

CEO.Table: Impact Index

Krisenmanager des Rankings 2024: Oliver Blume

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

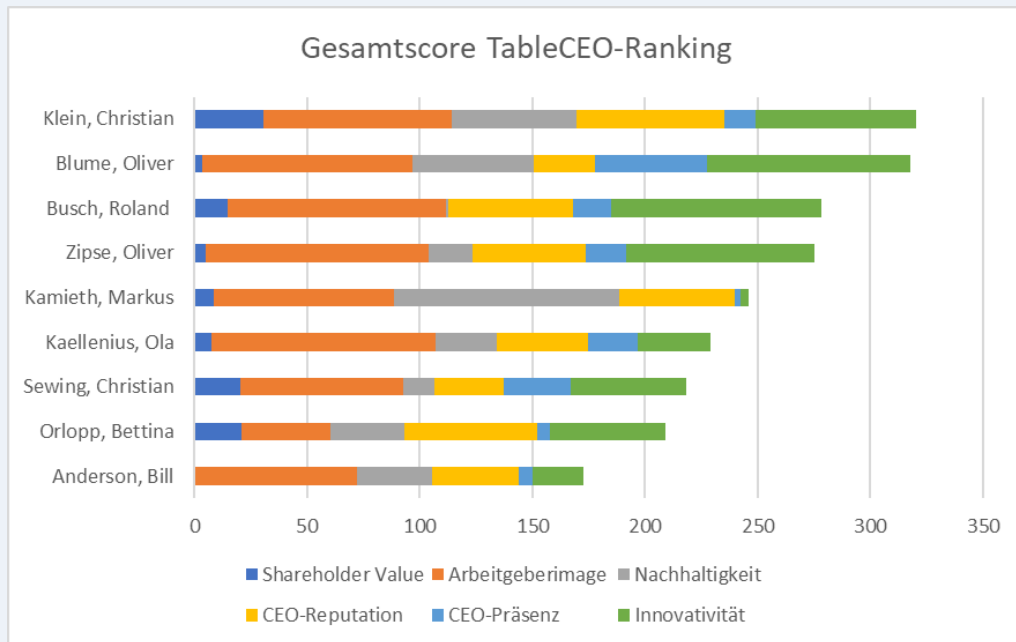


Basis: 25.193 Berichte in den ausgewerteten Leitmedien (TV, Hörfunk, Wochenpresse, Wirtschaftsmedien, Tageszeitungen) über DAX40-Unternehmen,

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

Blume kann bei Innovationskraft ansetzen

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



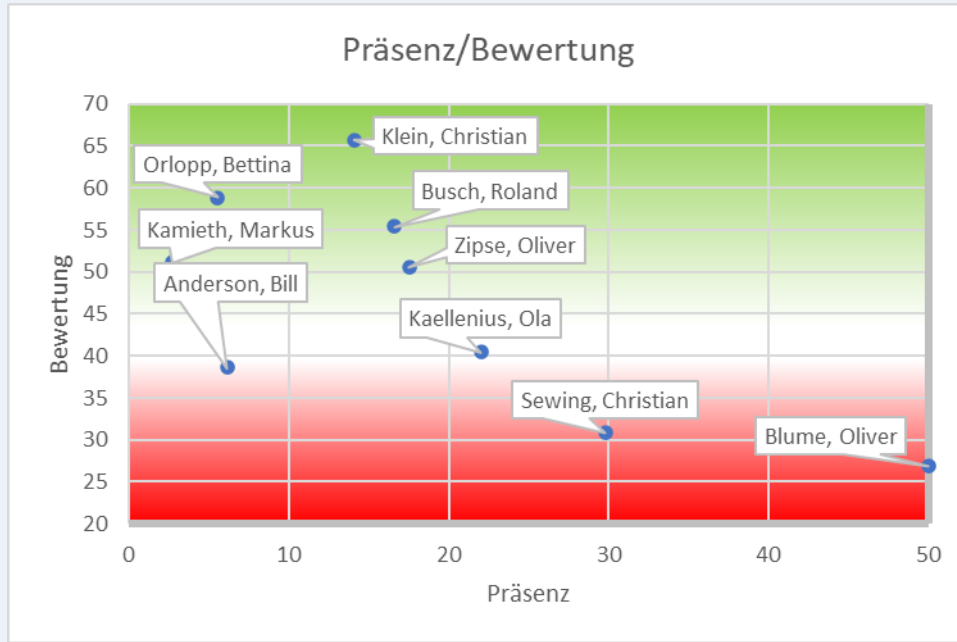
10 externen Partner/Experten:

