

CEO.TABLE: Impact Index

Gewinner des Rankings 2024: Christian Klein

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

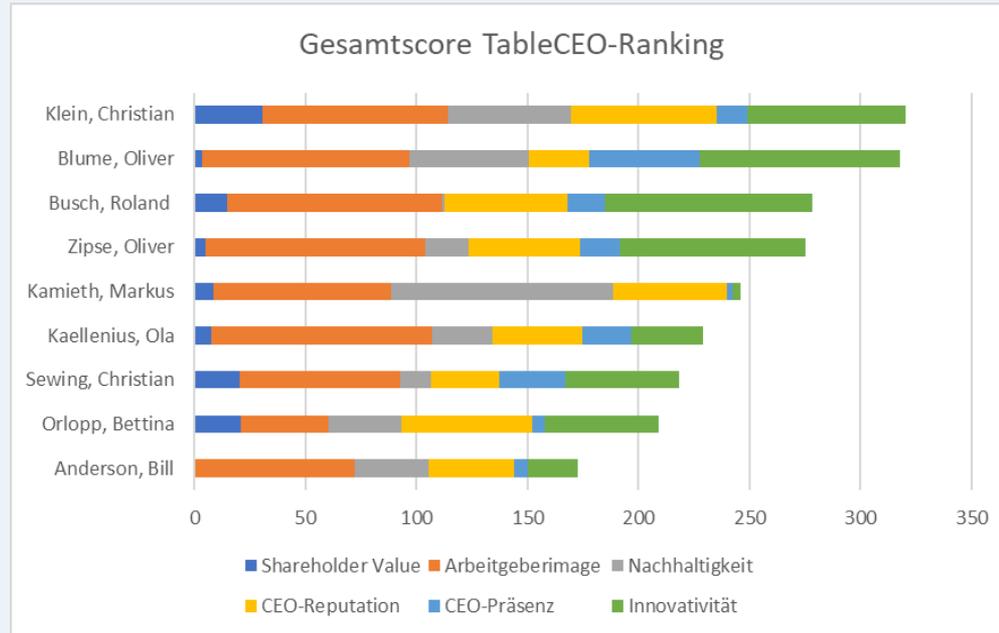


Basis: 25.193 Berichte in den ausgewerteten Leitmedien (TV, Hörfunk, Wochenpresse, Wirtschaftsmedien, Tageszeitungen) über DAX40-Unternehmen

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

Christian Klein gewinnt das CEO Table-Ranking 2024

Gesamtranking der DAX40 CEOs (1–11 2024) über der Wahrnehmungsschwelle



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

10 externe Partner/Experten:

- Alexander Antonoff, CI, Ffm
- Gabriele Eick, Board Advisory, Ffm
- Dr. Joachim Faber, ESMT Institut, Berlin
- Prof. Dr. Guido Friebel, Goethe Uni Ffm
- Frieder Gamm, Verhandlungsexperte, Stuttgart
- Richard Gaul, Acatech, Potsdam
- Prof. Dr. Reint Gropp, MPI IW, Halle
- Christian Heller, CEO Value Balancing Alliance, ffm
- Jürgen Hogrefe, Kommunikationsexperte, Berlin
- Dr. Marc Denis Weitze, TU München, Acatech, München

