

CEO.Table: Impact Index 16

Zeitenwende-Gestalter: Armin Papperger

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

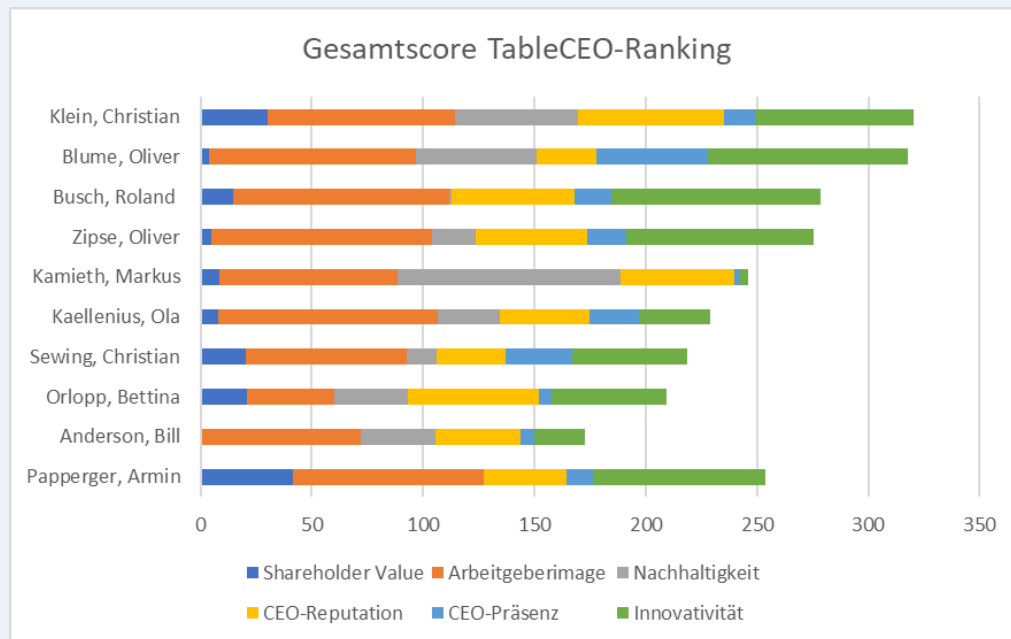


Basis: 25.193 Berichte in den ausgewerteten Leitmedien (TV, Hörfunk, Wochenpresse, Wirtschaftsmedien, Tageszeitungen) über DAX40-Unternehmen,

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

Papperger kann auf Imagegewinn durch Zeitenwende bauen

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



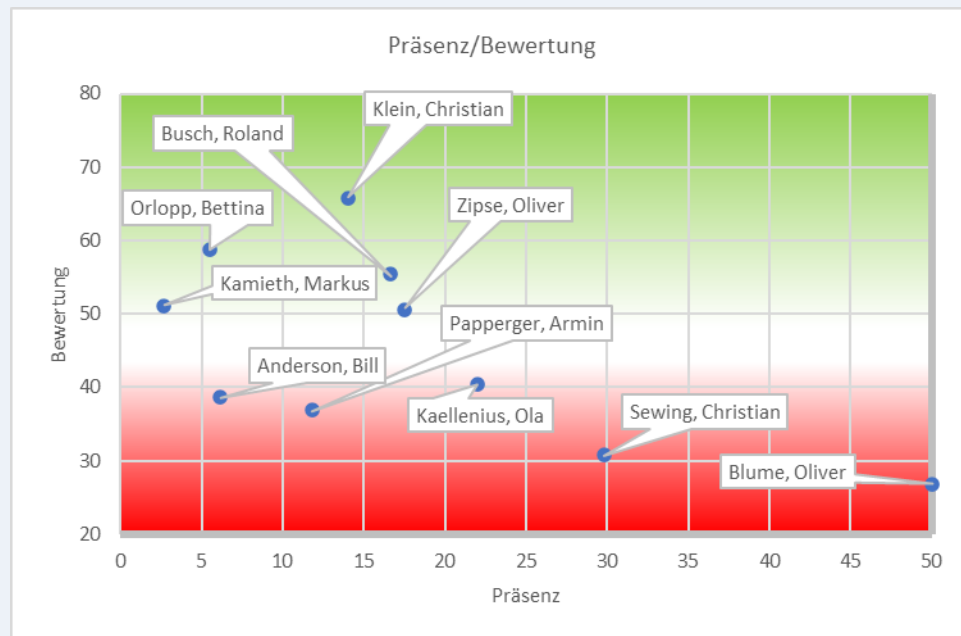
10 externen Partner/Experten:

