

Dossier zum Thema:

„Reputation: Cyber, Rückruf und andere Risiken“

INHALT

Der gute Ruf ist der wertvollste Besitz eines Unternehmens. Ihn zu verlieren oder zu beschädigen ist eine der Hauptsorgen großer Industriekonzerne und ihrer Versicherungseinkäufer. Sexskandale, Bestechungsvorwürfe, verfälschte Produkte und üble Arbeitsbedingungen für Mitarbeiter können das Ansehen eines Unternehmens schnell zerstören. Eine neue Herausforderung kommt durch die zunehmende Cyberkriminalität auf die Unternehmen zu. Hackerangriffe oder Datendiebstahl kommen bei der Kundschaft gar nicht gut an.

Die Redaktion der Online-Fachzeitschrift „Herbert Frommes Versicherungsmonitor“ (www.versicherungsmonitor.de) nimmt Trends, aktuelle Entwicklungen und Herausforderungen, die Reputationsrisiken an Industrie und Versicherungswirtschaft stellen, genau unter die Lupe. In einem hochwertigen gedruckten Magazin stellen wir die Erwartungen von Industriekunden und Anbietern dar, analysieren die Konzepte und fragen, wie sich Cyberangriffe, Rückrufe und andere Reputationsrisiken auf den Ruf eines Unternehmens auswirken können. Bisher sind bereits zwei Dossiers in gedruckter Form erschienen – das Dossier „Cyber-Risiken“ im September 2014 sowie das Dossier „Digitalisierung der Versicherungswirtschaft“ im Mai 2015. Alle Magazine versenden wir an die Abonnenten des Versicherungsmonitors und vertreiben es kostenpflichtig über www.versicherungsmonitor.de und Amazon.

Anders als traditionelle Bedrohungen durch Feuer oder Betriebsunterbrechung sind Reputationsrisiken für die Risikomanager schwer zu fassen. Soziale Medien und das Internet sorgen dafür, dass sich eine schlechte Nachricht noch schneller als früher unter Kunden, Aktionären oder anderen Betroffenen verbreitet. Die Kombination macht es Firmen und Versicherern gleichermaßen schwer, das Risiko einzuschätzen.

Lange Zeit ließ sich ein Imageschaden kaum versichern. Das ändert sich gerade. Die Assekuranz tüfelt an Spezialdeckungen. Wie bei vielen neuen Policen reagiert die Industrie erst einmal abwartend.

FOLGENDEN THEMEN BEHANDELN WIR IM DOSSIER:

WO STEHT DER MARKT?

Versicherungseinkäufer und Risikomanager fürchten kaum etwas mehr als schlechte Presse. Wird bekannt, dass ein Unternehmen Kinder ausbeutet oder die Sicherheit des Produkts zu wünschen übrig lässt, bricht der Umsatz ein. Lange Zeit konnten sich Industrieunternehmen nur schwer gegen Reputationsschäden versichern. Doch das Thema gewinnt an Bedeutung. Reputationsrisiken gehören neben Finanzmarktkrisen und Fachkräftemangel zu den am meisten gefürchteten Gefahren in den Managementtagen. Darauf reagieren auch die Versicherer und bieten Deckungen an.

REPUTATIONSRISIKO RÜCKRUF

Die Schäden durch Produktrückrufe steigen seit Jahren. Herstellungsweisen werden immer arbeitsteiliger und Produktionstechniken immer ausgefeilter. Besonders anfällig sind Kfz-Zulieferer und

Lebensmittelproduzenten. Für die finanziellen Schäden können Unternehmen zwar eine Produktrückrufversicherung abschließen. Doch Risikomanagement und Prävention spielen gerade bei diesem Thema eine ebenso wichtige Rolle. Wir untersuchen, wie Firmen das Risiko eines Rückrufs minimieren und wie die Versicherer sie dabei unterstützen.

SCHLECHTE ARBEITSBEDINGUNGEN

Ausbeuterische Verhältnisse an Produktionsstandorten in Afrika, Asien oder Lateinamerika können, wenn sie bekannt werden, einen Markennamen ebenso beschädigen wie ein Produktrückruf. Die wachsende Globalisierung der Produktionsprozesse macht es für viele Unternehmen zu einer Herausforderung, wirklich allen Zulieferern und Subunternehmern auf die Finger zu schauen. Wir stellen dar, mit welchen Konzepten die Firmen diese Aufgabe angehen und wie sie Prävention betreiben.

REPUTATIONSRISIKEN DER VERSICHERER

Lustreisen von Versicherungsvermittlern, unlautere Vertriebsmethoden oder die Abwicklung ganzer Versicherungsbestände: Auch die Assekuranz ist vor negativer Berichterstattung nicht gefeit. Das Dossier zeigt, wie diese Branche mit den Herausforderungen umgeht und sich schützt.

CYBER-ANGRIFFE UND DATENLECKS

Kaum ein Tag vergeht, an dem nicht ein Hackerangriff auf ein Großunternehmen gemeldet wird. Meist haben es die Diebe auf sensible Kundendaten oder geheime Konstruktionspläne der Firmen abgesehen. Vor allem deutsche Verbraucher reagieren allergisch, wenn unbefugte Dritte Zugang zu ihren Daten bekommen. Hier gilt es, besonders umsichtig zu agieren. Wir schildern, wie Firmen sensible Kundendaten schützen – mit Risikomanagement und mit Cyber-Versicherungen.

KORRUPTION UND MISSMANAGEMENT

Preisabsprachen, Korruptionsskandale oder Betrugereien in Millionenhöhe – immer öfter kommen Fälle von Fehlverhalten in Unternehmen ans Licht. Dabei beschäftigen große Firmen meist ganze Abteilungen, die sich mit der Compliance auseinandersetzen. Im digitalen Zeitalter ist es für sogenannte Whistleblower einfacher geworden, Missmanagement anonym an die Öffentlichkeit zu bringen. Viele Firmen reagieren auf die neue Bedrohung. Sie richten spezielle Meldewege ein, über die Mitarbeiter Fehlentwicklungen ungenannt anzeigen können.

UMWELTRISIKEN

Eine explodierte Bohrplattform, Millionen Barrel von Öl, im Meer, verheerende Folgen für Fischfang und Tourismus: Wenn ausgelaufenes Öl, Industrieabgase oder Chemikalien den Lebensraum von Mensch und Tier verseuchen, droht Konzernen ein immenser Imageverlust. Wir zeigen, wie Unternehmen sich rüsten und wie mögliche Versicherungslösungen aussehen könnten.

Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Informationen zu den Anzeigenformaten und -preisen finden Sie [hier](#).

KONTAKT FÜR ANZEIGENBUCHUNG

Telefon +49 221 5120 07

Anna Gentrup anna.gentrup@pressebuero-fromme.de

Anne-Christin Gröger anne-christin.groeger@pressebuero-fromme.de