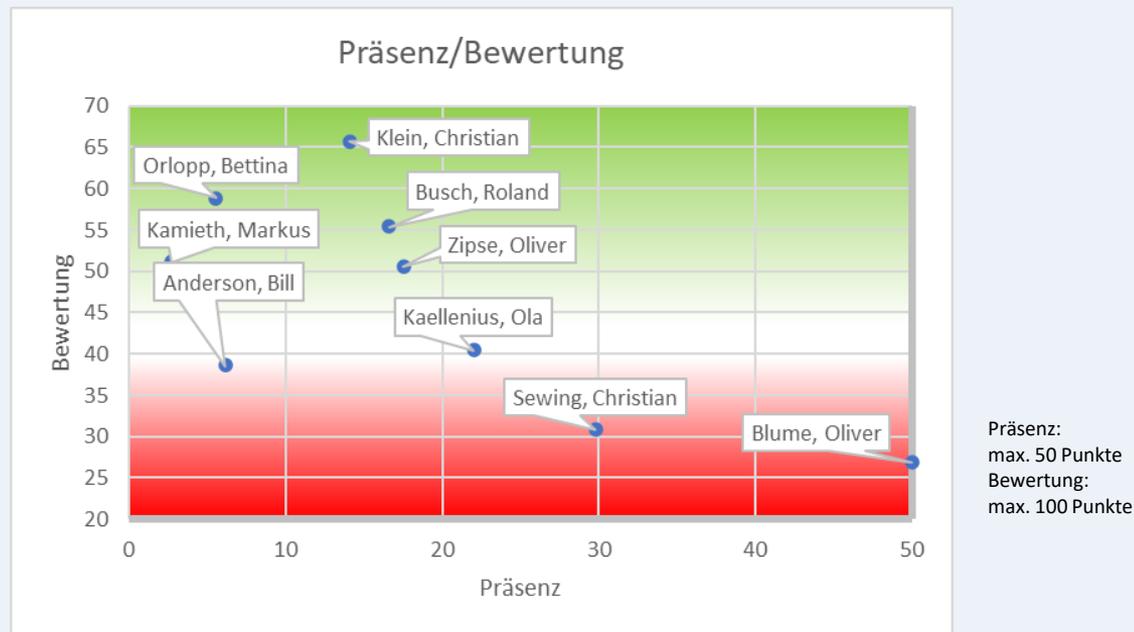
Mit über 320 von 550 möglichen Punkten gewinnt SAP-CEO Christian Klein das CEO.Table-Ranking 2024.

Gründe:

- Kommunikation über der Wahrnehmungsschwelle
- Gutes Arbeitgeber-Image
- Umfangreiches SDG-Commitment im Geschäftsbericht
- Innovativität
- Gute CEO-Reputation in den Leitmedien
- Mehrwert für Aktionäre

Christian Klein erreicht die beste Bewertung

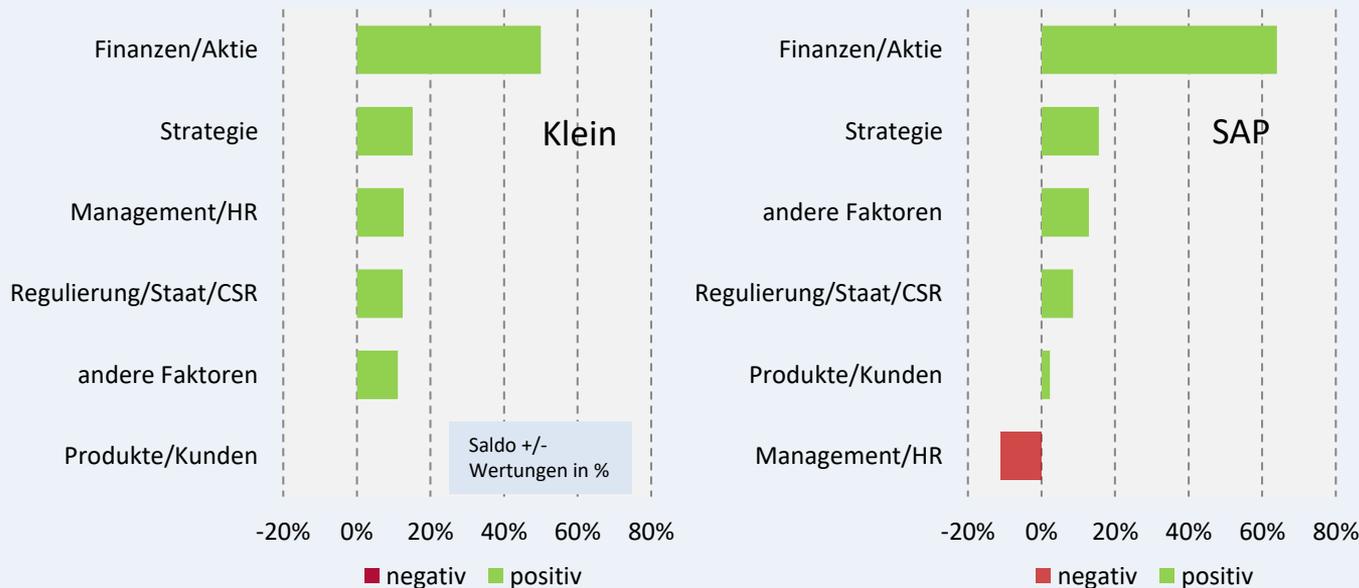
Medienimage der DAX40 CEOs (1–11 2024) über der Wahrnehmungsschwelle



Präsenz über der Wahrnehmungsschwelle 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. Aber nach anfänglichem Lob bei Porsche und Volkswagen hat er 2024 starken Gegenwind. Eine hohe Akzeptanz erzielen die CEOs, die mehr als 55 von 100 Punkten in der Bewertung erzielen. Hier ragen Christian Klein von SAP und Bettina Orlopp von der Commerzbank heraus.

