

The CEO Reputation Premium:

Gaining Advantage in the Engagement Era

Deutschlandergebnisse

Die letzten Jahre waren nicht die einfachsten für Großunternehmen. Doch obwohl CEOs bezüglich ihrer Reputation einer Vielzahl von Gefahren ausgesetzt waren, ist die CEO-Reputation immer noch ein fundamentaler Treiber für den Unternehmenserfolg und die Wertschätzung der Unternehmen. Das ist eine der zentralen Ergebnisse der neuen Studie von Weber Shandwick.

Reputation gilt als hochwertige Währung in der heutigen Wirtschaft, in der Unternehmen immer öfter mit ihren Handlungen in die Öffentlichkeit rücken. Der Ruf des CEOs steht daher im direkten Zusammenhang mit dem Erfolg der Unternehmen, dem Ansehen in der Branche und sollte nie unterschätzt oder vernachlässigt werden.

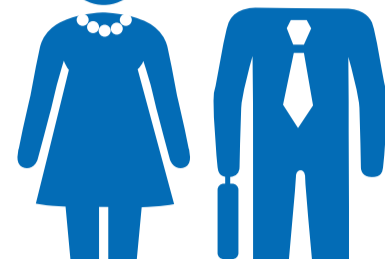
Die Ergebnisse der Studie **The CEO Reputation Premium: Gaining Advantage in the Engagement Era** von Weber Shandwick und KRC Research basiert auf einer Online-Umfrage, an der mehr als 1.700 Führungskräfte aus 19 Ländern in Nordamerika, Europa, Lateinamerika und der Asia-Pacific-Region teilnahmen.

- REPUTATION
- VISION
- GLOBALER AUSBLICK
- KOMMUNIKATION
- ENTSCHEIDUNGSKRAFT
- SOCIAL MEDIA

1. Warum CEO-Reputation wichtig ist

80%

der deutschen Befragten sagen, dass CEO-Reputation mäßig bis viel Einfluss auf den Ruf der Unternehmen hat



39%

der deutschen Befragten geben an, dass die Reputation des CEOs ihre Entscheidung, einen Job anzunehmen, beeinflusst hat

39%

der deutschen Befragten sagen, dass sie es von der Reputation des CEOs abhängig machen, ob sie im Job bleiben oder nicht



Der Einfluss der CEO-Reputation zeigt, dass Leadership eine Ressource ist, die man pflegen und in die man investieren sollte.

Neben dem Aufbau des Marktwertes, hilft eine starke CEO-Reputation dabei...



2. Der CEO in der Öffentlichkeit ist der Grundstein für Reputation



73%

der Befragten berichten, dass CEOs unbedingt ein öffentliches zugängliches Profil haben sollten, damit auch das Unternehmen hoch angesehen wird.

68%

der deutschen Führungskräfte bestätigen, wie wichtig es für CEOs über Social-Media-Kanäle für Medien erreichbar zu sein.

