Leitmedien (TV, Hörfunk, Wochenpresse, Wirtschaftsmedien, Tageszeitungen) über DAX40-Unternehmen,

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

Kamieths Herausforderung: Innovation statt Optimierung

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



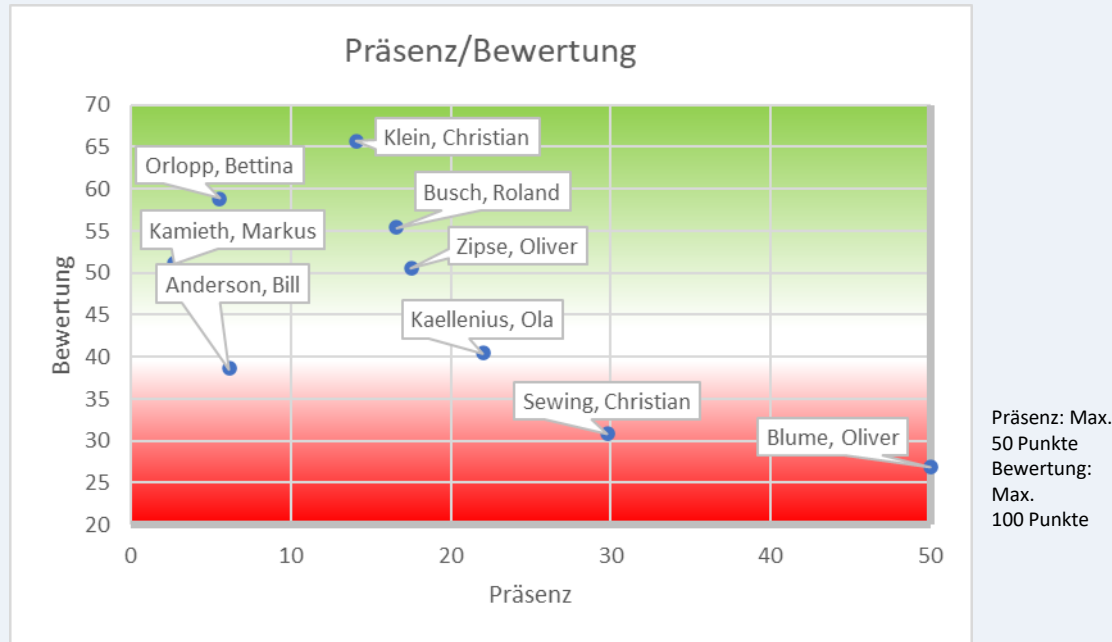
10 externen Partner/Experten:

Alexander Antonoff, CI, Ffm
 Prof. Dr. Alexander Bassen, Uni HH
 Dr. 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 245 von 550 möglichen Punkten liegt der neue CEO von BASF, Markus Kamieth, im Mittelfeld der DAX40-Chefs, die über der Wahrnehmungsschwelle sichtbar sind. Die Medien geben ihm Vorschusslorbeeren, den Knoten existenzieller Probleme zu zer schlagen. Arbeitgeber-Image und Nachhaltigkeitsausrichtung bilden zwei weitere Säulen, auf die er bauen kann. Kernherausforderung: Kann BASF Innovation oder nur Optimierung?

