

# CEO.Table: Impact Index Ranking 24

## Netz-Werker sucht Anschluss: Leonhard Birnbaum

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

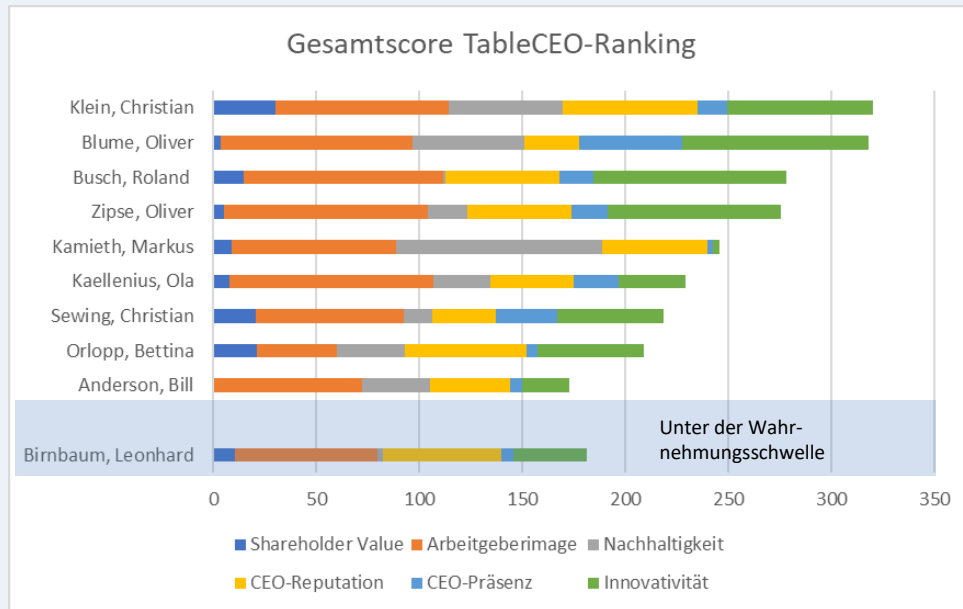


Basis: 25.193 Berichte in den ausgewerteten Leitmedien (TV, Hörfunk, Wochenpresse, Wirtschaftsmedien, Tageszeitungen) über DAX40-Unternehmen,

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

# E.ON profitiert vom CEO-Image

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



Basis: 23.439 Berichte in den ausgewerteten Leitmedien (TV, Hörfunk, Wochenpresse, Wirtschaftsmedien, Tageszeitungen)

### 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 181 von 550 möglichen Punkten im CEO.Table-Ranking 2024 hat Leonhard Birbaum das Potenzial, CEO-Reputation in Mehrwert zu münzen.

### Stärken:

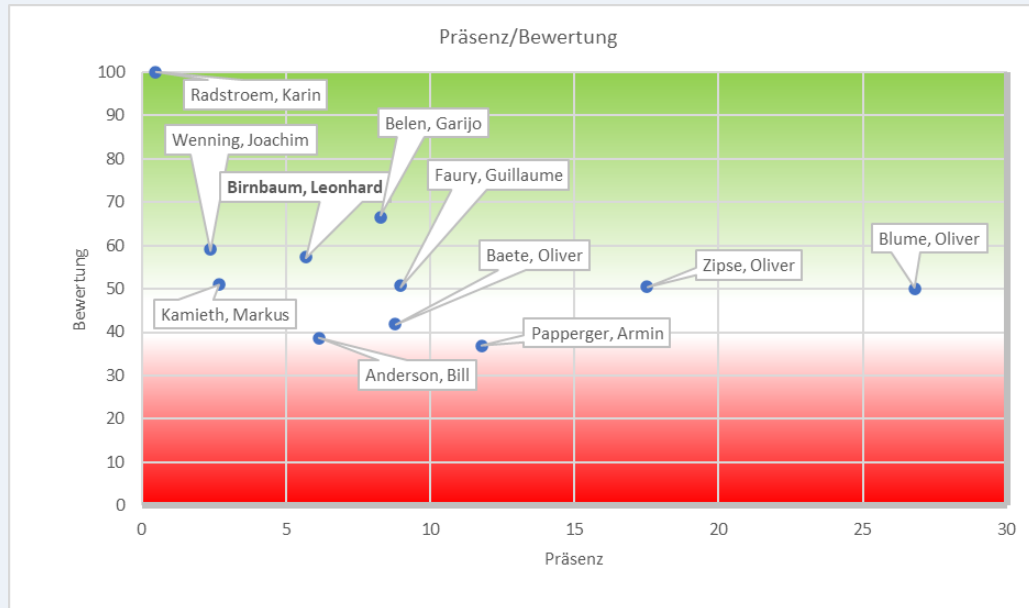
- CEO-Bewertung (Image)
- Arbeitgeberimage (Wirtschaft/Ingenieure)
- Investitionen (Innovativität)