Alexander Antonoff, CI, Ffm
 Dr. Claudia Conen, HGF, Deutscher Leasingverband, Berlin
 Gabriele Eick, Aufsichtsrätin, Ffm
 Dr. Joachim Faber, ESMT Institut, Berlin
 Prof. Dr. Guido Friebel, Goethe Uni Ffm
 Frieder Gamm, Verhandlungsexperte, Stuttgart
Richard Gaul, Acatech, Berlin
 Prof. Dr. Reint Gropp, MPI IW Halle
 Christian Heller, CEO Value Balancing Alliance, Ffm
 Jürgen Hogrefe, Kommunikations-Experte, Berlin

Mit 317 von 550 möglichen Punkten im CEO.Table-Ranking ist Oliver Blume unter den CEOs der DAX-Unternehmen derjenige mit der aktuell größten Aufgabe, aber auch enormen Ressourcen. Zu denen gehört das Arbeitgeberimage, die gewaltigen Investitionen in F&E und eine hohe CEO-Präsenz, die Kommunikation über der Wahrnehmungsschwelle ermöglicht.

Medien zeigen Blume im Krisenmodus

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

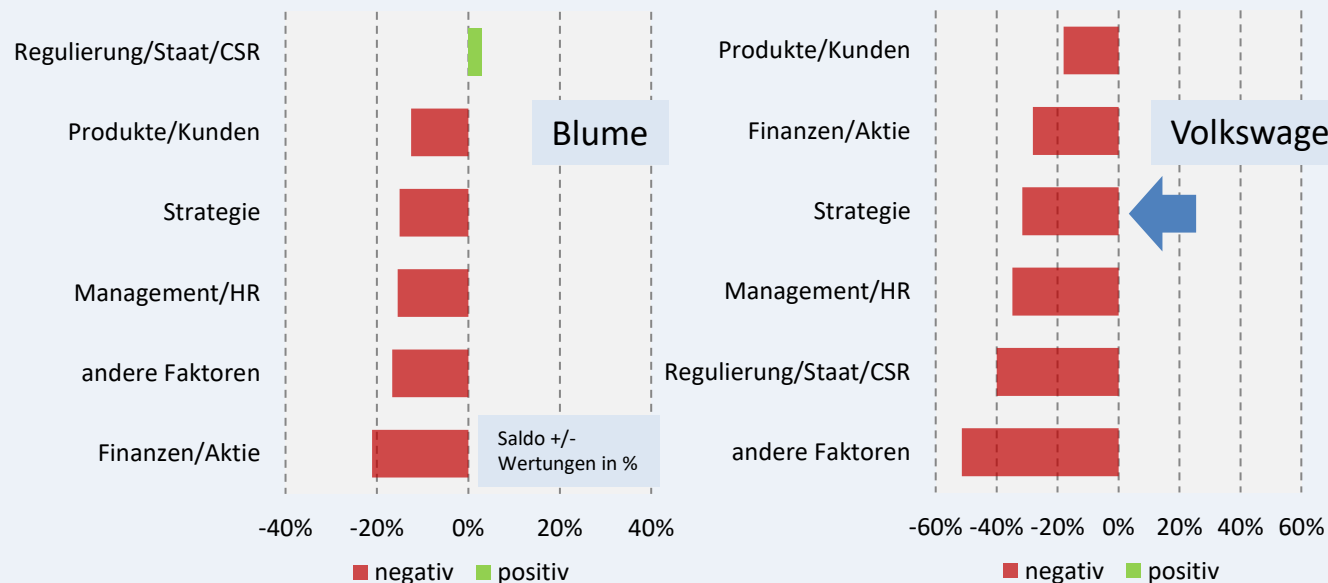


Präsenz: Max.
50 Punkte
Bewertung:
Max.
100 Punkte

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 zwar 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. Oliver Blume wird von den Leitmedien im Konkurrenz-Vergleich am negativsten bewertet. Er gilt den Leitmedien als Krisenmanager der Branche.