Kamieth im Aufbau von Reputationskapital begriffen

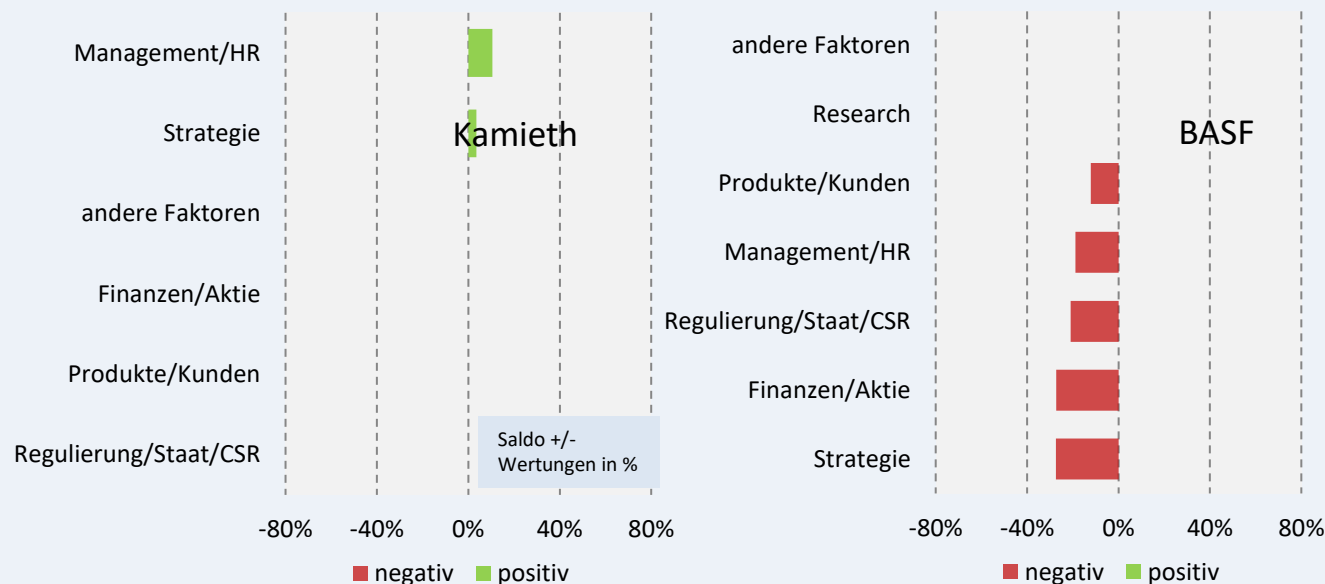
Medienimage der DAX40 CEOs (1-11/2024) über der Wahrnehmungsschwelle



Präsenz über der Sichtbarkeit ist die Voraussetzung für Wirkung. Neun der 40 CEOs im DAX40 können das von ihren Unternehmen sagen. Oliver Blume ragt in der Sichtbarkeit mit 50 von 50 Punkten heraus, hat aber 2024 starken Gegenwind. Eine hohe Akzeptanz erzielen die CEOs, die mehr als 55 von 100 Punkten aufweisen. Markus Kamieth ist noch dabei, persönliches Reputationskapital aufzubauen.

Priorität: strategische Gründe für Hoffnung vermitteln

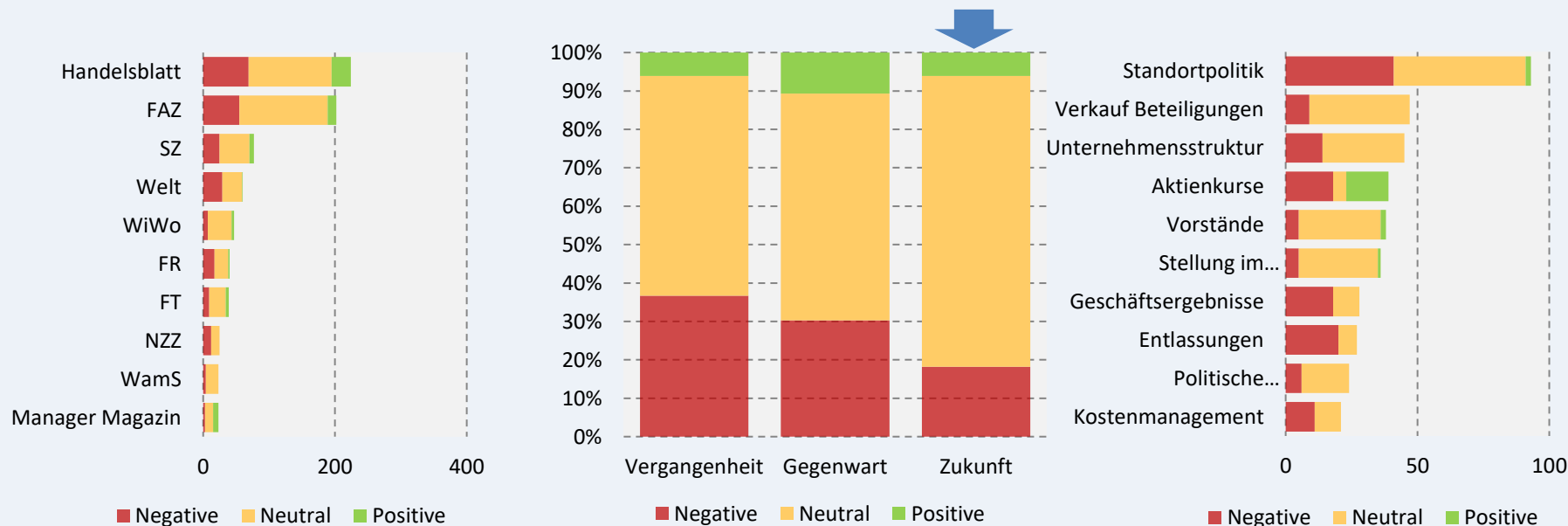
CEO-Reputation Markus Kamieth / Corporate Reputation BASF 1-11/2024: Imagefaktoren