### Herausforderungen:

- Sichtbarkeit
- Nachhaltigkeitsprofil

# Birnbaum mit gutem Image, aber begrenzter Sichtbarkeit

## Medienimage der DAX40 CEOs - Auswahl

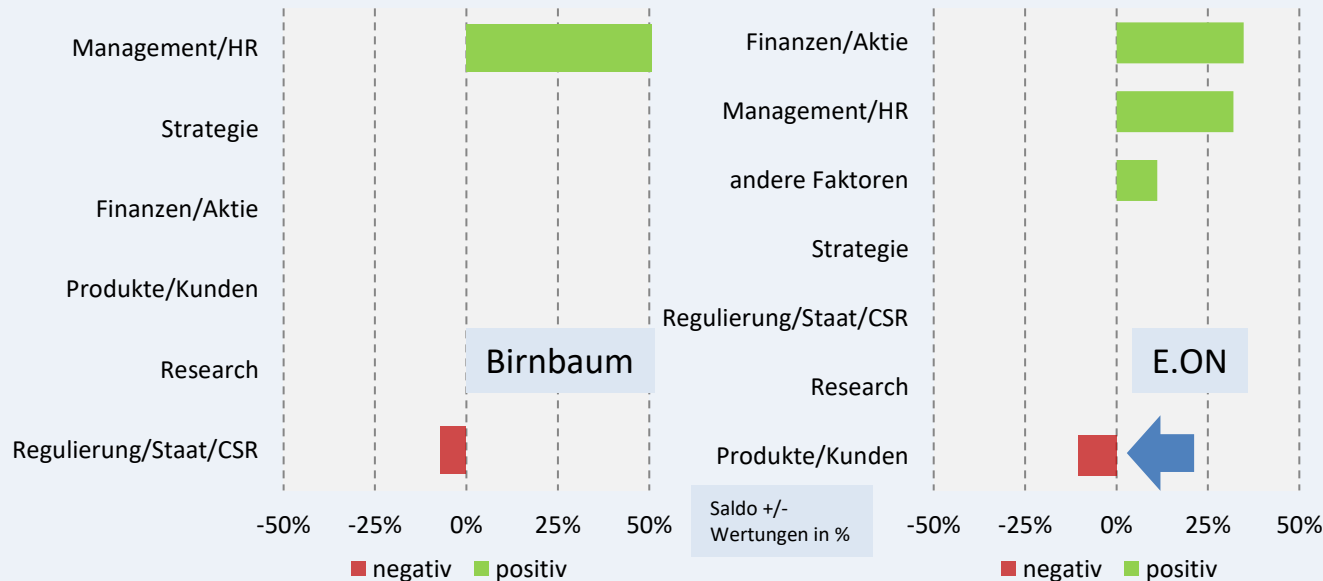


Präsenz: Max.  
50 Punkte  
Bewertung:  
Max.  
100 Punkte

Präsenz über der Wahrnehmungsschwelle ist die Voraussetzung für Wirkung. Nur neun der 40 CEOs im DAX40 können das von ihren Unternehmen sagen. Leonhard Birnbaum gehört nicht dazu. Punktuell sind er und sein RWE-Kollege Krebber als Stimme der Energiebranche vertreten, aber nicht so kontinuierlich, dass sie als Autorität in der Gestaltung der Energiewende sichtbar sind.