SAP und sein CEO nicht allein für Shareholder Value gelobt

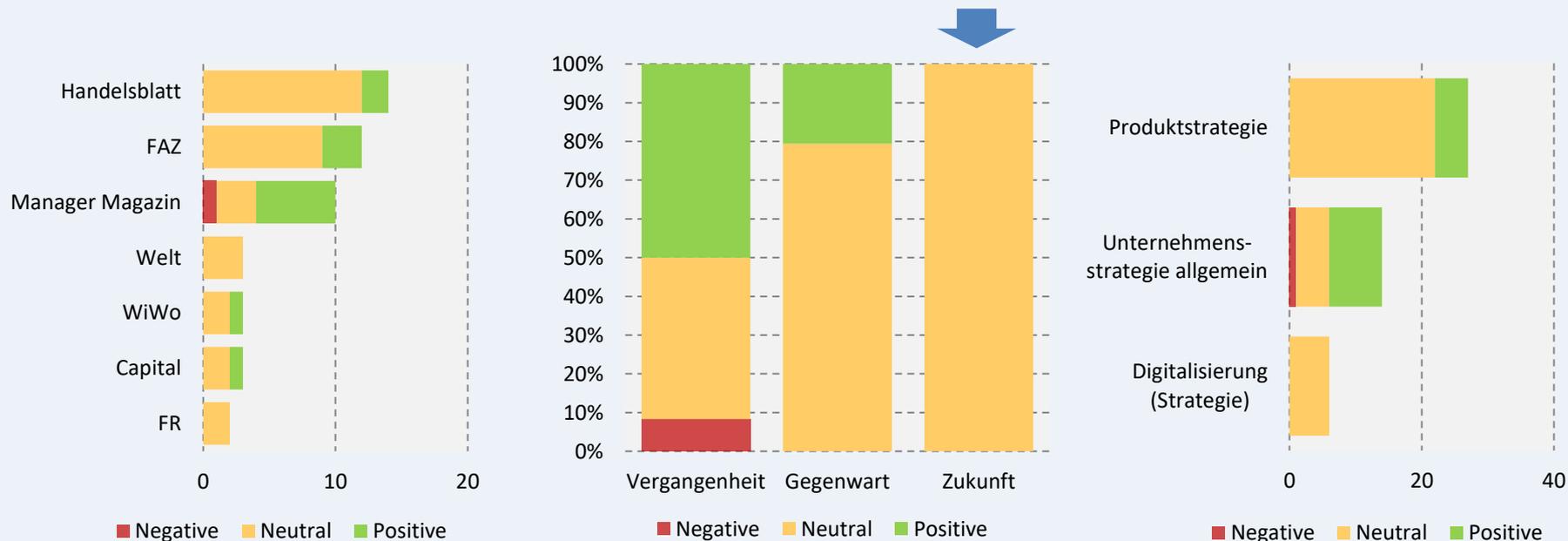
CEO-Reputation Christian Klein / Corporate Reputation SAP 1–11 2024: Imagefaktoren



Die anhaltend starke Aktienperformance von SAP stellt den Indexanbieter Deutsche Börse vor Herausforderungen. Beim Image von SAP in den Leitmedien ragt das Thema Shareholder Value positiv heraus – auch für den CEO Christian Klein. Die Medien sehen SAP auch beim Thema Strategie gut aufgestellt. Relativ schwach ist dagegen das Image in Bezug auf Kundenthemen und jüngst auch mit Blick auf Personalabbau.