BASF ist dank des genialen Produktionsverbundes und hoher Produktqualität ein Champion der weltweiten Industrie geworden. Doch sehen die Medien das Geschäftsmodell der letzten Jahrzehnte inzwischen als kaum zukunftsfähig an, weil sich Energie- und Personalkosten für Standardprodukte im Vergleich zu anderen Standorten zu ungünstig entwickelt haben. Am Beispiel Covestro wird deutlich, wie Staaten mit niedrigen Energiekosten versuchen, diesen Teil der Wertschöpfung an sich zu ziehen. Für BASF geht es um die Vermittlung einer Strategie, die oberhalb dieses Segments ansiedelt.

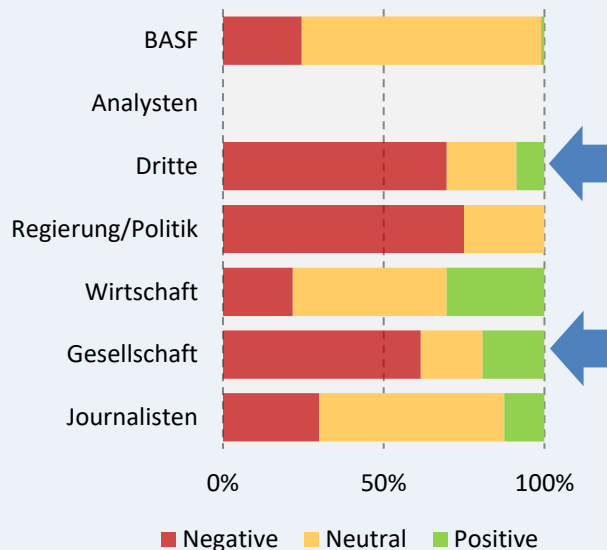
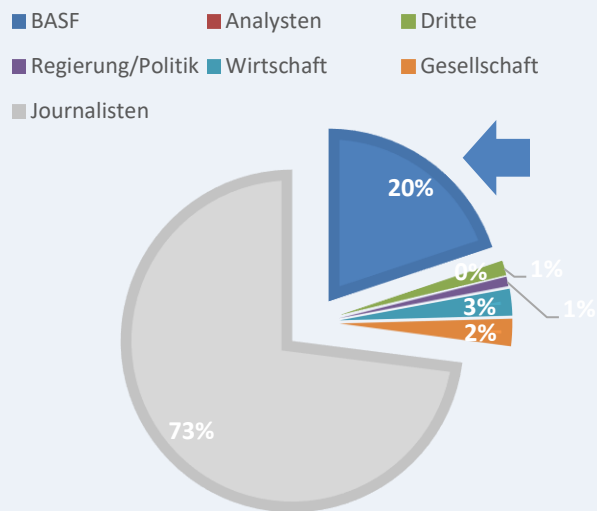
Standortkonflikt als Druckmittel inspiriert nicht

Medienbewertung von BASF 1-11/2024 zu Medien, Zeitbezug, Top-Themen



Für Zukunftsvermittlung ist das Image noch zu fremdbestimmt

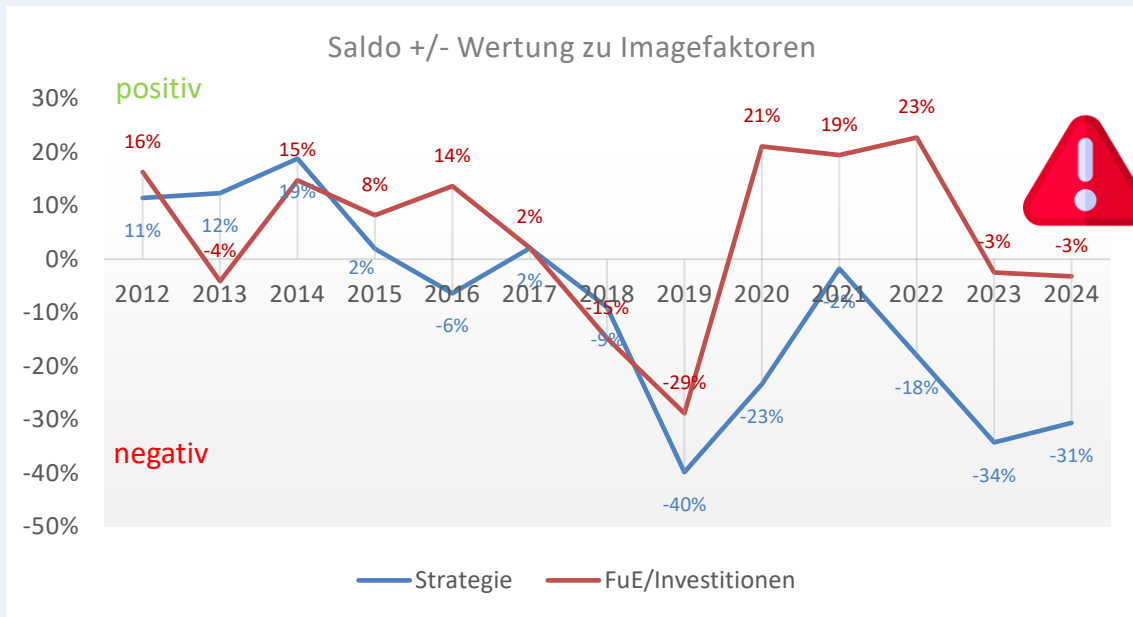
Share of Voice BASF 1-11/2024 und Bewertung nach Urhebern in Leitmedien



