
Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
1.1	Worum geht es im CEO-Reputation-Management?	1
1.2	Der Ruf des CEO ist das Kapital des Unternehmens – CEO-Reputation-Management ist eine Investition, die sich auszahlt.	3
1.3	Der CEO als Marke – Rollen und Reputationserwartungen an Spitzenmanager.	4
2	Die Bausteine des CEO-Reputation-Managements:	
	Sieben Handlungsfelder ergeben das Mosaik des guten Rufs.	7
2.1	Festlegung des angestrebten Reputationsprofils sowie der Strategie und Taktik im CEO-Reputation-Management auf Basis fortlaufender Analysen	8
2.2	Engagierte CEO-Kommunikation	10
2.3	Impression Management.	12
2.4	Persönlicher Auftritt, Stil, Charakter, Charisma	13
2.5	Werte und Grundsätze	14
2.6	Initiative in kritischen Situationen	14
2.7	Eigene reputationsrelevante Highlight-Maßnahmen	15
2.8	Koordination und Steuerung aller Handlungsfelder ist wichtig	16

3	Wie geht man beim Aufbau und bei der Pflege des guten Rufs von Top-Managern vor?	19
3.1	Arbeitsschritte im CEO-Reputation-Management	19
3.2	Beliebigkeit ausgeschlossen: CEO-Reputation-Management ist Teil der integrierten Unternehmenskommunikation und auf partnerschaftliche Kooperation zwischen CEO und Kommunikationsteam angewiesen	22
3.3	Hauptdarsteller und Regieführer: Wie ist die Rollenverteilung der Akteure im CEO-Reputation-Management?	23
3.4	Welche Infrastruktur erfordert systematisches CEO-Reputation-Management?	24
4	Welche Risiken sollte man beim CEO-Reputation-Management im Blick behalten?	27
5	Wie hilft dieses <i>essential</i> im professionellen Reputationsmanagement?	31
	Literatur	33

Reputation Management für CEOs

Wie Top-Manager ihren guten Ruf sichern können

Griepentrog, W.

2017, X, 34 S. 3 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-16972-5