

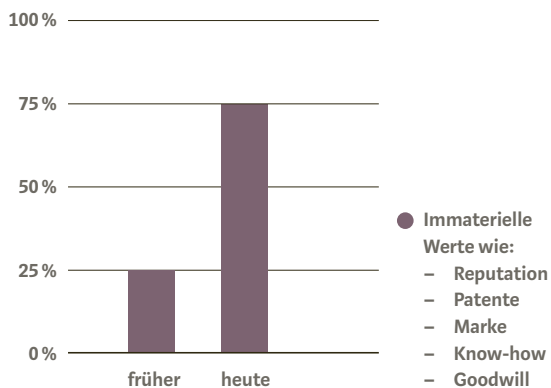
# REPUTATIONSRISIKEN GEWINNEINBRÜCHE ABSICHERN

Reputationsrisiken gehören heute zu den grössten Herausforderungen des Risk Management. Immer häufiger sind Unternehmen von Image-Schäden betroffen, die z.B. durch Produktrückrufe, Cyber-Attacken oder Fehlverhalten der Führung ausgelöst und von den Medien breit ausgeschlachtet werden. Die Kosten sind für die Unternehmen zum Teil existenzbedrohend, mit speziellen Modellen lassen sie sich jedoch beziffern – und versichern.

## IMMATERIELLE WERTE ALS WICHTIGSTE ASSETS

Einst bestanden die Assets der Unternehmen zu rund 75 Prozent aus Substanzwerten; heute sind es noch ca. 25 Prozent. Den Rest bilden Patente, Verfahren, Know-how und nicht zuletzt die Marke und der gute Ruf. Entsprechend empfindlich trifft es Unternehmen, wenn sie daran Schaden nehmen. Die Ursachen sind etwa Produktrückrufe, der Verlust von Kundendaten oder Fehler in der Corporate Governance. Es braucht nicht einmal konkrete Vorfälle, schon bloss Gerüchte oder unbegründete Anschuldigungen können genügen, um ein Unternehmen existenziell zu gefährden.

## ENTWICKLUNG ASSETS



## STEREOTYPE SCHADENVERLÄUFE

Betroffen sind sämtliche Branchen, insbesondere Lebensmittel, Mode, Luxusgüter, Spielwaren, Kosmetik, Tourismus und Luftfahrt, aber auch politische Parteien, Sportverbände oder kulturelle Institutionen. Durch die zunehmende Vernetzung verläuft die Verbreitung schlechter Nachrichten heute um vieles schneller und die Konsequenzen sind weitreichender. Über die Presse und die Social Media erreichen sie rasend schnell, ja geradezu viral, ein grosses Publikum. Dabei zeigt sich oft ein stereotypes Muster:

1. Ein kritischer Vorfall ereignet sich.
2. Einzelne Medien greifen die «Geschichte» auf, rasch folgen andere, «weil alle darüber berichten».
3. Kunden, Partner und Investoren des betroffenen Unternehmens verlieren das Vertrauen; die Folgen sind Umsatzeinbussen und Gewinneinbrüche.

## INDIVIDUELLE DECKUNGEN MÖGLICH

Reputationsschäden sind in herkömmlichen Versicherungsverträgen nicht gedeckt. Einige Versicherer haben dieses Risiko erkannt und eigens Policen dafür entwickelt. Gedeckt ist beispielsweise der entgangene Gewinn einer bestimmten Periode. Die konkreten Deckungen kann das versicherte Unternehmen teilweise selbst festlegen. Möglich sind unter anderem die Begrenzung der Deckung auf spezifische, für das Unternehmen besonders kritische Bereiche oder die Übernahme der Kosten für die Krisenbewältigung sowie zur Wiederherstellung der Reputation. Je nach Versicherer ist auch die konkrete Zeitspanne verhandelbar, für welche ein Schaden berechnet werden soll. Voraussetzung für eine Entschädigung ist lediglich der Eintritt eines potenziell rufschädigenden Ereignisses, das durch die mediale Ausschlachtung zu einem signifikanten Gewinneinbruch führt.

## RISIKEN IDENTIFIZIEREN UND QUANTIFIZIEREN

Die grosse Herausforderung besteht darin, die virulenten Risiken zu identifizieren – und zu quantifizieren. Zwar bestehen zur Berechnung verschiedene Modelle, die Resultate fallen jedoch abhängig von deren Anbietern oft ganz unterschiedlich aus. Entsprechend wichtig ist auch die Selbsteinschätzung der Unternehmen, bei der eine unabhängige Zweitmeinung sinnvoll ist. Viele Unternehmen steigern nur schon durch diese Analyse ihr Bewusstsein für Risikoszenarien und können mit verhältnismässig einfachen Massnahmen Verbesserungen an Prozessen in Produktion und Organisation erzielen. Dies zahlt sich nicht nur bei den Prämien aus.

## BEISPIEL FÜR DIE VERSICHERUNG DES QUARTALSVERLUSTS

Jahresumsatz	CHF 800 Mio.
Gewinnmarge	10 %
Jahresgewinn	CHF 80 Mio.
Quartalsgewinn	CHF 20 Mio.
Versicherungssumme	CHF 20 Mio.
Selbstbehalt	5 % = CHF 1 Mio.
Jahresprämie	Satz ca. 1–2 % = CHF 200'000–400'000
Payback Dauer	47.5–95 Jahre

## INTERESSIERT? KONTAKTIEREN SIE UNS.

Dr. iur. Helmut Studer  
Mitglied der Geschäftsleitung  
T +41 44 387 87 17  
[helmut.studer@kessler.ch](mailto:helmut.studer@kessler.ch)

## ÜBER KESSLER

Kessler ist das führende Schweizer Unternehmen für ganzheitliche Risiko-, Versicherungs- und Vorsorgeberatung. Wir betreuen über 1'000 mittlere und grosse Schweizer Unternehmen aus Dienstleistung, Handel und Industrie sowie der öffentlichen Hand. Dank unserer Expertise in den einzelnen Wirtschaftsbranchen, unseren qualifizierten Mitarbeitenden und unserer führenden Marktstellung leisten wir einen wesentlichen Beitrag zum nachhaltigen Erfolg unserer Kunden. Als verlässlicher Partner begeistern wir sie und eröffnen ihnen durch den sicheren Umgang mit Risiken neue Perspektiven. Gegründet 1915, beschäftigt Kessler heute 300 Mitarbeitende am Sitz

in Zürich und an den Standorten Basel, Bern, Genf, Lausanne, Luzern, Neuenburg, St. Gallen und Vaduz. Als Schweizer Partner von Marsh sind wir seit 1998 Teil eines Netzwerks mit Spezialisten aus allen Gebieten des Risk Management und mit grosser Erfahrung in der Betreuung globaler Versicherungsprogramme. Marsh ist in über 130 Ländern vertreten und der weltweit führende Versicherungsbroker und Risikoberater und Teil von Marsh McLennan (NYSE: MMC).

Weitere Informationen finden Sie unter:  
[www.kessler.ch](http://www.kessler.ch), [www.marsh.com](http://www.marsh.com), [www.mmc.com](http://www.mmc.com).