# Shareholder Value im Fokus der Medien

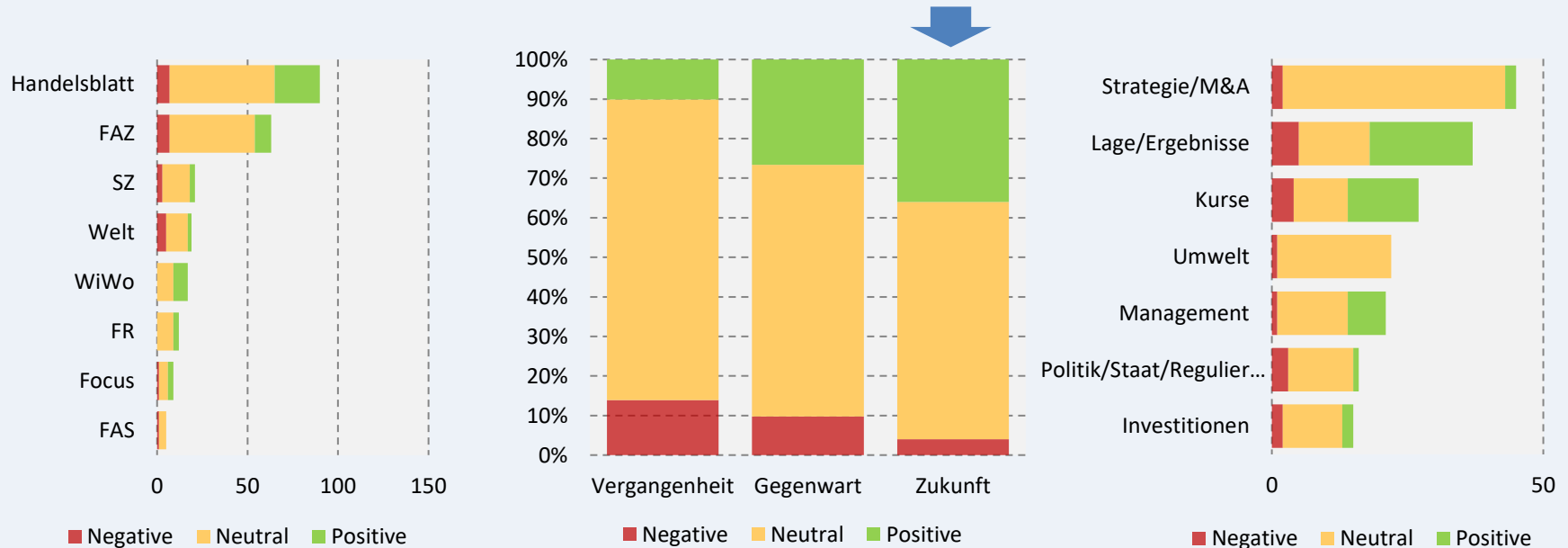
CEO-Reputation Leonhard Birnbaum/ Corporate Reputation E.ON 1-11/2024: Imagefaktoren



E.ON hat in den letzten Jahren die Dividende pro Aktie in jedem Jahr gesteigert und die Aktienmärkte und Analysten haben das honoriert – entsprechend die positiven Wertungen im Imagebereich Finanzen/Aktie. Problematisch ist das eher geringe und etwas negativ geprägte Bild beim Thema Produkte/Kunden.