Mit einem Share of Voice von 20 Prozent dringt BASF in den Leitmedien 2024 noch nicht ausreichend mit der eigenen Stimme durch. So prägen Dritte das – pessimistische – Bild des Unternehmens. Die Haupt-Herausforderung 2025 besteht darin, die eigene Stimme, die eigene Vision der Strategie und die erreichten Meilensteine bei den Lösungen selbst zu thematisieren. Ein Share of Voice von >35 Prozent ist Voraussetzung dafür.

Hintergrund: Zuversicht kommt aus Strategievermittlung

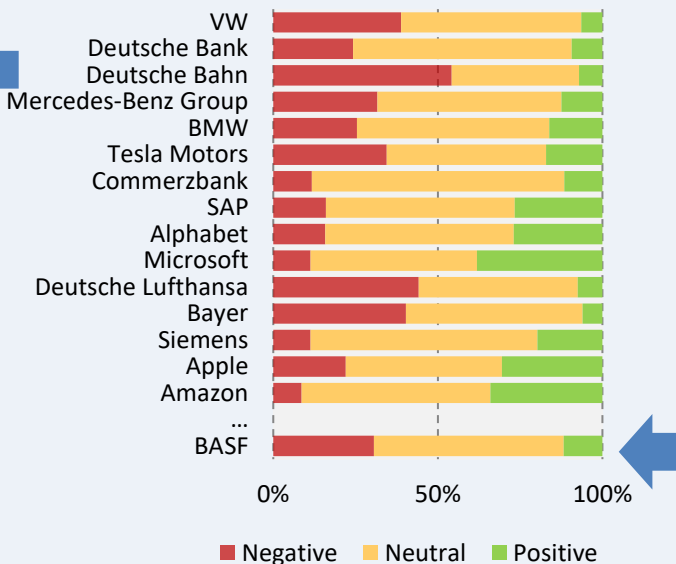
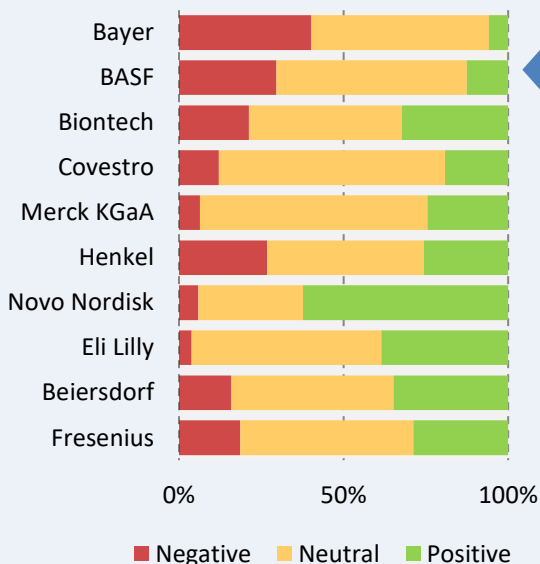
Langfristtrend BASF: Bewertung zu Imagefaktoren „Strategie“ und „Innovation“



Die Strategiefraage tritt für BASF nach dem Energiepreisschock durch den russischen Krieg gegen die Ukraine zwar deutlich zu Tage, sie ist aber älter. Bereits seit 2015 gibt es kritische Rückfragen dazu. Eine zentrale Aufgabe für Kamieth besteht darin, Vertrauen in die neue Strategie zu vermitteln. Innovations- und Investitionspläne sind dazu die kommunikativ notwendigen Proof-Points.

