

Unternehmen betrachten ESG-Verstöße als größte Bedrohung für ihr Image

WTW-Studie zu Reputationsrisiken: „Es besteht noch viel Handlungsbedarf“

FRANKFURT AM MAIN, 16. Januar 2024 – Unternehmen werden sich zunehmend ihrer Reputationsrisiken und der potenziellen Kosten eines Image-Schadens bewusst – nicht zuletzt durch die steigende Relevanz von ESG-Pflichten. Zugleich ist aber das Vertrauen in die eigenen Risikomanagementsysteme seit 2021 gesunken und es mangelt vielerorts an adäquaten Vorsorge- und Versicherungsmaßnahmen. Das sind die Ergebnisse des neuen [Reputational Risk Readiness Surveys](#) von [WTW](#). Für die Studie hat der Makler und Risikoberater 375 Führungskräfte und Risikoverantwortliche aus 20 Ländern befragt.

„ESG ist ein sehr breites Feld und rückt insgesamt zunehmend nach oben auf der Unternehmensagenda“, sagt Reiner Schwinger, Head of Central Europe.

„Umweltverschmutzung, Diskriminierung oder Menschenrechtsverstöße können einen schwerwiegenden Reputationsschaden nach sich ziehen, nicht nur in den Augen der Öffentlichkeit, sondern auch wichtiger Investoren oder Versicherer, die die Einhaltung von ESG-Kriterien vorschreiben. Unternehmen müssen sich dieser weitreichenden Folgen bewusst sein und sich ausreichend absichern.“

Risikobewusstsein unterschiedlich ausgeprägt

- Für 26 Prozent der Teilnehmer gehören Reputationsrisiken zu den Top-3-Risiken, bei der ersten Befragung 2021 galt dies nur für 18 Prozent (Abb. 1).
- Mehr als die Hälfte (55 Prozent) zählt sie zu den Top-5-Risiken (2021: 65 Prozent, Abb. 1).
- Umwelt-, Sozial- und Governance-Risiken sind drei der fünf wichtigsten Reputationsrisiken (Abb. 2).
- Zu den restlichen fünf größten Reputationsrisiken zählen Fehler im Umgang mit Kunden (35 Prozent) sowie die Bedrohung durch Attentäter (31 Prozent). Letzteres Risiko hat sogar um 11 Prozentpunkte zugenommen (2021: 20 Prozent).
- Nur 15 Prozent sehen ihren Ruf durch potenzielle Cyber-Attacken gefährdet.

„Während einige Unternehmen Reputationsrisiken eine höhere Priorität einräumen, stufen andere diese als weniger relevant ein. Trotzdem zeigt die wachsende Anzahl an Teilnehmern, die Imageschäden unter den Top-3-Risiken einordnen, dass Reputation aus Unternehmenssicht als eines der wesentlichen Risiken erachtet wird“, sagt Olga Losing-Malota, Head of Broking DACH.

Pressemitteilung

Wirtschaftliche Folgen von Imageschäden stärker im Fokus

Mit dem wachsenden Anspruch, ESG-Verpflichtungen zu erfüllen, erkennen Organisationen auch das finanzielle Risiko von Reputationsschäden. Finanzabteilungen nehmen daher eine größere Rolle im Reputation Management ein: Drei von fünf Befragten gaben an, dass ihr Financial Controlling jetzt im Krisenteam vertreten ist. Das entspricht einer Steigerung um fast 50 Prozent gegenüber 2021. Weiterhin verfügen 95 Prozent über ein spezielles Budget für Reputationsmaßnahmen.

Krisenresistenz niedrig bewertet

Trotz des hohen Bewusstseins für Rufschädigungen und deren Kosten haben Unternehmen ein schwindendes Vertrauen in ihr Risikomanagement: Nur 13 Prozent (2021: 23 Prozent) gaben an, dass ihre Widerstandsfähigkeit gegenüber Reputationsrisiken sehr gut ist. „Diese negative Selbsteinschätzung ist fatal, denn besonders der finanzielle Schaden kann existenzbedrohend sein“, so Losing-Malota. „Unternehmen haben demnach noch viel Handlungsbedarf. Nur wer sein Risikoprofil kennt, kann entsprechende Maßnahmen ergreifen, um die Bedrohungen zu minimieren.“

Positiv zu bewerten ist aber, dass die Organisationen trotzdem versuchen, sich auf den Worst Case vorzubereiten: Mehr als 90 Prozent führen jährliche Übungen durch, um ihr Krisenmanagementteam zu testen und 95 Prozent verfügen über vorgefertigte Pressevorlagen für die meisten Krisenszenarien.

Führungsebene übernimmt wenig Verantwortung

Obwohl ein Imageschaden fatale Folgen haben kann, ist das Management von Reputationsrisiken bei lediglich 14 Prozent (2021: 23 Prozent) der Unternehmen in den KPIs auf Vorstandsebene verankert. Zusätzlich tauschen sich nur 10 Prozent monatlich mit Stakeholdern über Reputationsfragen aus, verglichen mit 37 Prozent im Jahr 2021. Schwinger: „Führungskräfte sollten mehr in Krisenmanagement und -bewältigung involviert sein und sich besonders mit ihrem Makler und den Versicherern transparent zur Risikolage ihres Unternehmens austauschen. Nur so lässt sich eine ausreichende Absicherung im Schadenfall garantieren.“

Abb. 1: Wo ordnen Sie Reputationsrisiken ein?