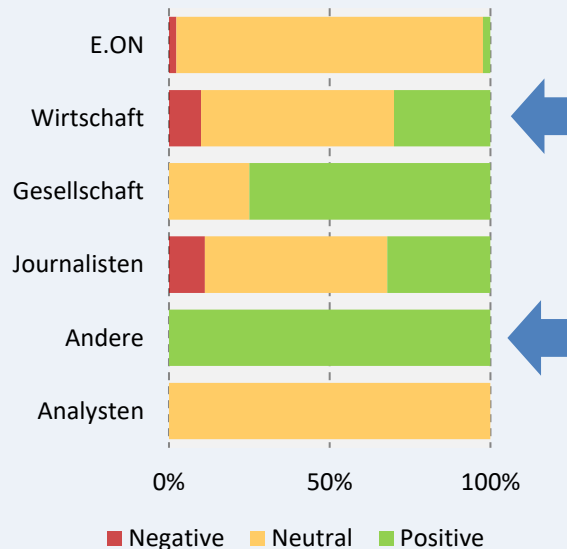
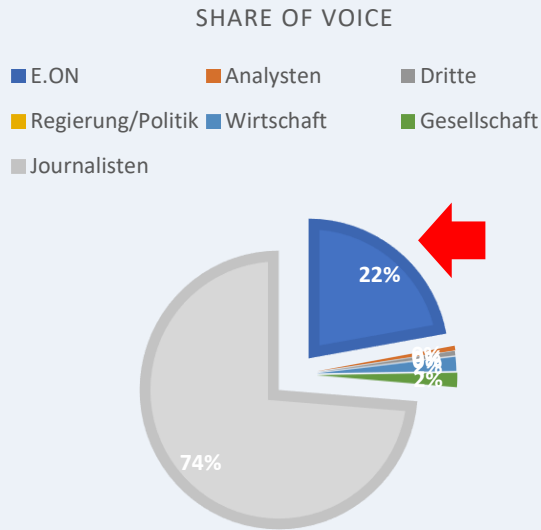
# Positives Zukunftsbild vermittelt

## Medienbewertung E.ON 1-11/2024: Top-Medien, Zeitbezug, ausgewählte Imagefaktoren



# Geringer Share of Voice begrenzt das Meinungsführerpotenzial

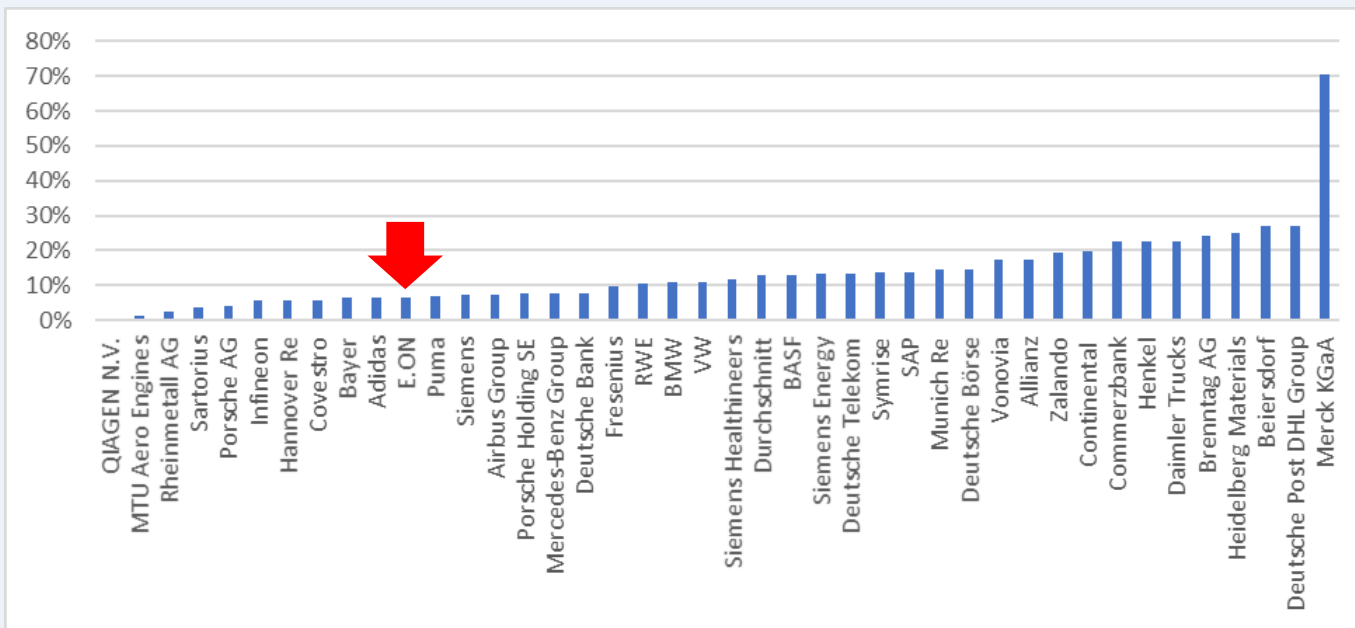
Share of Voice E.ON\* 1-11/2024 und Bewertung nach Urhebern in Leitmedien