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 gut 250 von 550 möglichen Punkten ist Armin Papperger bereits im zweiten Jahr der DAX40-Mitgliedschaft bei wichtigen Ranking-Komponenten auf einem vorderen Platz. Das gilt vor allem für den Shareholder Value, die Investitionen (Innovativität) und das verbesserte Arbeitgeberimage bei den Ingenieursabsolventen. Doch die Präsenz ist noch unter der Wahrnehmungsschwelle, das CEO-Image noch ausbaufähig.

Shareholder Value nur bedingt im CEO-Image gespiegelt

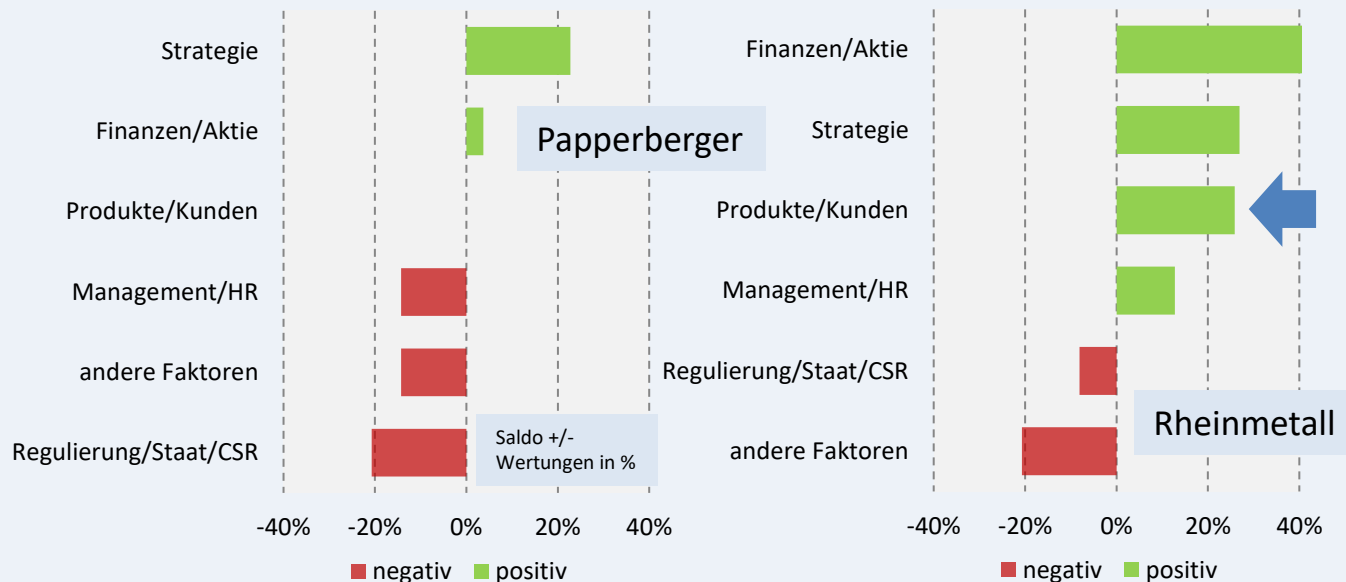
Medienimage der DAX40 CEOs (1-11/2024) über der Wahrnehmungsschwelle



Bei SAP-Chef Christian Klein oder Siemens-Chef Roland Busch sehen die Medien inzwischen einen klaren Zusammenhang zwischen der Unternehmensperformance und dem Top-Management. Bei Rheinmetall scheint diese Frage noch nicht so eindeutig beantwortet. Der relativ niedrige Score in der Bewertung lässt die Frage offen, ob die jüngste Aktienperformance vor allem eine Management-Leistung oder ein Windfall-Profit ist.