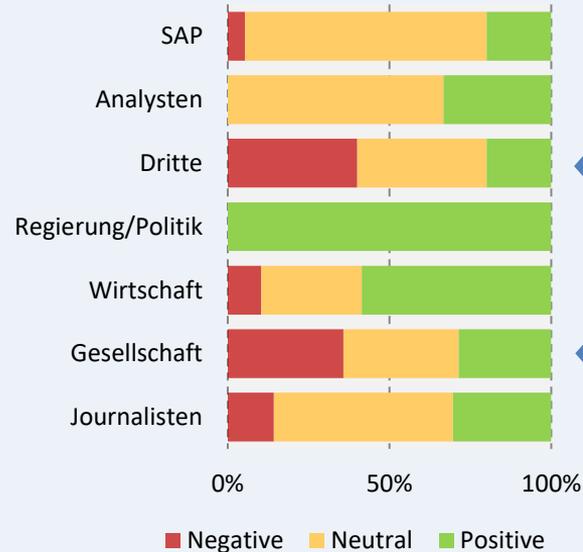
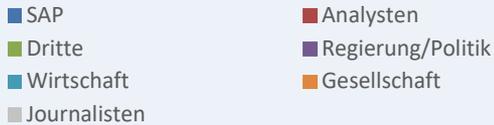
Herausforderung 1 für SAP: Vertrauen in die Strategie erhalten

Medienbewertung von SAP 1–11 2024 zum Hauptthema Strategie: Medien/Zeitbezug/Einzelthemen



Herausforderung 2 für SAP: Kundenfeedback in den Medien

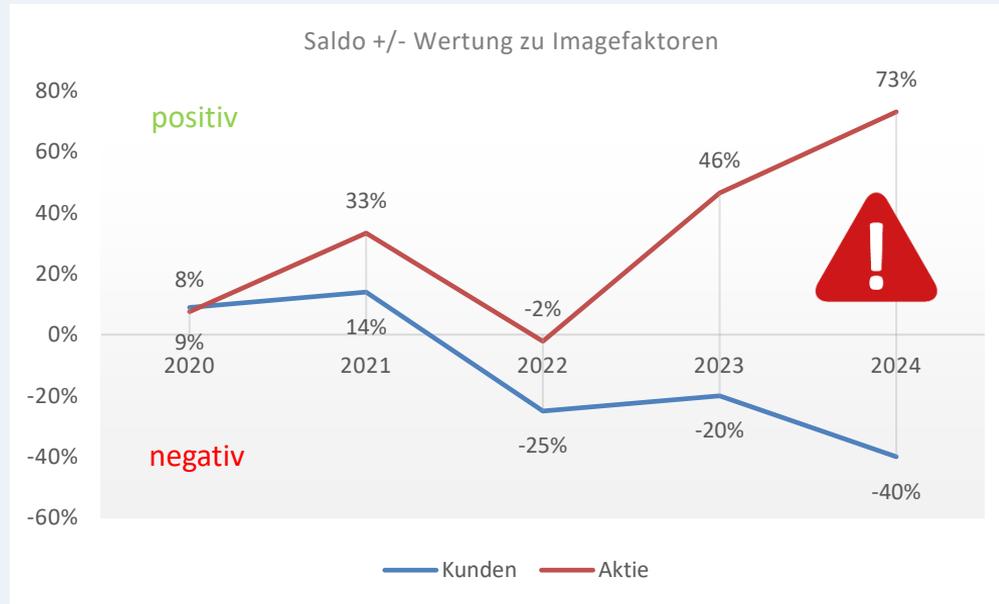
Share of Voice SAP 1–11 2024 und Bewertung nach Urhebern in Leitmedien



SAP ist systemrelevant für die Kunden, weil zentrale Geschäftsprozesse über die Software abgewickelt werden. In den Leitmedien gibt es immer auch kritische Stimmen dazu. Für den Langfrist-Erfolg ist ein konstruktiver Umgang mit den kritischen Narrativen maßgeblich, denn die Konkurrenz setzt genau hier an. Der Share of Voice von SAP liegt mit 22 Prozent unter der Zielmarke von 35 Prozent für ein selbstbestimmtes Image.