Ein Share of Voice von 35 Prozent ist mindestens erforderlich, um das Medienimage in größerem Maße selbst zu prägen und damit auch z.B. effektives Erwartungsmanagement in Zeiten von Umstrukturierungen zu gestalten. E.ON ist maßgeblich auf eine Regulierungspolitik angewiesen, die zum notwendigen Investitionsvolumen passt. Doch ist dieses Thema in den Medien unübersichtlich. Mit 22 Prozent reicht der Share of Voice nicht, um hier die Deutungshoheit zu haben.

# Begrenzter Fokus auf „Female Leadership“

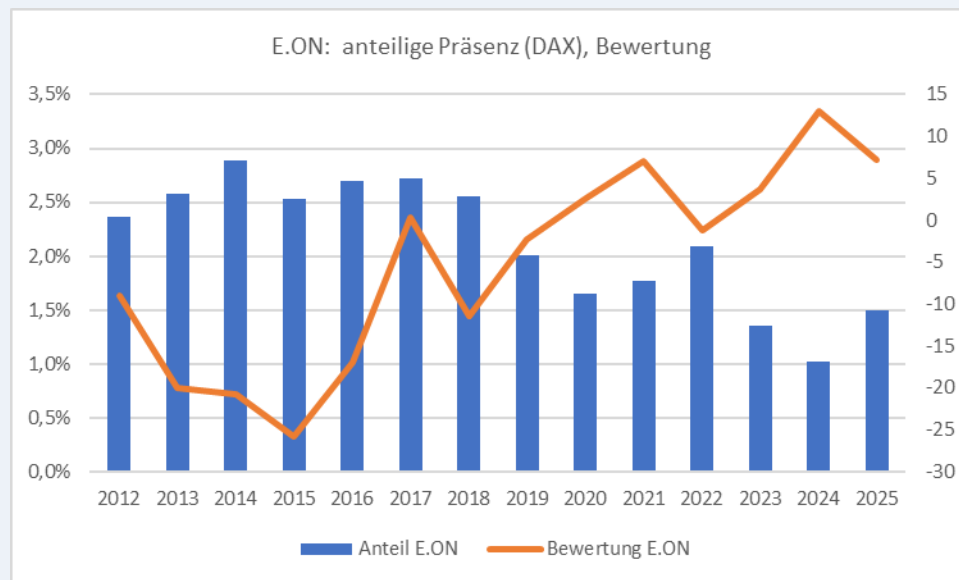
E.ON: Mediale Repräsentanz weiblicher Führungskräfte 2022-2024 im Vergleich



Beim Thema Spitzenfrauen liegt E.ON in der Sichtbarkeit 2024 hinter dem DAX-Durchschnitt und hinter der Konkurrenz von RWE noch zurück.

