

CEO.Table: Impact Index Ranking 16

Gestalter im Hintergrund: Markus Krebber

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

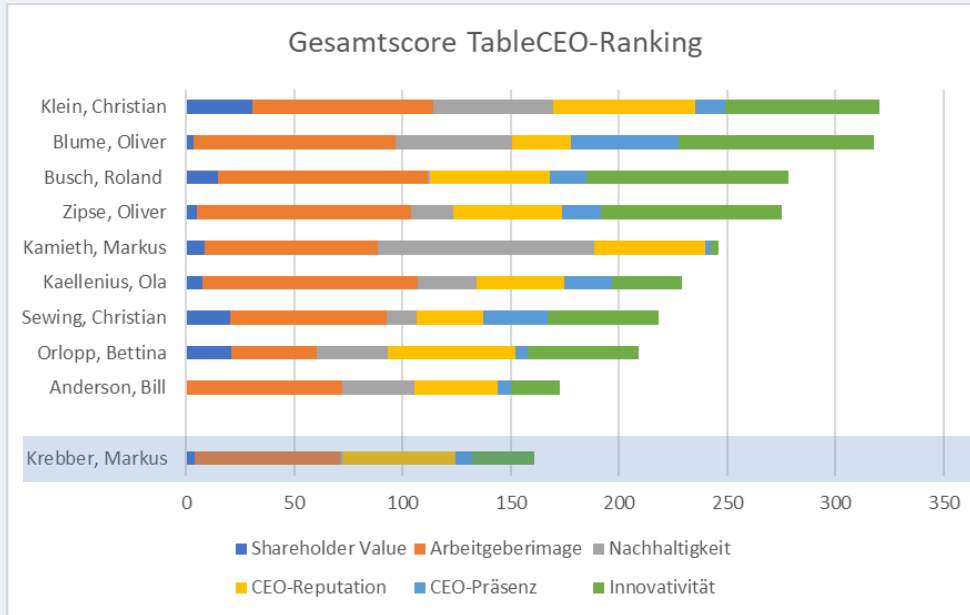


Basis: 25.193 Berichte in den ausgewerteten Leitmedien (TV, Hörfunk, Wochenpresse, Wirtschaftsmedien, Tageszeitungen) über DAX40-Unternehmen,

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

Markus Krebber kann auf Arbeitgeber-Image bauen

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



Unter 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 161 von 550 möglichen Punkten im CEO.Table-Ranking ist Markus Krebber einer der Schlüsselpersonen für das Gelingen der Energiewende. Allerdings kommuniziert er unterhalb der Wahrnehmungsschwelle.

Stärken:

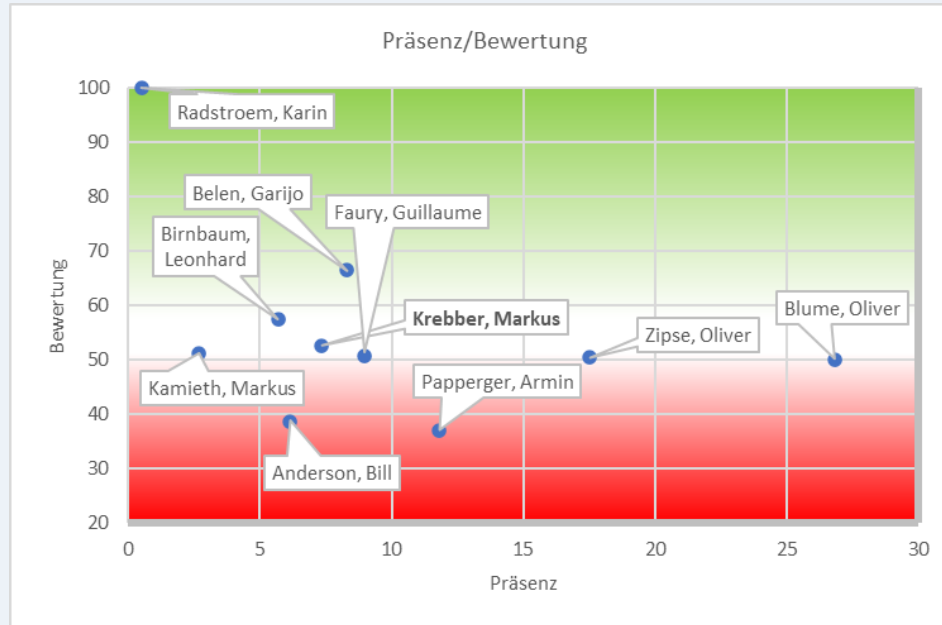
- Arbeitgeber-/Leadership-Image

Herausforderungen:

