



# Gemeinsam engagiert, für eine sinnhafte Zukunft.

10 Key Takeaways des 2. Corporate Reputation Summit 2020 (CRS20)

Wir bewegen uns von einem Informations- zu einem Bewertungszeitalter



1. Die Digitalisierung schafft die Möglichkeit, alles, überall, jederzeit und über alle Kanäle zu bewerten.



2. Diese fortlaufende Bewertung  
sowie das konstante «Ausmessen»  
aller Bewertungen verändert das  
gesellschaftliche Verhalten.



3. Transparenz, Trends und

Schlagzeilen fördern individuelle

Interessen und machen Produkte

und Services immer ähnlicher.

A globe on a stand, with a yellow umbrella placed on top of it. The umbrella's handle is a brown stick. The globe shows continents in various colors.

4. Unter dem Druck oft vollständig liberalisierter Märkte kollidieren immer häufiger Angebote, Preise, Interessen und Forderungen.



5. Reflexartig wird versucht,

Risiken zu katalogisieren statt die

Verantwortung über Innovation und

Differenzierung zu übernehmen.





6. Während wertvolle Zeit verloren

geht, entwickeln sich derweil die

verschiedensten Erwartungen aller

Stakeholder-Gruppen weiter.



7. Eigen- und Fremdbilder laufen eine hohe Gefahr, sich unbemerkt voneinander zu entfernen, was die nächste Krise beinahe provoziert.



8. Jede Empörung kann ausser Kontrolle geraten, wenn sich wegen der vielen Interessen plötzlich eine Eigendynamik entwickelt.



9. Es braucht einen Perspektivenwechsel, welcher auf eine hohe Konsistenz zwischen Versprechen und Erwartungen achtet.



10. Das Thema Reputation muss  
als chancenorientierter Leitstern  
integriert verstanden, angewendet,  
gesteuert und etabliert werden.



# Eine Reputation Engagement Strategy liefert eine nachhaltige und siloübergreifende Roadmap.

Setzen Sie ein Zeichen. Werden Sie Teil unserer Community.  
Mehr unter: [www.cro.swiss/engagement](http://www.cro.swiss/engagement)

Hauptpartnerin:



Interessenpartner:



Fachhochschule  
Nordwestschweiz



Österreichische Gesellschaft  
für Kommunikation und Reputation