Priorität: Governance demonstrieren

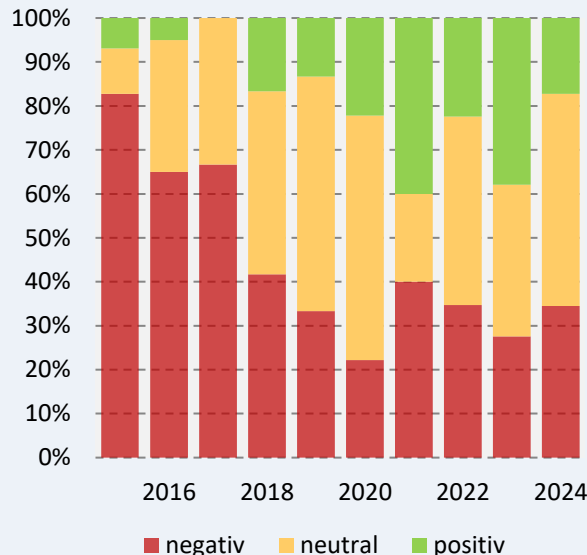
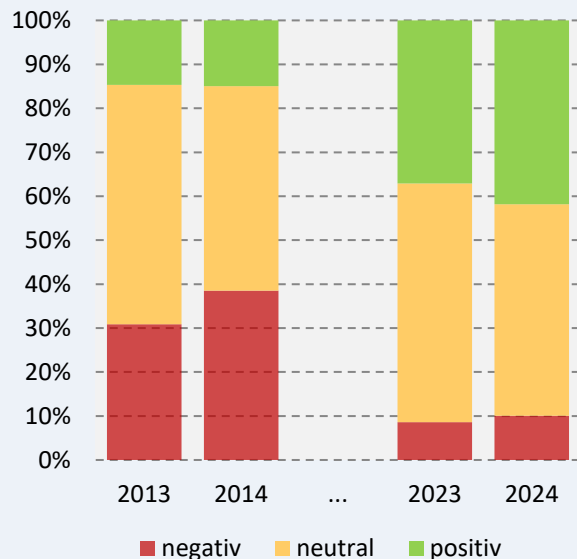
CEO-Reputation Armin Pappberger / Corporate Reputation Rheinmetall 1-11/2024: Imagefaktoren



Die massiv steigende Nachfrage nach Rüstungsgütern hat zu einer Vielzahl positiver Berichte über Aktienkurse und Ergebnisse von Rheinmetall geführt. Die Produktdarstellungen sind – untypisch für die Branche – positiver geworden. Risiko sind die negativen Wertungen beim Thema Regulierung / CSR / Staat – dahinter stecken nicht zuletzt Fragen nach Beschaffungsverfahren und Transparenz. Die bedürfen gerade bei hoher Eile besonderer Beachtung.