Antworten auf grundsätzliche Strategiefragen gesucht

CEO-Reputation Oliver Blume / Corporate Reputation Volkswagen 1-11/2024: Imagefaktoren



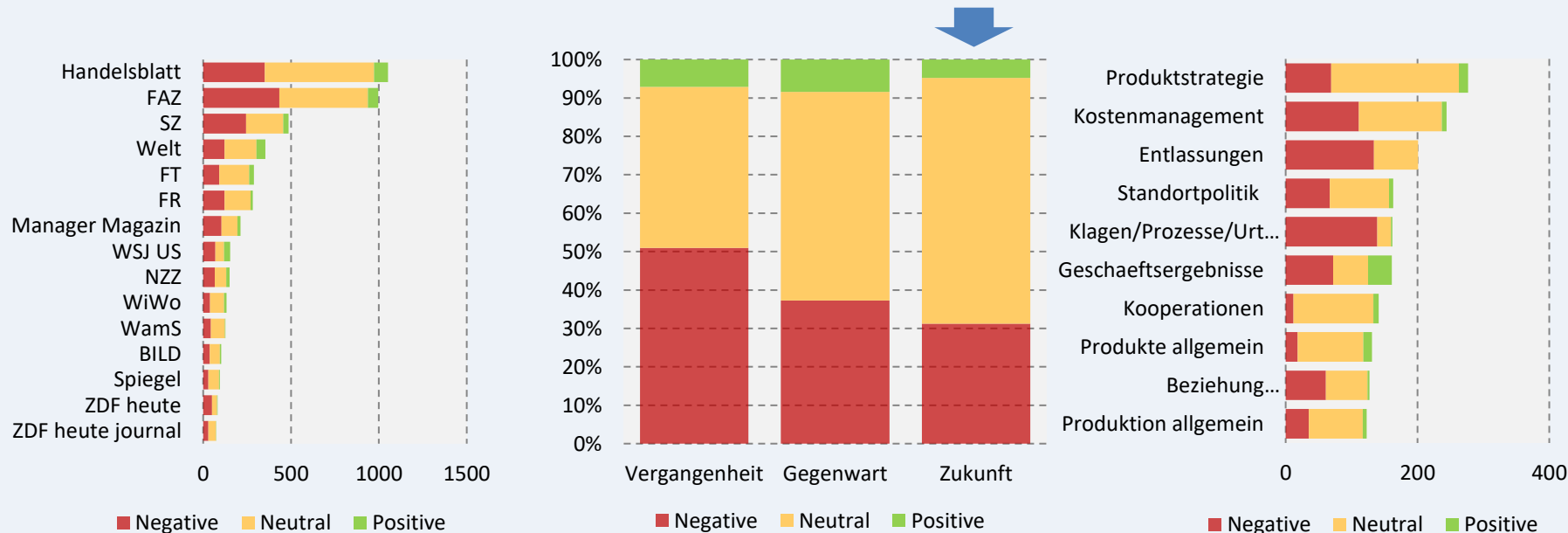
Der Volkswagen-Konzern gehört weiterhin zu den größten Autoherstellern der Welt. Die Kernmarke VW muß sich mit einem Minus von 1,4% bei den Absatzzahlen nicht verstecken (BMW: -2,3%, Mercedes: -3,0%). Die Herausforderung sehen die Medien im Wachstum von Unternehmen wie BYD (+41,1%)*. Das führt zur Strategie-Debatte über Volkswagen, die aber zunächst vor allem über die Kostenseite, z.B. zum Thema Werksschließungen geführt wird.