# Bei der Sichtbarkeit von der ersten in die zweite Reihe gerutscht

## E.ON: Anteilige Medienpräsenz im DAX, Bewertung (Saldo +/- in Prozent)

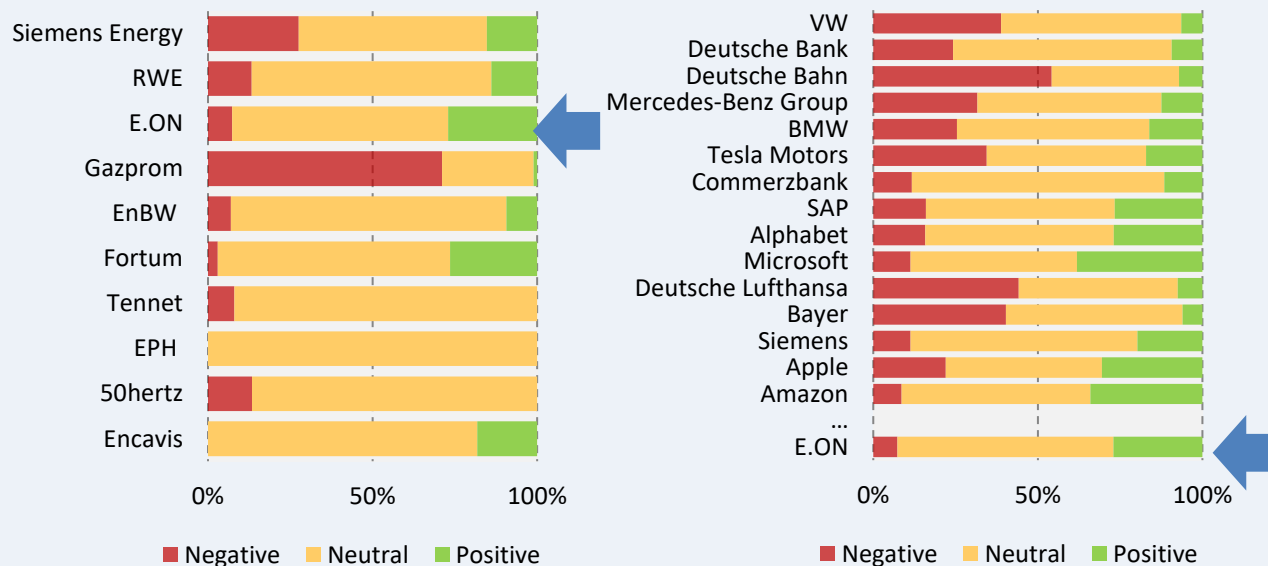


Zwischen 2012 und 2018 erreichte E.ON einen Anteil von zwei bis drei Prozent der DAX-Berichterstattung. Auch wenn die Bewertungen unter anderem durch den Konzernumbau zeitweise negativ waren, war damit die Relevanz im Meinungsklima gegeben. Seit 2019 und noch deutlicher seit 2023 ist das weniger gegeben.



# Shareholder Value als wackeliger Imagetreiber

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

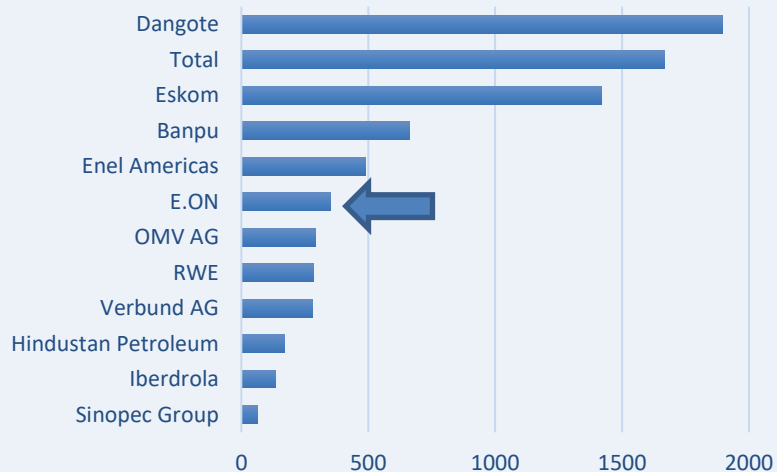


In den letzten Jahren hat sich das Image von E.ON vor allem durch die Finanzzahlen verbessert und weil Konfliktfelder wie das Kraftwerksgeschäft keine Rolle mehr in der Imagegestaltung spielen. Was E.ON noch fehlt ist ein Image, welches auf der Darstellung der Produkte, Dienstleistungen und Innovationen beruht.

