



Reputation: Grösstes Risiko und grösste Chance zugleich

Jahrestagung Netzwerk Risikomanagement
Luzern, 31. August 2021

Sabrina Huber, CRO.SWISS

Hauptpartnerin



Hosting Partner



Weiterbildungspartner









Bewertung





Reputation ist die kollektive **Bewertung** aller **Stakeholder** hinsichtlich einer Organisation oder einer Person.

Sie entsteht als Resultat von **Erwartung** und **Realität** – und zwar auf **rationaler** und **emotionaler** Ebene. Sie beruht auf der **Vergangenheit** und ist relevant für die **Zukunft**.



Inhalt

1. Wer ist CRO.SWISS
2. Warum Reputationsmanagement wichtig ist
3. Wie, wann und wo Reputation entsteht
4. Erfolgsfaktoren von Reputationsmanagement
5. Wer die Reputation steuern kann
6. Fazit, Trends und Gedankenanstöße



CRO.SWISS



Peer-to-Peer Kompetenz
Plattform für Reputation

Wir klären auf	Wir vernetzen	Wir positionieren	Wir bilden weiter
<p>Auf der frei zugänglichen Wissensplattform erfahren Interessierte alles zum Thema Reputation.</p> <p>Newsletter sowie Social Media Kanäle erreichen die relevante Community.</p> <p>Das CRO-Magazin vermittelt Fachwissen unserer Expert*innen.</p>	<p>Die digitalen RoundTables bieten kompaktes Wissen in kurzer Zeit.</p> <p>Der Swiss Reputation Day ist der erste Schritt für interessierte Fachleute.</p> <p>Der Corporate Reputation Summit vernetzt Profis aus Wirtschaft, Forschung und Beratung.</p>	<p>Im CRO-Counsel machen wir Reputationsverantwortliche sichtbar.</p> <p>Board of Experts und Kompetenzpartner sind unser fachliches Rückgrat.</p> <p>Mit dem Swiss Reputationmanagement Award zeichnen wir Engagement aus.</p>	<p>Kurze und unabhängige Impuls-Referate sind ein Türöffner ins Thema.</p> <p>Die Reputation Academy bietet kundenspezifische Workshops.</p> <p>Der CAS Reputationsmanagement an der FHNW bietet eine praxisnahe Ausbildung.</p>

CRO.SWISS fördert ein proaktives und vorwärtsorientiertes Reputationsmanagement als interdisziplinäre Kompetenz auf dem C-Level und im Verwaltungsrat.



Warum ist Reputationsmanagement so wichtig?





Ausgangslage

- Ansprüche der Stakeholder
- Sensationshungrige Medien
- Volle Transparenz



> 40'000



Wer die Reputation managt...

- Verantwortung übernehmen
- Beitrag zur Gesellschaft leisten
- Loyale Stakeholder
- Krisenfestigkeit / Resilienz
- Vertrauen und Glaubwürdigkeit
- Immaterielles Vermögen