Basis: 4.970 Berichte in den ausgewerteten Leitmedien (TV, Hörfunk, Wochenpresse, Wirtschaftsmedien, Tageszeitungen);

*<https://www.automobil-produktion.de/>

Priorität: Zuversicht wecken

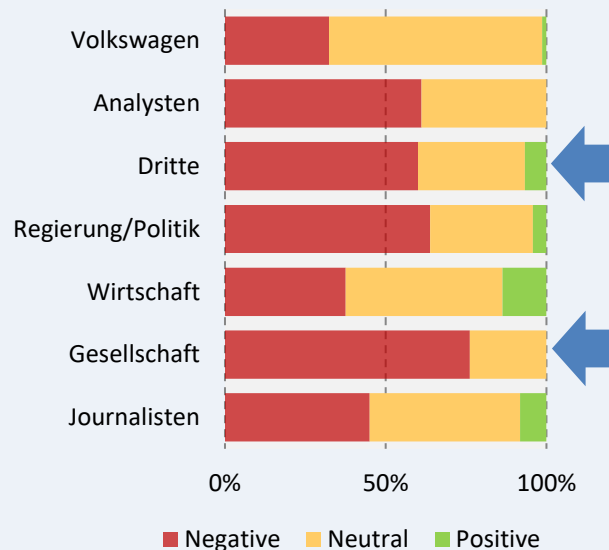
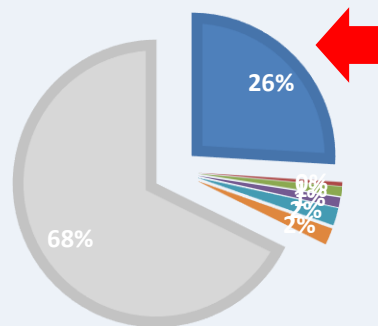
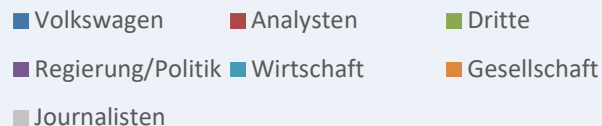
Medienbewertung von Volkswagen 1-11/2024: Medien/ Zeitbezug / Top-Einzelthemen



Volkswagen noch in der Problembeschreibung verhaftet

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

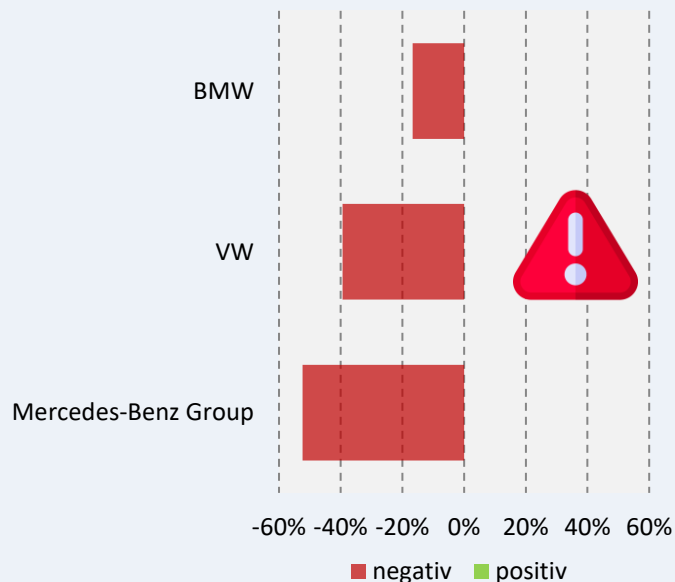
SHARE OF VOICE



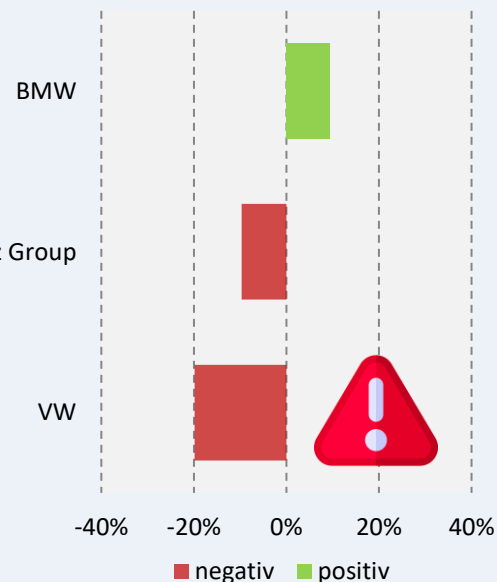
Der Share of Voice von 26 Prozent zeigt: In fast jedem dritten Beitrag kommt das Unternehmen primär selbst zu Wort. Der Ton dabei: Krise. Mit Blick auf Verhandlungen um Werksschließung und Lohnzurückhaltung verständlich. Mit Blick auf Analysten und Kunden sowie die Geschäftspartner werden allerdings schnellstmöglich Lösungen und Zuversicht in die künftigen Wege gebraucht.