- Sichtbarkeit
- Shareholder Value

Krebber im Profil eher unauffällig

Medienimage der DAX40 CEOs - Auswahl

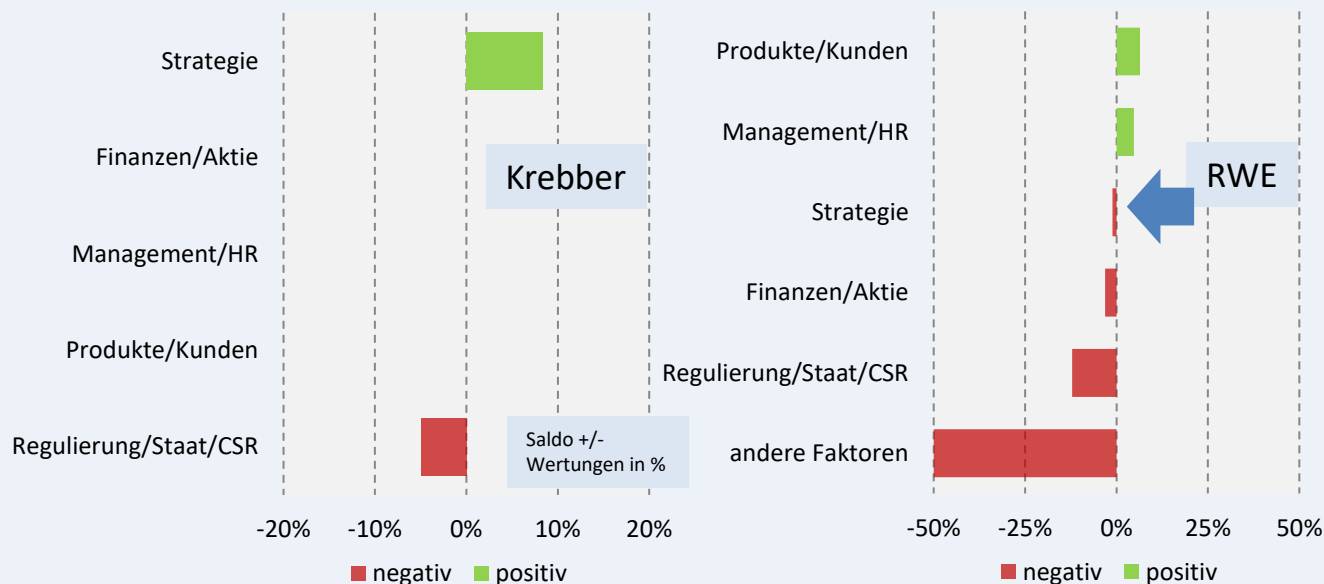


Präsenz: Max.
50 Punkte
Bewertung:
Max.
100 Punkte

Präsenz über der Wahrnehmungsschwelle ist die Voraussetzung für Wirkung. Nur neun der 40 CEOs im DAX40 können das von ihren Unternehmen sagen. Markus Krebber zählt nicht dazu, ist aber dennoch etwas stärker präsent als Leonhard Birnbaum, Chef des größten Konkurrenten. Um als einflussreiche Stimme der Gestaltung in der Energiewende wahrgenommen zu werden, ist ein höheres Grundrauschen nötig.