Hintergrund: Medien sehen wachsende Interessenskluft

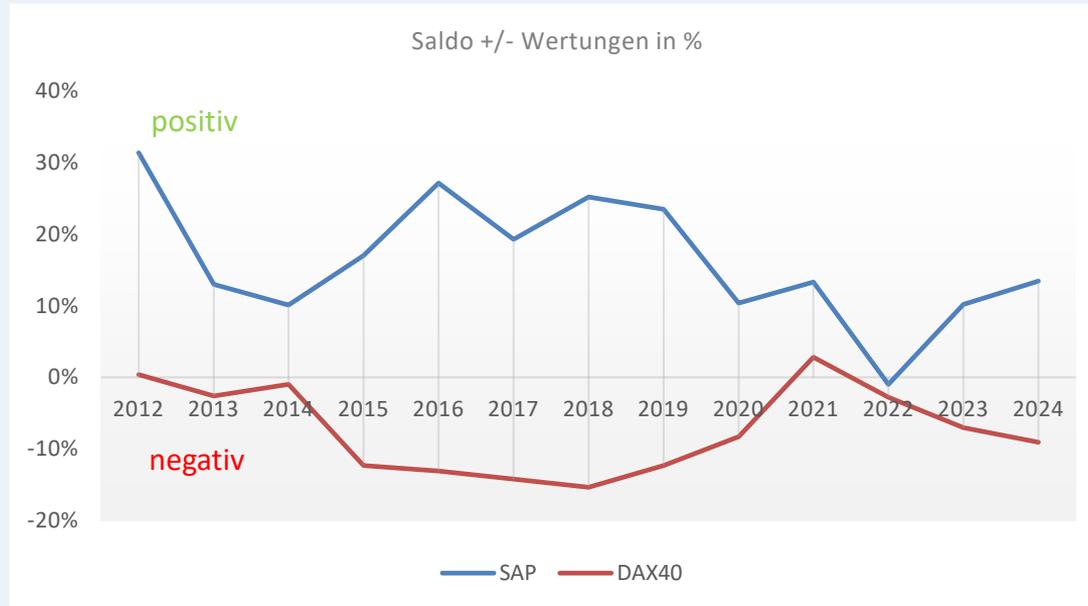
Langfristtrend SAP: Bewertung zu Imagefaktoren „Kunde“ vs. „Shareholder Value“



113 Prozentpunkte beträgt die Kluff in den Bewertungen zwischen Client Value und Shareholder Value. Während SAP sich als wertvollstes Unternehmen im DAX für die Depots der Aktionäre unverzichtbar macht, sehen die Medien dabei den Kundennutzen immer weniger (zuletzt NZZ 15.12.). Damit geraten CTOs unter Rechtfertigungsdruck, wenn es um die Partner in großen IT-Projekten geht.

Perspektive: Kann SAP im Medien-Image alte Bestwerte erreichen?

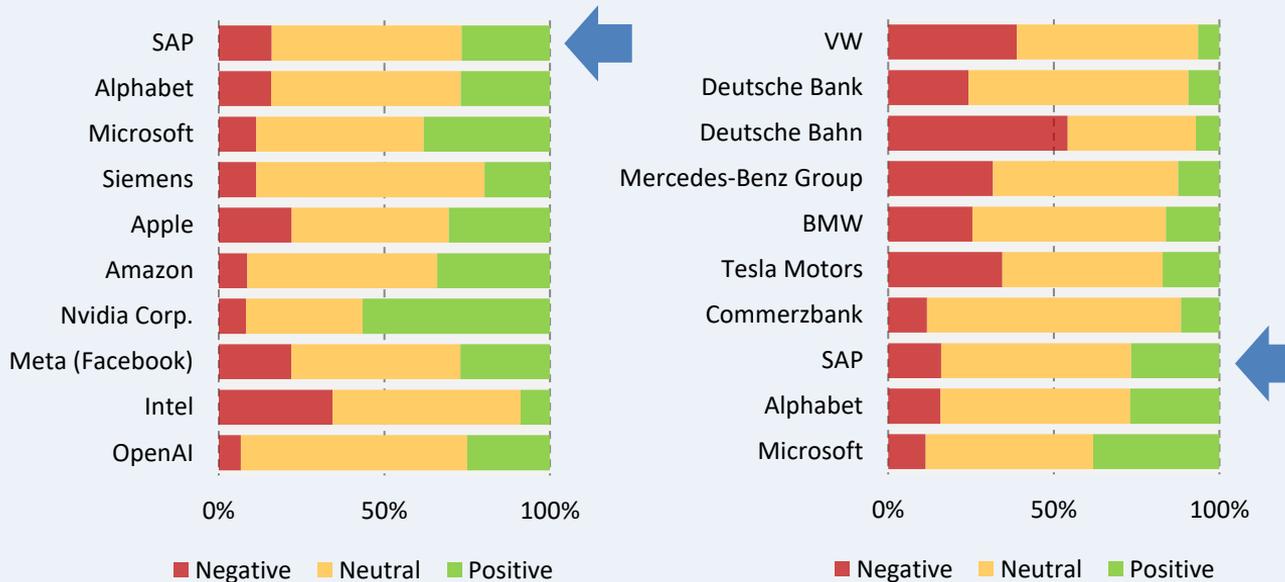
Langfristtrend SAP vs. DAX40: Bewertung Unternehmen und Management