Medien sehen Defizite in der Produktstrategie

Elektromobilität



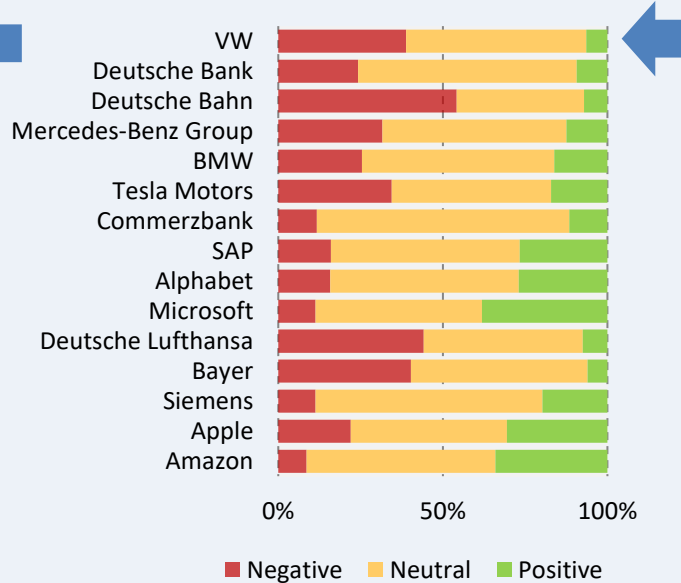
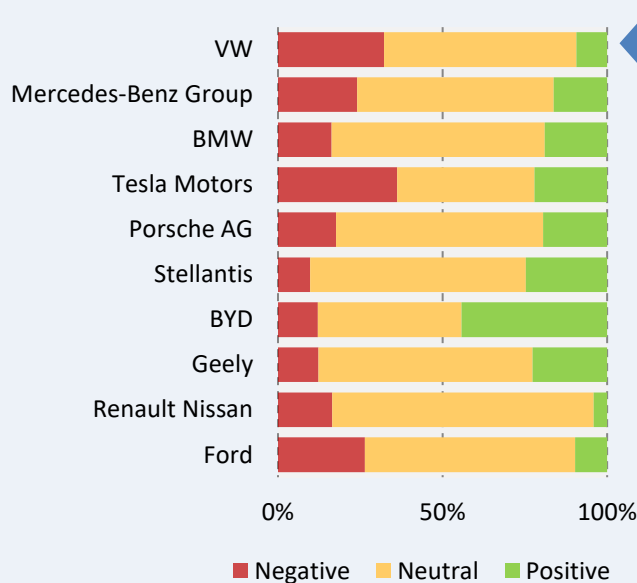
Produktstrategie



Beim Trend-Thema E-Auto sehen die Medien die BMW Group noch am besten aufgestellt, aber dennoch netto im Minus. Bei Volkswagen ist der Saldo bereits mit -40 Punkten stark negativ. Angesichts der Absatzkrise bei Audi geht die Stärke von Marken wie Seat, Cupra und Skoda oder die regionale Stärke in Nord- und Südamerika in den Leitmedien eher unter. Blumes Kernaufgabe: Zukunftsste Produktstrategien vorlegen.