BASF vor der Wahl zwischen Erneuerung und Via Dolorosa

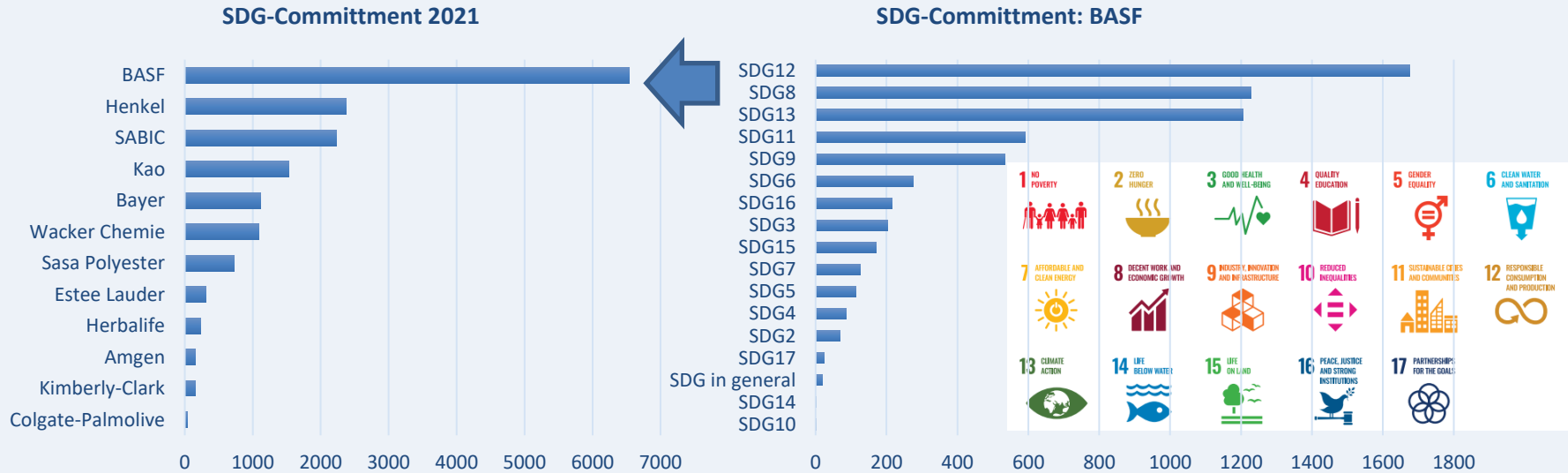
Bewertung BASF im Branchenvergleich und Gesamtberichterstattung 1-11/2024 (Auswahl / Top-15)



Insgesamt ist der Ton in den deutschen Leitmedien zu den großen deutschen Chemie- und Pharma-Unternehmen kritisch. BASF wird wegen der hohen Energiepreise und der schwachen Konjunktur in der Defensive gesehen, Medien sehen angesichts des Scheiterns großer Subventionspläne in der Stahlbranche neben der Nutzung komparativer internationaler Kostenvorteile nur den Ausweg der Erneuerung und Innovation.

Chemie muss sich im SDG-Rahmen als Teil der Lösung beweisen

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



CEO.Table-Ranking 2024

Erneuerer: Markus Kamieth

- Markus Kamieth ist ein Neuling im CEO.Table-Ranking 2024 und muss seine Leadership-Qualitäten erst noch beweisen. Erste Schritte sind erfolgreich gemacht: Dokumentation von Erfahrung und Kommunikation über der Wahrnehmungsschwelle sichern ein Startkapital an Reputation, mit dem es zu wirtschaften gilt. 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 Markus Kamieth steht aus Sicht der Medien die Riesen-Herausforderung erfolgreicher Transformation. Die kann, wie sich vielfältig in Deutschland zeigt, nicht gegen die Logik von Preisen und Kosten erfolgen, auch nicht durch politische Masterpläne.
- Vor Markus Kamieth steht die Herausforderung, weiterhin die Politik zu Verbesserung der Standortbedingungen zu drängen. Gleichzeitig geht es darum, zu vermitteln, dass BASF in Deutschland in der Wertschöpfungsschiene durch Innovation und Investition die Leiter nach oben erklimmt.
- Markus Kamieth kann auf persönliche Reputation und ein solides Arbeitgeberimage sowie strategische Positionierungen zur Nachhaltigkeit aufbauen. Doch er hat vor allem beim Thema Innovations- und Investitionsstrategie Zeichen zu setzen, die sachlich und reputationsseitig überzeugen.

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