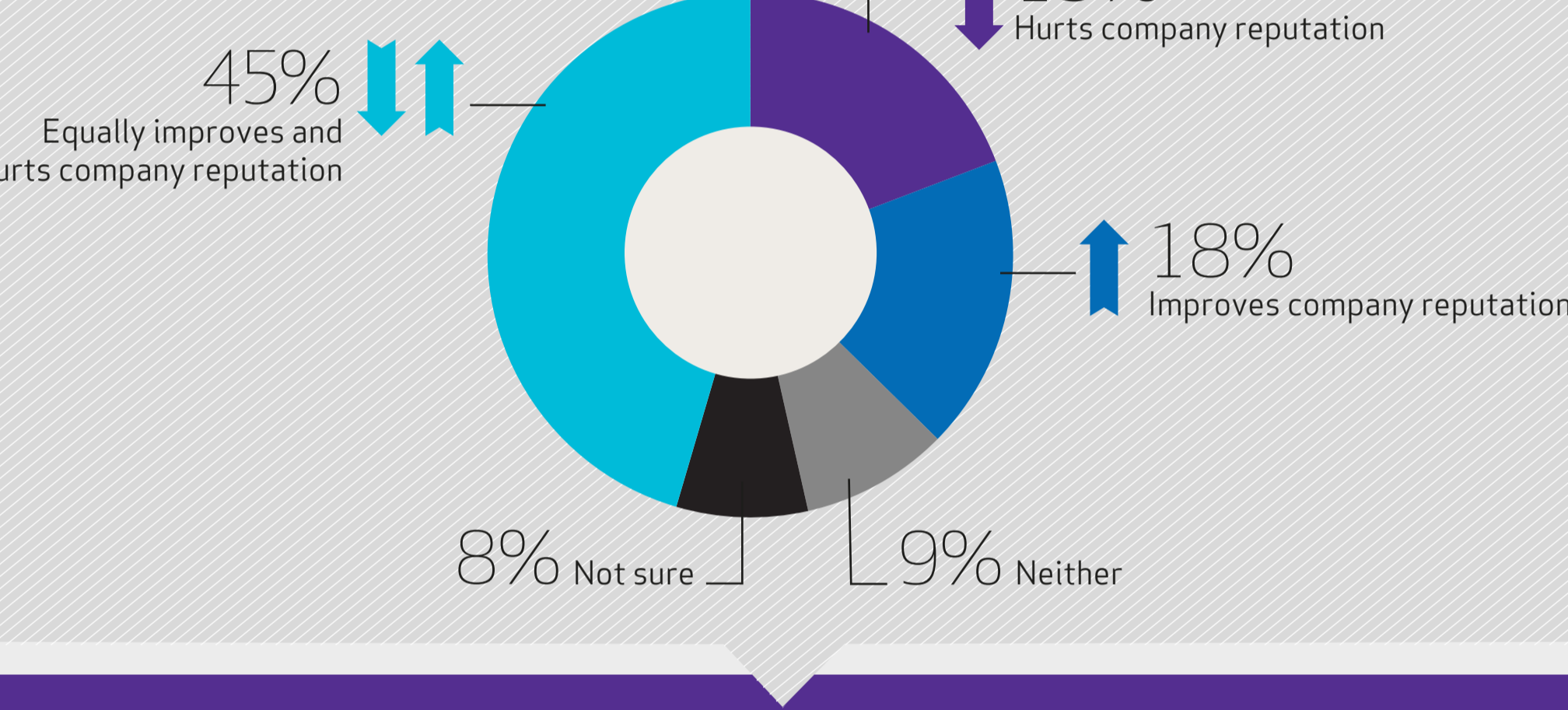


52%

der Befragten geben an, dass ihre CEO heute eher mit Medien in Kontakt sind als früher.

German executives tend to believe CEO visibility has an equal likelihood of improving and hurting company reputation. CEO visibility needs to be handled with care and managed to take advantage of the positive and reduce the risk of the negative.

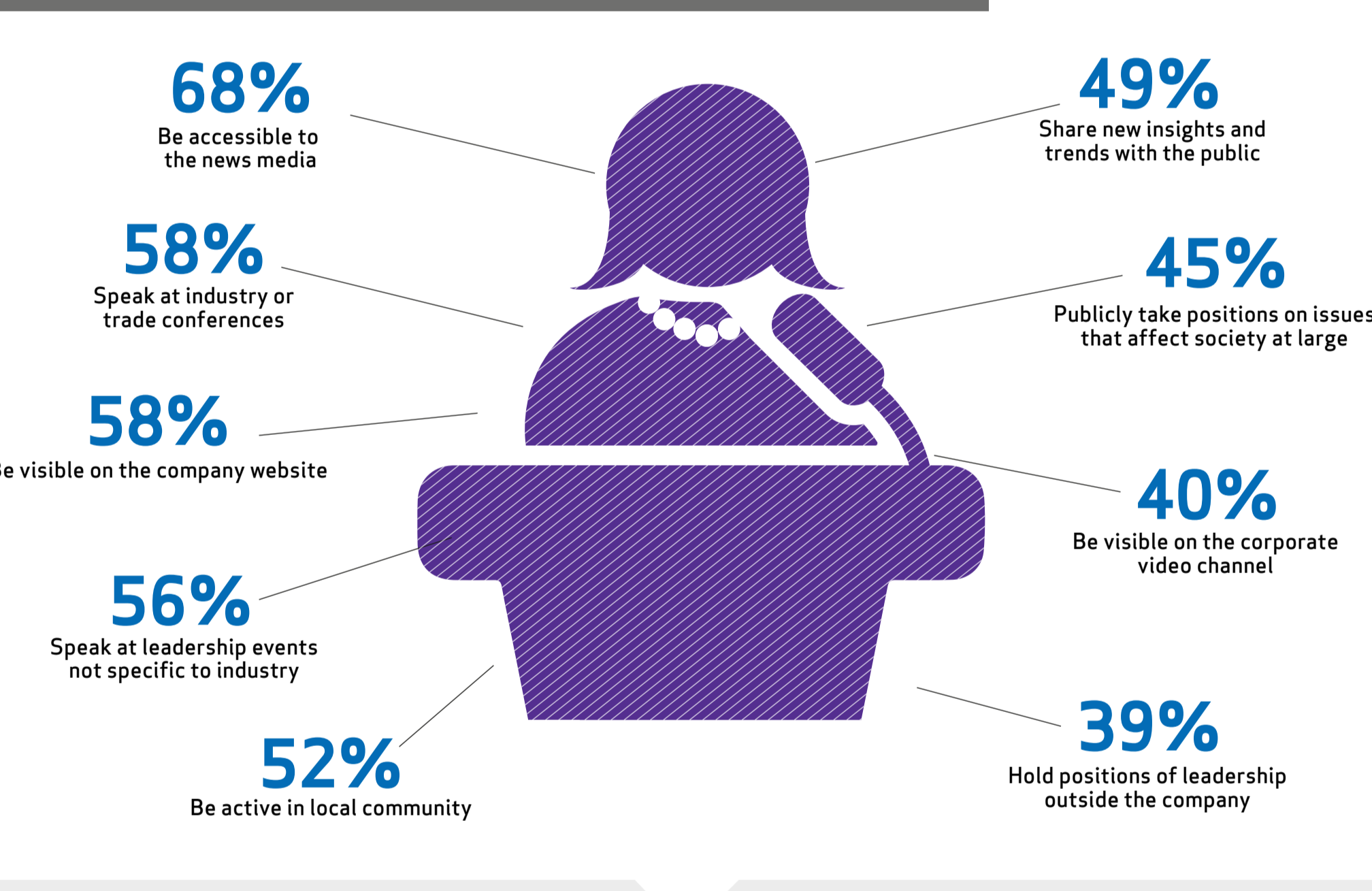
Impact of CEO being highly public or visible...