SAP liegt beim Thema Medienreputation auch in der langen Frist über dem DAX40-Durchschnitt. Für die Medien ist das vor allem die Folge der erfolgreichen Aufholjagd bei der Einführung Cloud-basierter Lösungen. Die Herausforderung für die weitere Imagebildung: Exzellenz zu vermitteln, wo das Narrativ der Medien inzwischen zu sehr die Rolle von KI-Anwendungen betont.

Microsoft weiß KI-Themen für das Image zu nutzen

Bewertung SAP im Branchenvergleich und Gesamtberichterstattung 1–11 2024 (Auswahl/Top-10)

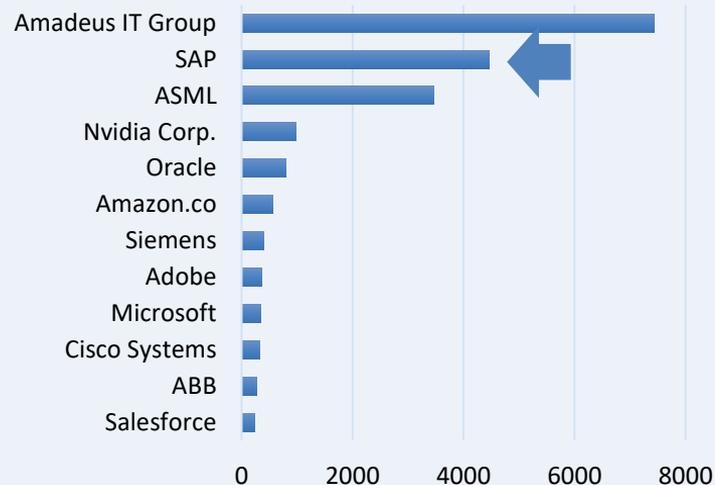


Die positive Reputation von SAP in den Leitmedien fußt vor allem auf der Fähigkeit, die Produkte und Services zu monetarisieren. Im Hinblick auf die Wahrnehmung von Innovativität haben Microsoft und Nvidia zuletzt besonders stark punkten können – dank KI-Bezug.

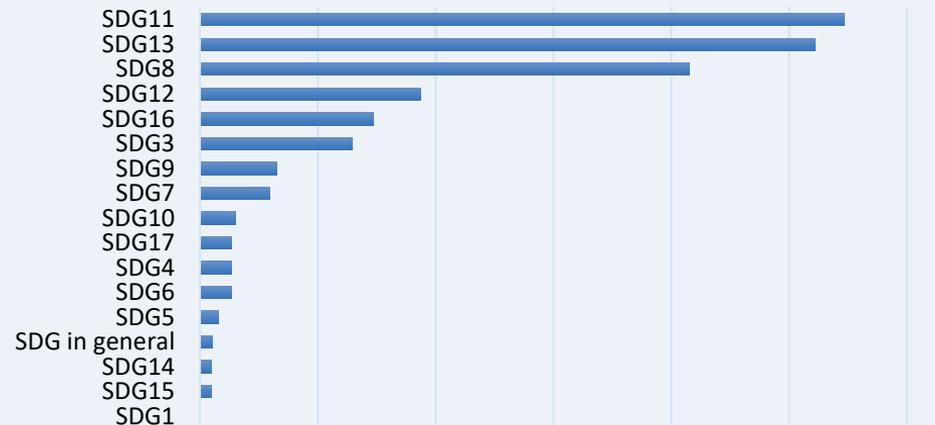
SAP zeigt Vielfalt in der Eigen-Kommunikation (Geschäftsberichte)