Zustimmung der Medien für Krebbers Strategie

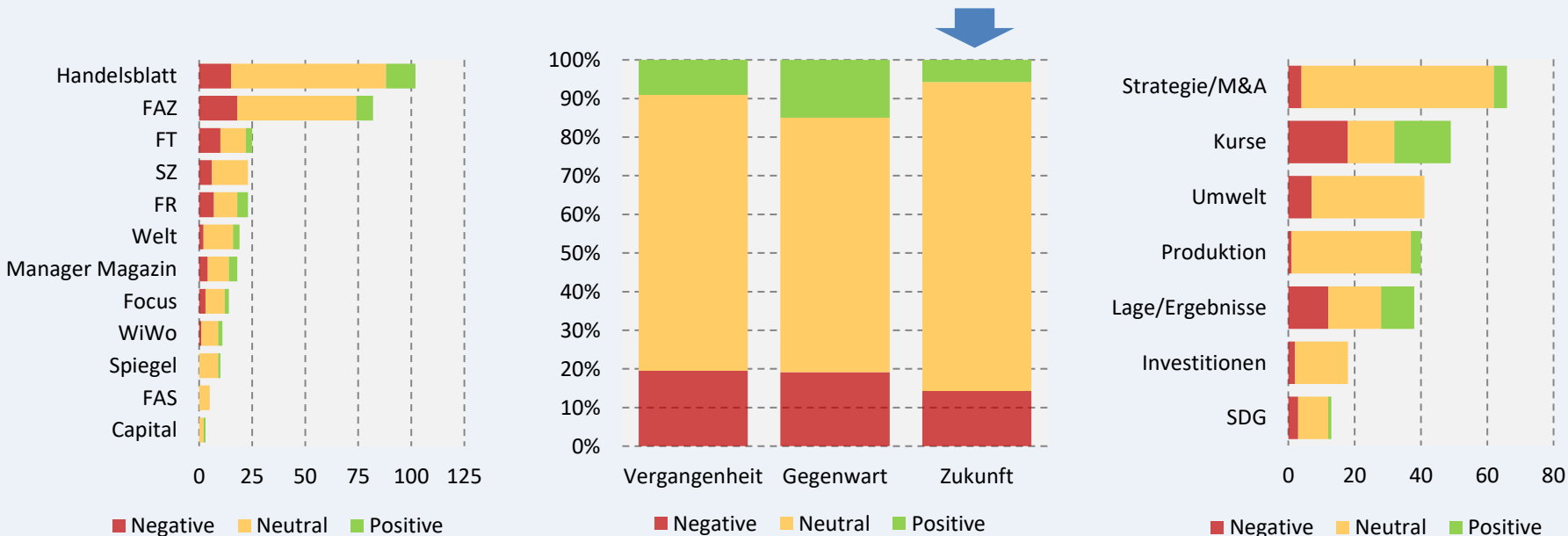
CEO-Reputation Markus Krebber / Corporate Reputation RWE 1-11/2024: Imagefaktoren



Markus Krebber kann 2024 Zustimmung für seine Strategie in den Leitmedien erreichen. In anderen wesentlichen Punkten ist sein Image unauffällig. Beim Corporate Image sind die Bewertungen zur Strategie noch ambivalent – die Medien warten ab, ob die Pläne aufgehen.

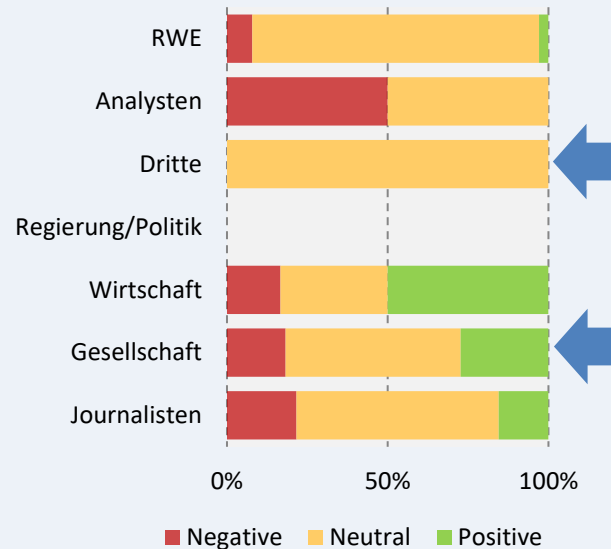
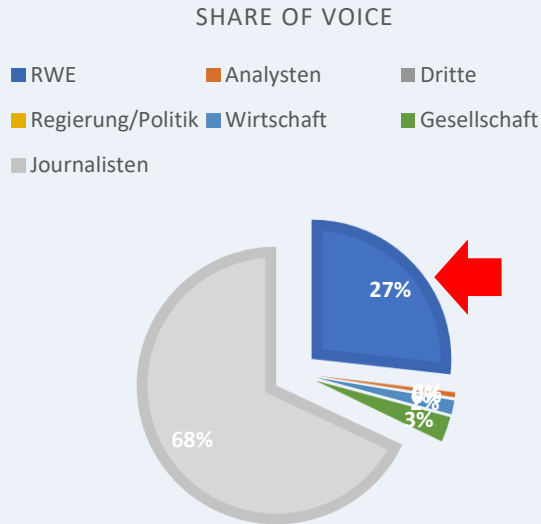
Mit Blick auf die Zukunft noch Überzeugungsarbeit notwendig