Challenge: Skandale der Vergangenheit und Technologie-Image

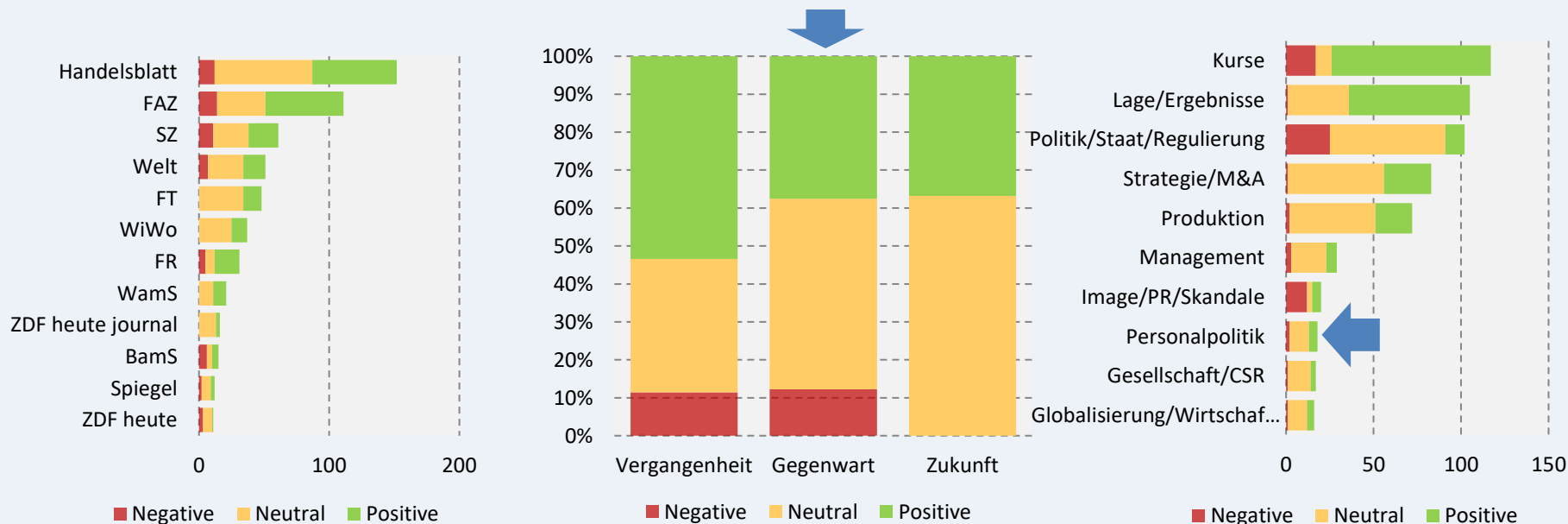
Langfristtrend: Rheinmetall Anteil Bewertungen / Bewertung Rüstungstechnologie



Zwei Felder sind für die Absicherung des jüngsten Imagezuwachses von entscheidender Bedeutung: die Kommunikation zu Transparenz-Standards angesichts der früheren Skandalberichte über Bestechung von Entscheidungsträgern und die nachhaltige Nutzen-Risiko-Kommunikation zu den Technologien.

HR-Themen bei Rheinmetall noch nicht vorn dabei

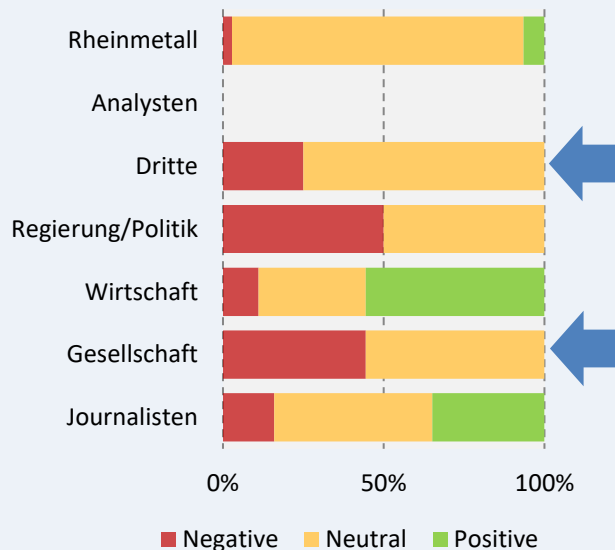
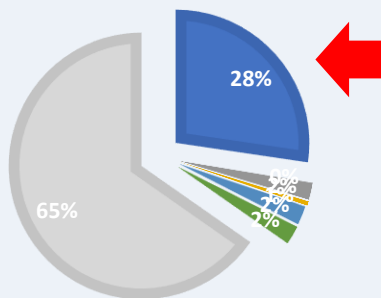
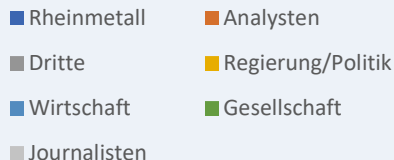
Medienbewertung von Rheinmetall 1-11/2024: Top-Medien / Zeitbezug / Top-Imagefaktoren