**Wie, wann und wo
entsteht Reputation?**







Wie Reputation entsteht

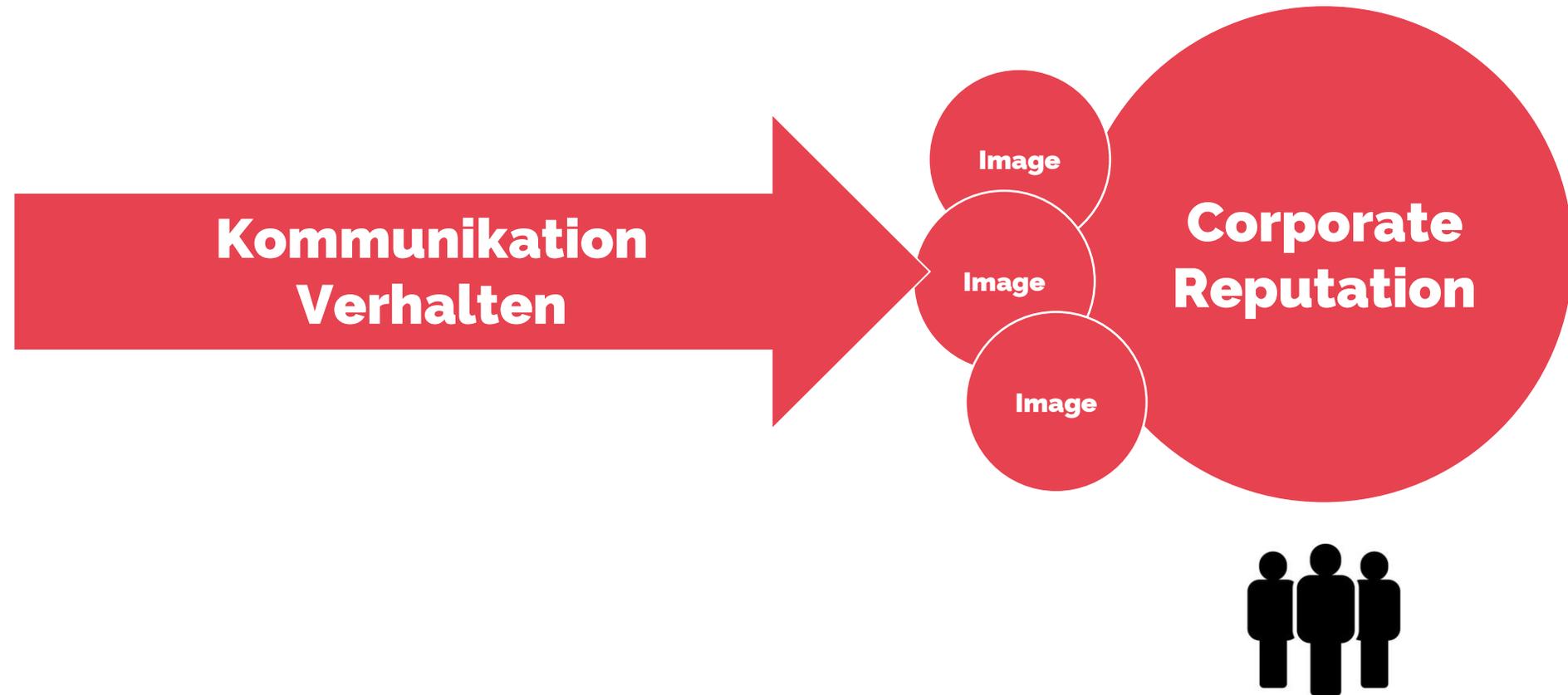




Bild: Lucia Hunziker / Handelszeitung



Wie Reputation entsteht

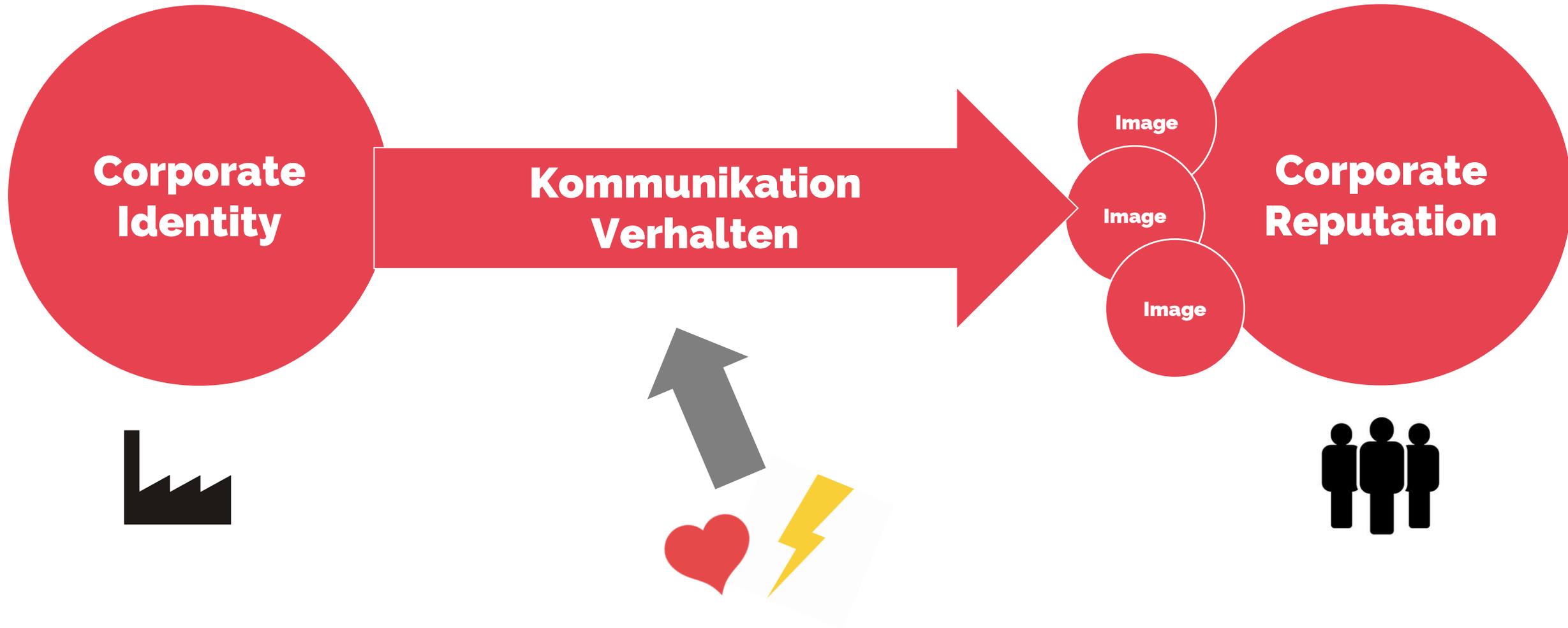
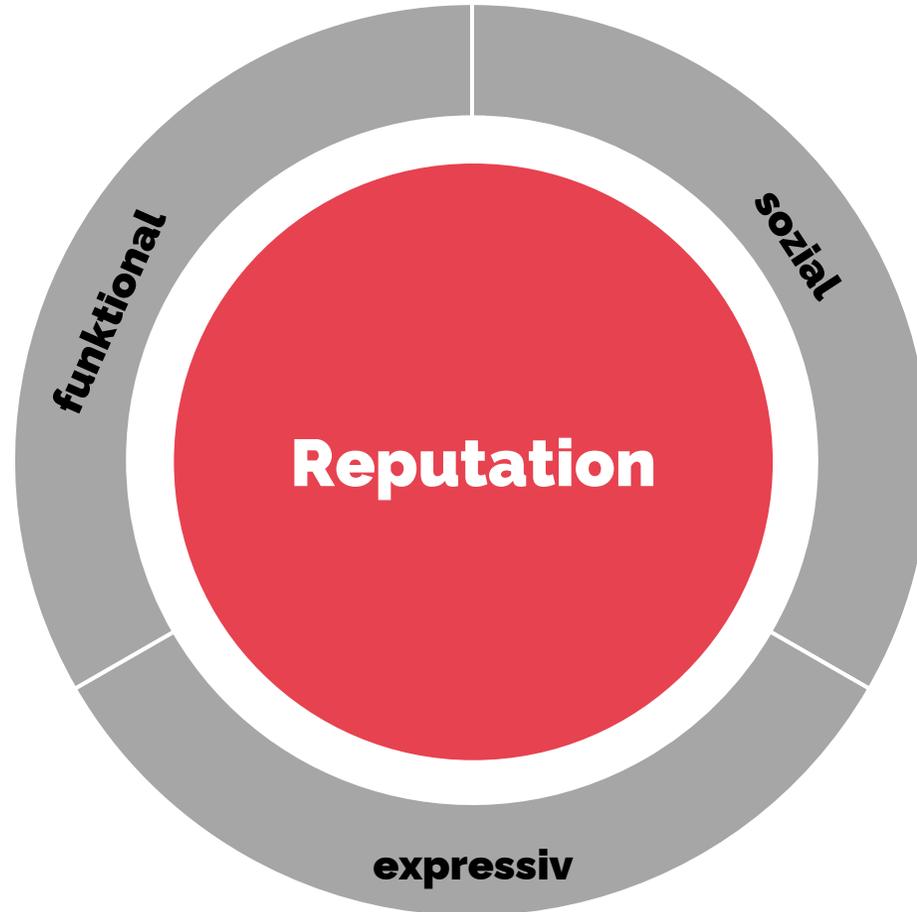




Bild: Läderach



Dimensionen der Reputation





Erfolgsfaktoren eines guten Reputationsmanagements





5 Erfolgsfaktoren

1. Strategie, starke Vision, Wertesystem vorleben
2. Aussenblick integrieren
3. Beitrag ans grosse Ganze
4. Vorwärtsorientiert und interdisziplinär
5. Kompetenzen aufbauen und Umsetzung sicherstellen



Nestlé

RENEWABLE ENERGY

AGRICULTURE

TRANSFORMING PRODUCTS

NESTLÉ IS TACKLING CLIMATE CHANGE

ZERO

BY
2050

NET EMISSIONS





Swiss Re





**Wer kann die
Reputation steuern?**



Chief Reputation Officer!