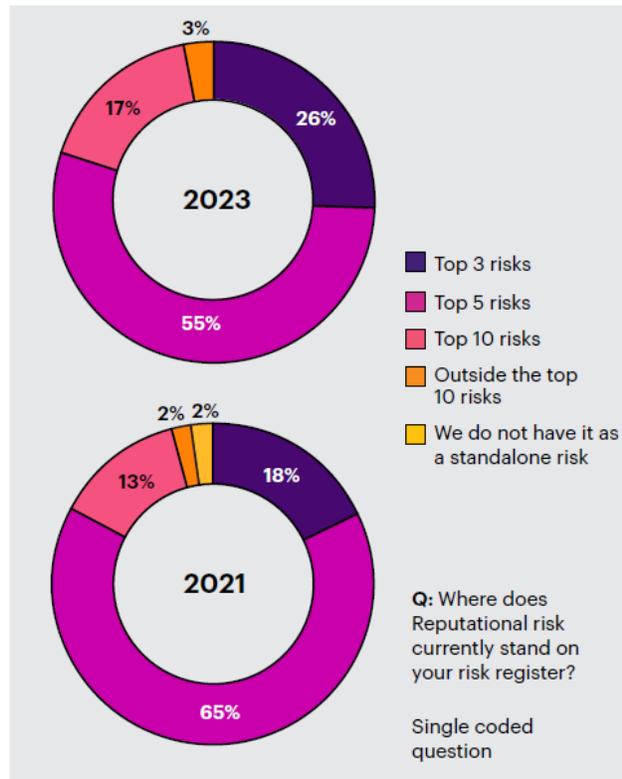
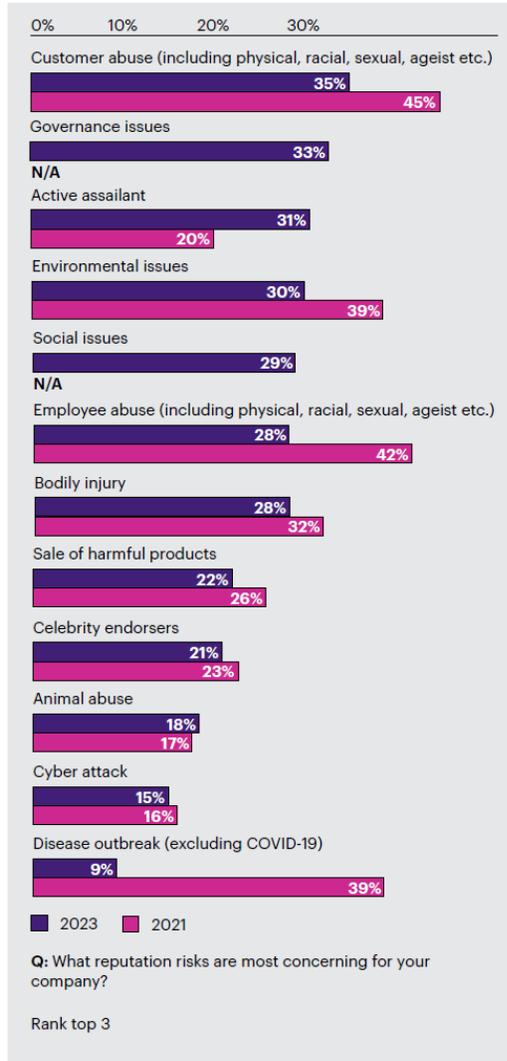


Abb. 2: Welche Reputationsrisiken bereiten Ihrem Unternehmen die meisten Sorgen?



Bildquelle für alle Bilder: WTW

Pressekontakt

Reiner Jung: +49 691 5055 116
reiner.jung@wtwco.com

VOCATO public relations GmbH
 Corinna Bause: +49 2234 60198-19
cbause@vocato.com



Pressemitteilung

Über WTW

WTW (NASDAQ: WTW) bietet datengesteuerte, evidenzbasierte Lösungen in den Bereichen Mitarbeitende, Risiko und Kapital. Wir nutzen die globale Sichtweise und das lokale Fachwissen unserer Mitarbeitenden in 140 Ländern und Märkten, um Unternehmen dabei zu helfen, ihre Strategie zu schärfen, die Widerstandsfähigkeit ihrer Organisation zu verbessern, ihre Mitarbeitenden zu motivieren und ihre Leistung zu maximieren.

In enger Zusammenarbeit mit unseren Kunden decken wir Chancen für nachhaltigen Erfolg auf und bieten Perspektiven, die sie weiterbringen.

Erfahren Sie mehr unter [wtwco.de](https://www.wtwco.de).