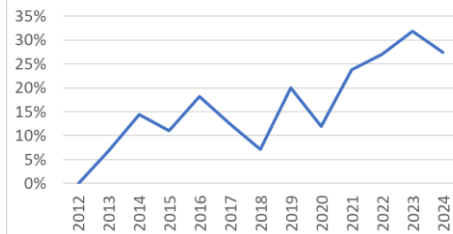
Beim Share of Voice stark zugelegt, Risiken bleiben aber

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

SHARE OF VOICE



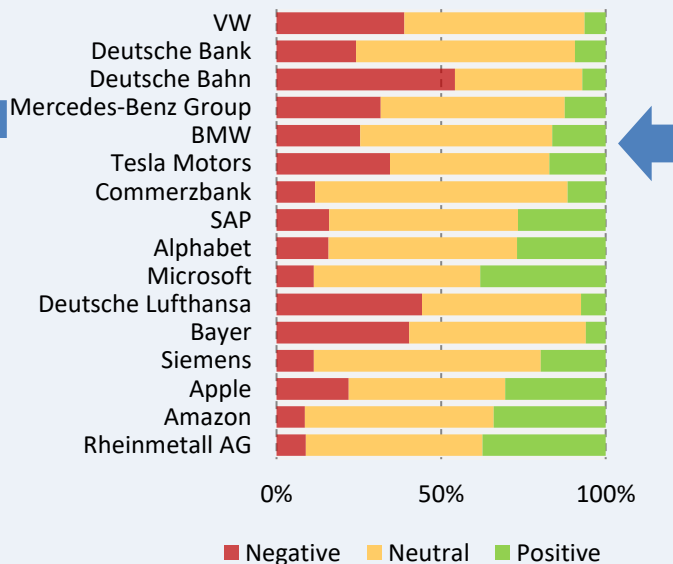
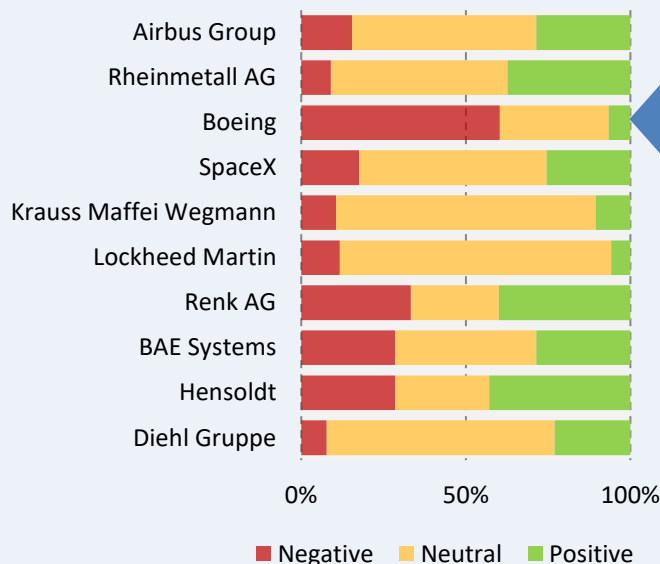
SoV Rheinmetall 2012-2024



Mit einem Share of Voice von 28 Prozent nähert sich Rheinmetall in den ersten elf Monaten des Jahres der Zielmarke von 35 Prozent. Der Langzeittrend zeigt, dass man die Bedeutung der eigenen Stimme erkannt hat. In der Skandal-Phase 2013/2024 war die eigene Stimme nur sporadisch gehört. Die Kritik bei Gesellschaft und Teilen der Politik zeigt, dass weitere Überzeugungsarbeit gefragt ist.