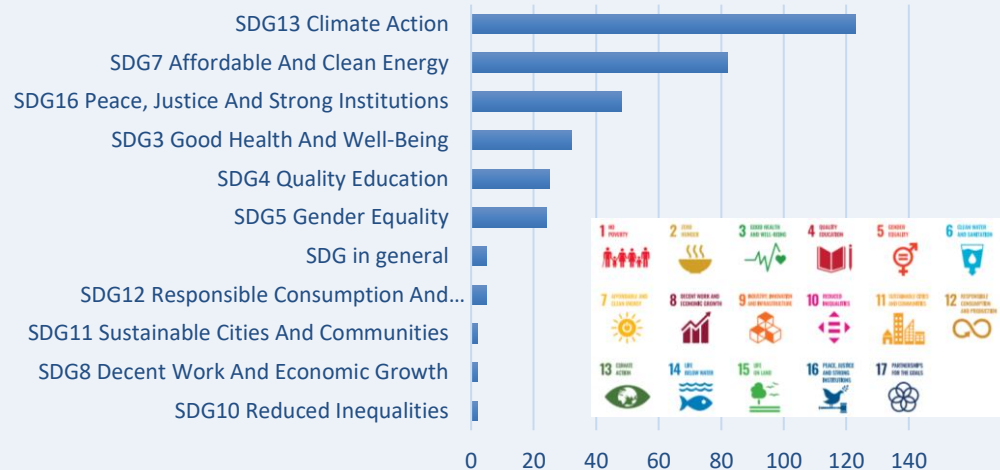
# E.ON bei Nachhaltigkeitsthemen bereits früh sichtbar

## Finanzgeschäftsberichte: Informationen zu den UN-SDG(Themen) 2019

SDG-Committment 2019



SDG-Committment: E.ON



# CEO.Table-Ranking 2024

## Netzwerker sucht Anschluss: Leonhard Birnbaum

- Leonhard Birnbaum ist seit April 2021 Vorstandsvorsitzender bei E.ON SE. Nach der Trennung vom Kraftwerksgeschäft liegt ein Schwerpunkt von E.ON in der Bereitstellung von Netzen und im Energiehandel. Das Langfrist-Image des Konzerns hat sich zwischen 2014 und 2024 von -26 auf +7 (Saldo +/-Wertungen in Prozent) verbessert, die Präsenz ist gleichzeitig auf ein Viertel geschrumpft. Die Kernherausforderung für Birnbaum lautet: Wahrnehmung als Lösungsanbieter für die Energiewende.
  - 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).
- **Herausforderungen:**
    - **Sichtbarkeit:** Die Rahmenbedingungen der Energiewende sind politisch gesetzt und nur teilweise stabil. Für Birnbaum besteht die Haupt-Herausforderung darin, nicht nur als eine Stimme unter vielen, sondern DIE Stimme des erfolgreichen Netzausbaus wahrgenommen zu werden.
    - **Produkt-/Leistungsprofil:** Das Produkte-/Leistungsprofil von E.ON ist in den Leitmedien stark in den Hintergrund gerückt.
    - **Arbeitgeberimage:** Während E.ON bei Wirtschaftswissenschaftler- und Ingenieursstudien-Gängen zu den Top-Arbeitgebern der Absolventen gehört, ist das bei IT noch nicht der Fall. Diese Qualifikationen gewinnen mit der Digitalisierung aber an Bedeutung.

## 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  
 Lüssirainstrasse 96  
 CH – 6300 Zug  
 r.schatz@mediatenor.com  
 Tel.: +41 79 255 36 36

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