Medienbewertung von RWE 1-11/2024: Top-Medien, Zeitbezug, ausgewählte Imagefaktoren



Herausforderung: Finanzmärkte mitnehmen

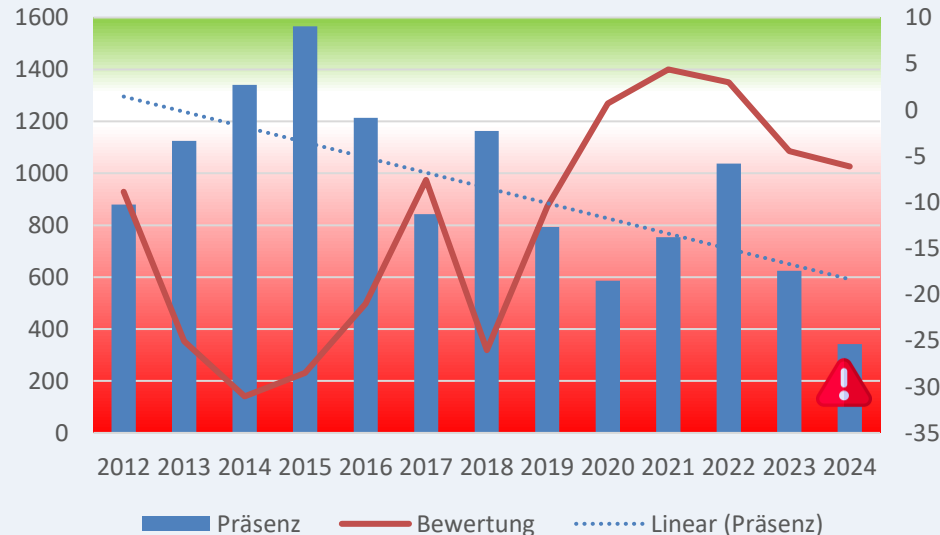
Share of Voice RWE 1-11/2024 und Bewertung nach Urhebern in Leitmedien



Ein Share of Voice von 35 Prozent (= Anteil O-Töne) hilft, vor allem in Transformationsphasen das Steuer in der Hand zu halten und das Narrativ zu formen. RWE kommt insgesamt auf rund 27 Prozent und liegt damit nicht weit vom Zielwert entfernt. Herausforderung ist, die Finanzmärkte/Analysten noch stärker mitzunehmen.