Negativ-Beispiel Boeing als Warnung für die Branche gezeigt

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

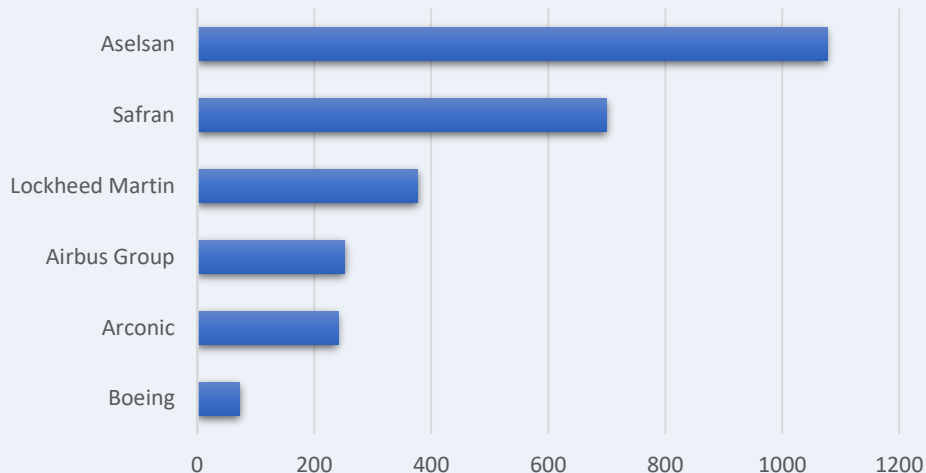


Eine positive Reputation ist durch einen Anteil von maximal 10 Prozent Kritik und mindestens 20 Prozent zustimmenden Wertungen gekennzeichnet. In der Luftfahrt- und Rüstungsbranche zeigt Boeing mit einem Anteil von 60 Prozent negativer Wertungen wie das Vertrauen in ein Unternehmen fundamental gestört werden kann, auch durch Intransparenz.

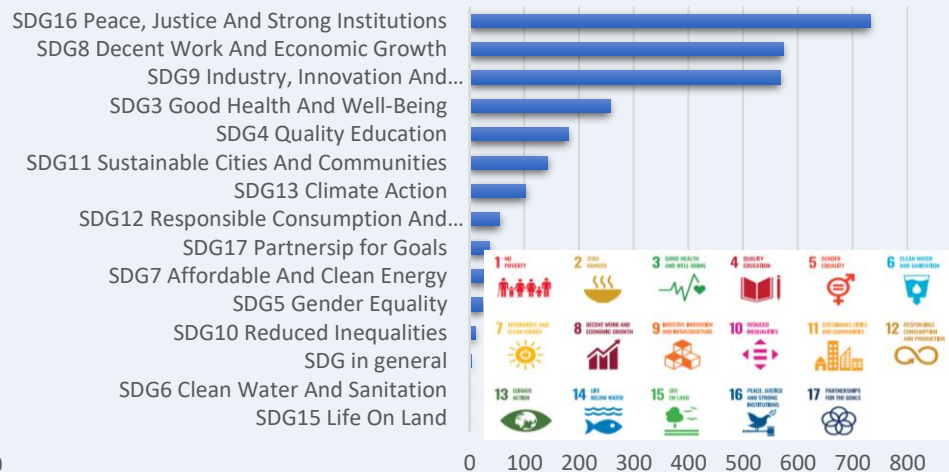
SDG-Committment auch in der Rüstungsbranche gefragt

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

SDG Committment 2020



SDG Committment bei Topics (Industry)