3. CEOs Need an External Profile in More Ways Than One

German executives believe it is important for CEOs to partake in external relationship-building and shine spotlights on their companies.

External visibility activities that are important for CEOs to do



4. CEO Online Engagement is Important, Too

German executives report that it is important for CEOs to...



5. CEOs Should Exercise Caution When Taking a Stance on Public Policy

German executives are much more likely to think that it is inappropriate for CEOs to take a public position than it is important. CEOs should carefully weigh the pros and cons and be sure that their stand aligns closely with their company's business goals.

CEOs taking public positions on policy or political issues

25% Important for CEOs to do

42% Inappropriate for CEOs to do



6. The CEO's Guide to Reputation and Public Engagement

Weber Shandwick recommends that business leaders and their companies consider the following strategies to bolster CEO engagement on a visible scale and reap the reputational benefits that come with effectively engaging stakeholders wherever they happen to be.

- ✓ Assess the **CEO's REPUTATIONAL PREMIUM**.
- ✓ Carefully evaluate CEO's **STANCE ON PUBLIC POLICY**.
- ✓ Develop the **CEO's "EQUITY" STATEMENT**.
- ✓ Decide which **VENUE** is right for the CEO.
- ✓ Identify and develop the **CEO's STORY** on behalf of the company.
- ✓ Develop a **SOLID SOCIAL STRATEGY**.
- ✓ Be an industry **ADVOCATE**.
- ✓ Keep **REPUTATION DRIVERS** at the top of your to-do list.
- ✓ Leverage the **BENCH**.
- ✓ Bolster CEO reputation among your own **EMPLOYEES**.
- ✓ Bulk up on **MEDIA TRAINING**.
- ✓ Don't view **CEO HUMILITY** as a weakness.

For more information about **The CEO Reputation Premium: Gaining Advantage in the Engagement Era**, please contact:

Christiane Schulz
Chief Executive Officer, Germany
Weber Shandwick
cschulz@webershandwick.com

Micho Spring
Chair, Global Corporate Practice
Weber Shandwick
mspring@webershandwick.com

Leslie Gaines-Ross
Chief Reputation Strategist
Weber Shandwick
lgaines-ross@webershandwick.com

Carol Ballock
EVP, Executive Equity & Engagement Lead
Weber Shandwick
cballock@webershandwick.com

- /WeberShandwick
- @WeberShandwick
- /WeberShandwick
- /company/Weber-Shandwick
- /WeberShandwickGlobal
- +WeberShandwick

KRC RESEARCH

weber shandwick
engaging. always.