RWE hat im Langfristtrend stark an Relevanz verloren

RWE: Präsenz und Bewertung im Langzeittrend

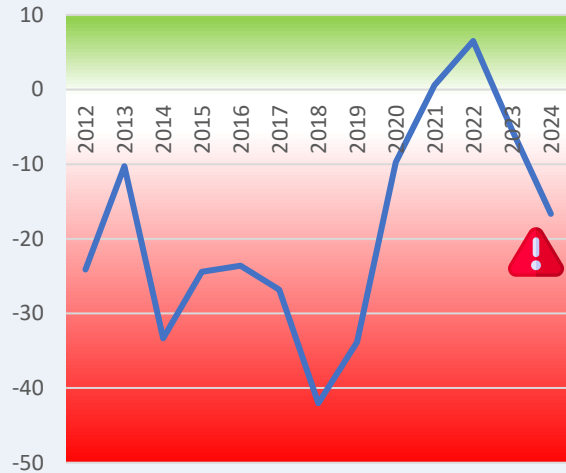


Nach den erbitterten medialen Debatten um Kernkraft- und Kohleausstieg in den letzten zwei Jahrzehnten ist die mediale Aufmerksamkeit für RWE in den deutschen Leitmedien stark gesunken. Vom Spitzenwert in 2015 ist noch weniger als ein Viertel geblieben. Auch wenn sich durch das Abschwellen der Konflikte die Bewertungen verbessert haben, besteht die Gefahr, dass die Medien RWE nicht mehr als Key Player der Energieversorgung und Energieverwende wahrnehmen und sein Einfluss damit sinkt.

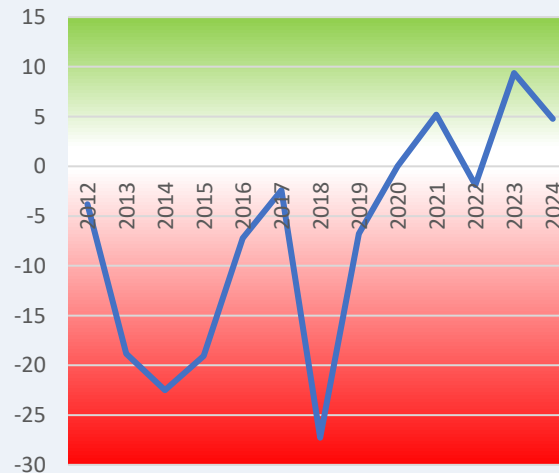
RWE kann nicht nur mit Inklusion punkten

RWE: Präsenz und Bewertung im Langzeittrend: Ausgewählte Imagefelder

Umwelt, SDG, F&E



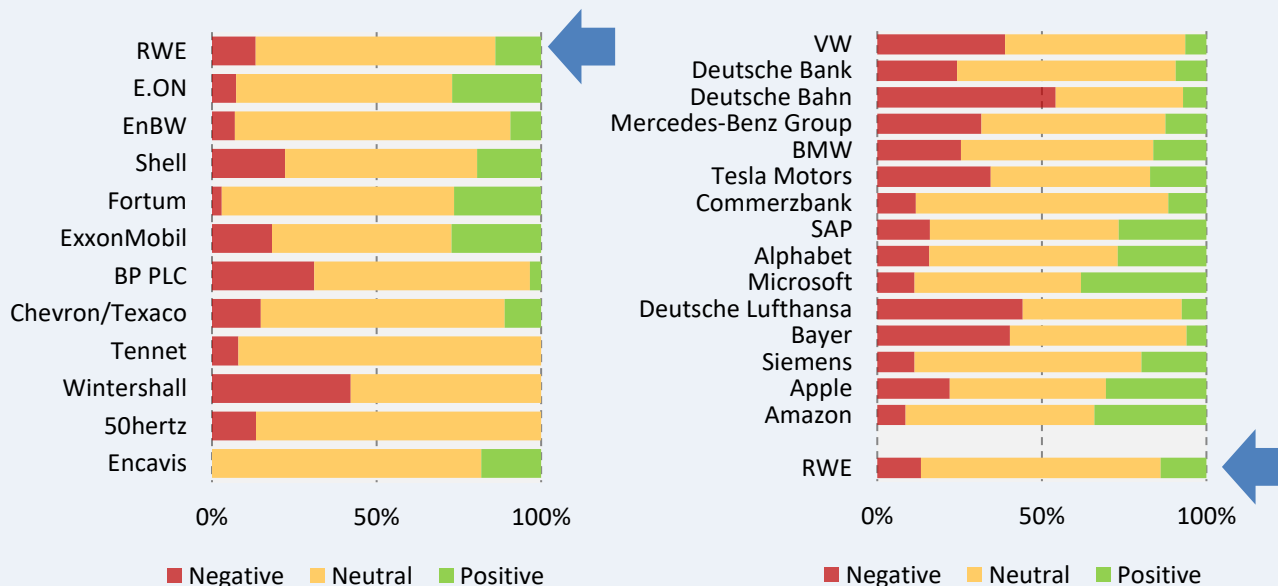
HR, Management



RWE ist beim Thema Inklusion ganz vorn mit dabei. Eine Untersuchung von Media Tenor im Auftrag der BGW erbrachte zum Beispiel bei der Beschäftigung von Schwerbehinderten einen Spitzenwert für RWE, der auf eine klare Vorstandsentscheidung zurückgeht. Im Langfristtrend hat RWE sein HR- und Leadership-Profil deutlich verbessern können, benötigt allerdings auch mehr Sichtbarkeit dieser Stärken. Bei den Umwelt- und SDG-Themen gelang der Imagewandel zwischen 2019 und 2022. Seither ist das Profil wieder schwächer.