CEO.Table-Ranking 2024

Zeitenwendegestalter: Armin Papperger

- Armin Papperger ist – gemeinsam mit Airbus-Chef Guillaume Faury – der Gestalter der Zeitenwende im CEO.Table-Ranking 2024 in der Kategorie DAX40. Der russische Angriff auf die Ukraine hat dazu geführt, dass die deutsche und europäische Politik beim Zählen der eigenen Kräfte realisiert haben, dass sie deutlich mehr in Verteidigung investieren müssen als in den Neunziger- und frühen Zweitausender-Jahren – und die Schatzkammern geöffnet haben. 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. Hier ist Rheinmetall auch im zweiten Jahr der DAX40-Mitgliedschaft noch nicht angekommen.
- Aber ein grundlegender Wandel ist erkennbar. Titelte die FAZ 2014 noch „Wer ist Rheinmetall-Chef Armin Papperger?“ und konstatierte, er kämpfe „verschwiegen um Schadensbegrenzung“, so gehört er inzwischen zu den regelmäßig sichtbaren Top-Managern. Noch wichtiger: Das Unternehmen hat seine eigene Stimme hörbar gemacht und kommt nun in fast jedem dritten Beitrag überwiegend selbst zu Wort.
- Auch wenn die Rüstungsbranche in Teilen der Gesellschaft eine ethische Neubewertung erfährt, bleiben Herausforderungen: Wie kann der aktuelle Boom so gestaltet werden, dass er nicht in fünf Jahren durch intransparente Verfahren eine fundamentale Reputationskrise auslöst? Und wie kann erkennbar werden, dass Rheinmetall unternehmerische Qualität liefert und nicht nur Windfall Profits?



Unabhängige Experten-Sicht: Alexander Antonoff, CI-Experte; Frankfurt am Main

Rheinmetall muss vorsichtiger kommunizieren und darf Verantwortung nicht delegieren

Krieg ist immer grausam. Wer hier nicht in die Schusslinie geraten will, der sollte seine Worte in der Öffentlichkeit mit Bedacht wählen. Alleine schon aus Respekt vor allen Opfern und ihren Angehörigen. Armin Pappberger, dem Chef von Rheinmetall, ist dies in der Vergangenheit in den Medien nicht schlecht gelungen. Erfahrung macht sich hier bezahlt: Seit 35 Jahren ist der studierte Maschinenbauer im Unternehmen, seit 2013 an der Spitze.

Der Mann kennt sein Unternehmen und auch die Zeiten, als Rüstungsunternehmen mit einem Image-Bann belegt waren. Da kann man nachvollziehen, dass es für ihn und die rund 30.000 Mitarbeiter ein Aufatmen gewesen sein muss, endlich aus der „Schmuddelecke“ herausgetreten zu sein. Doch so eloquent und glaubwürdig der CEO des größten deutschen Rüstungskonzerns in der Öffentlichkeit auftritt, so muss Pappberger dennoch aufpassen, nicht über das Ziel hinauszuschießen.

Ein plakatives Beispiel ist die Werbepartnerschaft für den Fußball-Bundesligisten Borussia Dortmund. Armin Pappberger verliert an Glaubwürdigkeit, wenn er versucht, diese Fehlentscheidung zurecht zu argumentieren. Rheinmetall ist und bleibt kein normales

Unternehmen. Die Würde vor den realen und möglichen Opfern kriegerischer Auseinandersetzungen verbietet es, dieses in Verbindung mit Fußballunterhaltung zu bringen.

„Demokratie verteidigen kann nicht verwerflich sein“, mit diesem Ausspruch hat Armin Pappberger zwar recht, aber dies ist noch lange kein Freifahrtschein für Sport-Sponsoring. Stattdessen sollte Rheinmetall vielleicht lieber in eine „Akademie für Diplomatie und Verhandlungskunst“ investieren?

Denn ebenso zu leicht macht es sich der Rüstungsmanager, die Verantwortung auf die Politik abzuwälzen. Es reicht nicht, zu sagen, dass man die Kritik an Rüstungsexporten „an die Regierungen richten“ müsste, „nicht aber an die Unternehmen, weil wir nur ausführendes Organ sind.“

Ein Unternehmen muss bereit sein, einen eigenen Standpunkt einzunehmen. Nicht jeder von der Politik legitimierte mögliche Rüstungsexport muss auch aus Sicht eines Unternehmens vertretbar sein. Hier ist ein eigener Standpunkt auf Basis des eigenen Werte-Kodex unabdingbar. Vorsicht ist also in dieser sensiblen Thematik geboten. Andererseits ist dann ein klarer Standpunkt umso glaubwürdiger. Und wer weiß, vielleicht qualifiziert sich Armin Pappberger dann ja sogar einmal für einen Friedenspreis. Die Argumente hätte er auf seiner Seite.

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