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

SDG-Committment 2021



SDG-Committment: SAP



CEO.Table-Ranking-Gewinner 2024: Christian Klein

- SAP-CEO Christian Klein ist Gewinner des CEO.Table-Rankings 2024 in der Kategorie DAX40. Das CEO.Table-Ranking basiert auf der Annahme, dass Reputation Chefsache ist. Reputation ist Vertrauen, das auf Erfahrung gegründet ist. Dabei spielt die Eigenerfahrung ebenso eine Rolle wie die vermittelte Erfahrung in den Leitmedien. Das CEO.Table-Ranking setzt sich aus fünf Dimensionen zusammen:
 - (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.
- Christian Klein gilt den Leitmedien als erfolgreicher Wertschöpfer. Unter seiner Ägide ist SAP ein begehrter Arbeitgeber beim Nachwuchs. Das Unternehmen punktet im Eisbach-Ranking mit einer hohen Forschungsquote. SAP überwindet die Schranken einer engen ESG-Betrachtung durch eine strategische Integration der 17 UN-SDGs und ihrer 169 Unterziele.
- Damit hebt sich Christian Klein mit über 320 von 550 möglichen Punkten von den anderen acht CEOs ab, deren Unternehmen ebenfalls über der Wahrnehmungsschwelle liegen.
- Die größte Herausforderung für die Reputation von SAP liegt nicht in Fragen der Cybersicherheit oder spezifischen Aspekten der Technologie, zum Beispiel konkrete KI-Anwendungen. Die größte Gefahr für die Reputation von SAP ist die wachsende Kluft zwischen der Wahrnehmung von Shareholder Value und Customer Value – man könnte es auch die Fairness-Lücke nennen.



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

Noch mehr Identität wagen!

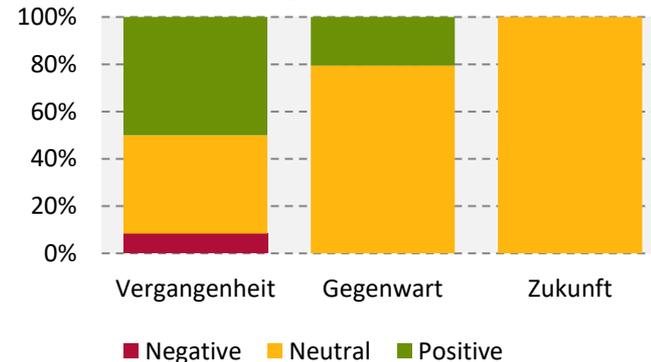
Das muss man sich mal vorstellen: Da verabschiedet SAP-Chef Christian Klein in der Woche vor Weihnachten in der Kantine am Stammsitz Walldorf mehrere Tausend Mitarbeiter im Rahmen eines Restrukturierungsprogramms und ist kurz darauf Gewinner des TableCEO-Rankings 2024 in der Kategorie DAX40.

Wie bitte schön passt das zusammen? Und wann gab es das schon einmal? Da baut ein DAX-Konzern weltweit rund 10.000 Stellen ab und dies obwohl man – gerade im Vergleich – wirtschaftlich ausgesprochen gut dasteht? Ja, da ist offenbar einiges bei Europas größtem Software-Konzern sehr richtig gemacht worden, angefangen bei der klaren Kommunikation der Transformations-Strategie, die sich das Unternehmen einen Milliardenbetrag kosten lässt. Der Umbau in strategische Wachstumsbereiche und in Künstliche Intelligenz (KI) erfordert eine andere Aufstellung und andere Fähigkeiten.

Dass dies relativ geräuschlos von den Medien begleitet wird, hat aber auch noch einen anderen Grund: Christian Klein kann in Zusammenhängen reden, die über das Unternehmen und seine Branche hinausgehen. Wenn Klein spricht, dann geht es auch schon bald um das „bigger picture“, um den Standort Deutschland. Mehr Selbstbewusstsein wird da angemahnt.

Die „hohe Kompetenz“ gelobt. Diese Einbindung gibt den Aussagen übergeordnete Relevanz und Identität. Auch Kritik wird nicht ausgespart. Etwa über zu wenig Begeisterung für die Zukunft hierzulande. Doch gerade bei den Zukunftsaussagen schneidet Klein nicht ganz so gut ab. Vielleicht braucht es hier ja auch eine andere Sprache, die (noch) mehr begeistert. Bildhafter, konkreter. Für mehr Vorstellungskraft jenseits des Software- und Wirtschaftsvokabulars. Bezogen auf SAP und den Standort Deutschland. Mit anderen Worten: Noch mehr Identität wagen!

Medienimage SAP 1-11 2024



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