Volkswagen als Inbegriff für Krise am Standort D vermittelt

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

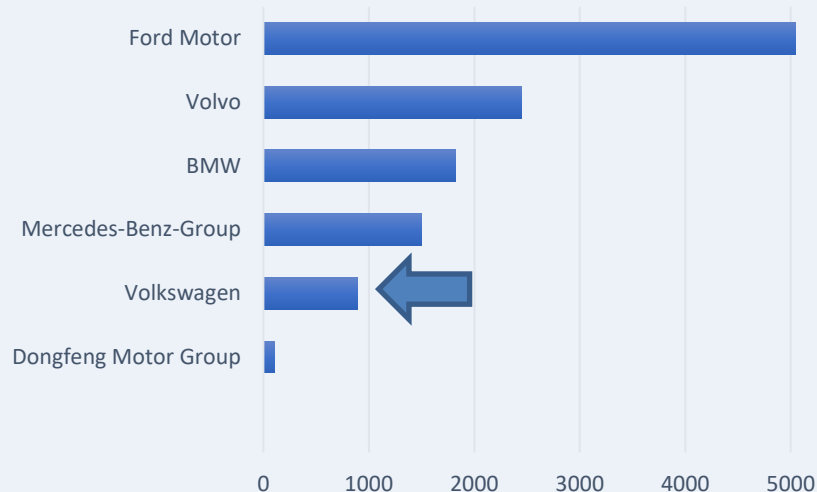


Angesichts der Größe des Unternehmens und des Ausmaßes der Probleme überrascht es kaum, dass die Medien Volkswagen in den ersten elf Monaten des Jahres als Inbegriff für die Krise am Standort D darstellen. Am Beispiel Siemens wird deutlich, wie Transformationskommunikation gelingen kann.

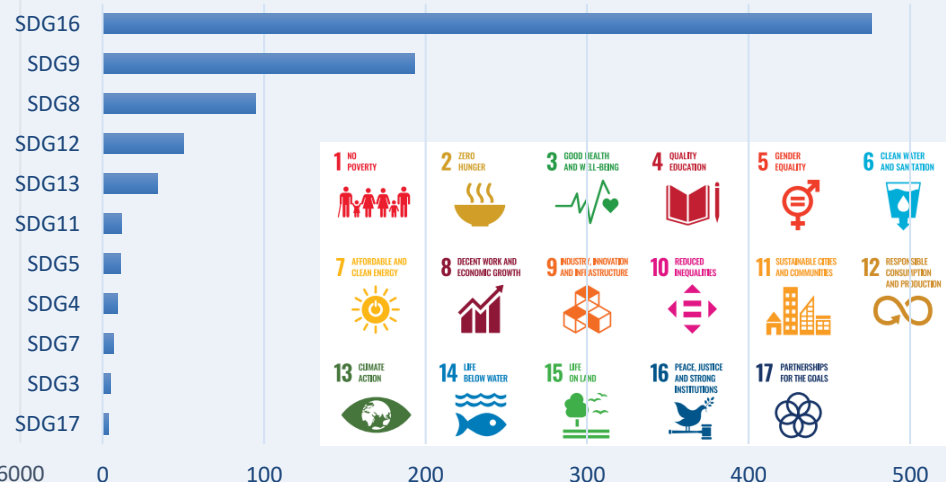
SDG-Committment noch eher defensiv

Finanzgeschäftsberichte: Informationen zu den UN-SDG(Themen) 2020

SDG-Committment 2020



SDG Committment Volkswagen 2020



CEO.Table-Ranking 2024

Krisenmanager: Oliver Blume

- Oliver Blume ist im CEO.Table-Rankings 2024 in der Kategorie DAX40 einer der Krisenmanager. 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).
- dass der wichtigste deutsche Autohersteller sich trotz der enormen Herausforderungen behaupten kann. Die Leitmedien sehen die Stärken von Volkswagen beim gewaltigen Aufwand für Innovation, der grundsätzlichen Attraktivität für den Nachwuchs verschiedener Wissensbereiche und – in Teilen - auch bei den Anstrengungen für Nachhaltigkeit. Oliver Blume hat dabei die Aufmerksamkeit der Leitmedien, eine wichtige Voraussetzung, um die strategische Neuaufstellung zu vermitteln.
- Eine Voraussetzung für die erfolgreiche Transformation ist die Vermittlung eines klaren Strategiebildes und damit verbundener Zukunftschancen.
- Eine weitere Bedingung für erfolgreiche Transformation ist, dass Blume nach der klaren Benennung der Schwächen im vergangenen Jahr nun beim Share of Voice das Potenzial vermitteln und mobilisieren kann.
- Voraussetzung ist die Präsenz des Unternehmens über der Wahrnehmungsschwelle.
- Auf Oliver Blume lastet die Erwartung und ruht die Hoffnung,

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