- als Funktion im C-Level
- als Rolle bei einer bestehenden Funktion
- als interdisziplinäres Team

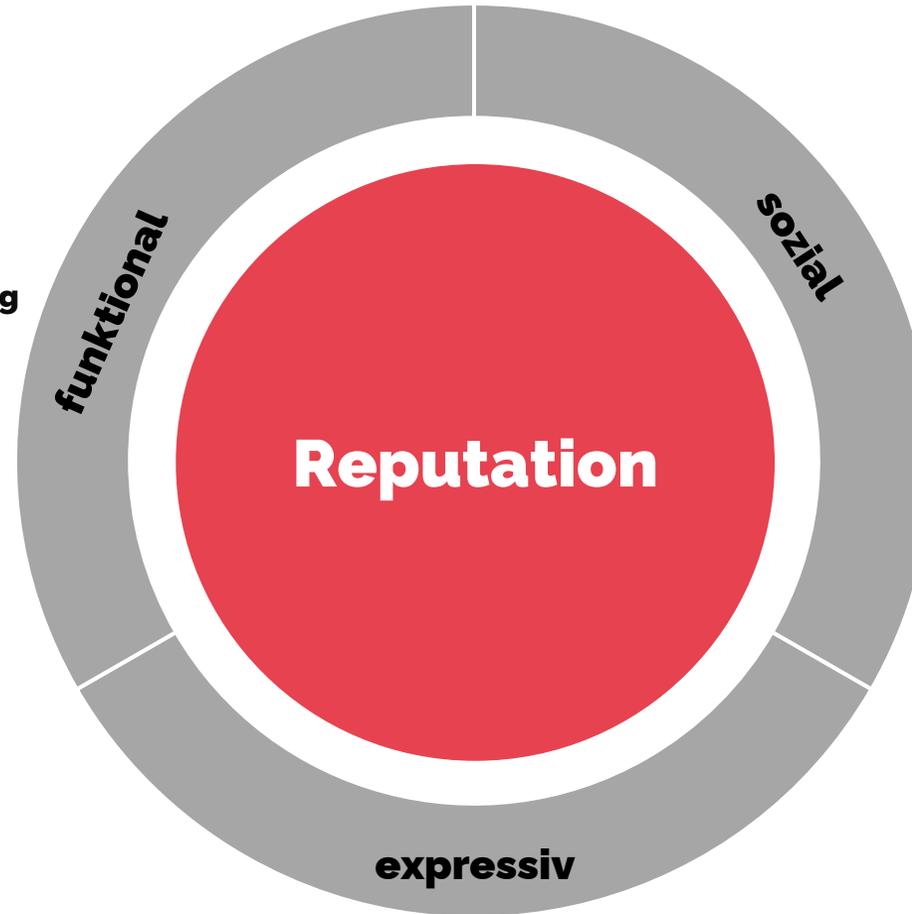
Wichtig!

- nahe am C-Level und VR
- integriert in den Strategieprozess



Skills

- ✓ **Betriebswirtschaftliches** Know-how mit interdisziplinärem Blick
- ✓ Erfahrung in der **Strategieentwicklung** und -umsetzung
- ✓ Berichterstattung intern und extern - **Dashboard**
- ✓ Sensorium für relevante **Trends** und gesellschaftliche Themen



- ✓ **Leadership-Qualität** – über Hierarchien und Funktionen hinweg
- ✓ Freude am internen und externen **Netzwerk**
- ✓ **Sparringpartner** für Top-Executives
- ✓ Stakeholder-Orchestrierung mit **Empathie** – intern und extern

- ✓ Authentische und attraktive **Positionierung** von relevanten Themen
- ✓ Sprung zwischen **Big Picture** und **Detailverliebtheit**
- ✓ **Vorbildfunktion** gegen innen und aussen übernehmen



**Fazit, Take-aways, Trends
und Gedankenanstöße**



Trends und Gedankenanstöße

- Reputation messen
- non-financial Reporting
- Reputationsrisiken versichern
- Risk- mit Chancenmanagement anreichern



Folgen Sie uns!



www.cro.swiss