In der Branche führend, im Gesamtranking unauffällig

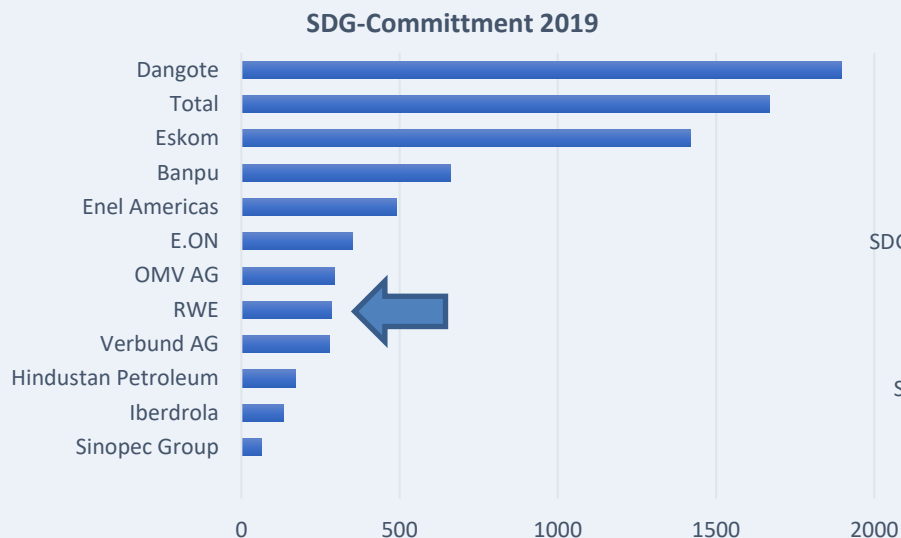
**Bewertung RWE im Branchenvergleich und Gesamtberichterstattung
1-11/2024 (Auswahl / Top-15)**



Die Multikrisen der letzten vier Jahre sorgen für eine starke Konzentration der Aufmerksamkeit auf wenige Player. Das kann für manche Unternehmen von Vorteil sein. Doch die Stimme der Energiewirtschaft wird dringend gebraucht, um die langfristige Gestaltungsnotwendigkeit in der kurzlebigen Politik hörbar zu halten, weil die Investitionszyklen so lang sind.

Bei den SDG-Themen in Ansätzen vertreten

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



CEO.Table-Ranking 2024

Gestalter im Hintergrund: Markus Krebber

- Markus Krebber ist im CEO.Table-Ranking 2024 in der Kategorie DAX40 ein Gestalter im Hintergrund. 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:
 - Voraussetzung ist eine Präsenz des Unternehmens über der Wahrnehmungsschwelle. Hier spielt RWE nur im Branchenvergleich in der Top-Liga.
 - RWE hat sich ein insgesamt gutes Image als Arbeitgeber erarbeitet, strategisch wurde zum Beispiel die Beschäftigung von Menschen mit Behinderungen ausgebaut.
 - RWE steht beim Shareholder Value unter Beobachtung. Die langen Investitionszyklen und die politische Volatilität benötigen sorgfältiges Erwartungsmanagement. Der Blick auf die Zukunftsbewertungen in den Leitmedien ist dagegen eher etwas skeptisch.
 - RWE hat zwischen 2018 und 2022 ein starkes Profil bei SDG-, Umwelt- und F&E-Themen aufbauen können. Zuletzt droht sich dieses Profil aber wieder zu verwischen. Damit gerät RWE in Gefahr, sein Image als maßgeblicher Gestalter und Gewinner der Energiewende zu verlieren.

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

