



## "Die Maxime lautet: Halte deine Versprechen ein"

**Die Migros belegt gemäss dem aktuellen GfK-Business Reflector unter den 50 Top-Unternehmen der Schweiz Platz 1 (.M berichtete). Was heisst dies für die Migros? Der Reputationsberater und -experte Bernhard Bauhofer\* erklärt die Zusammenhänge.**

**.M: Was ist in der aktuellen Phase die beste Ausgangslage für eine gute Unternehmensreputation?**



**Bernhard Bauhofer:** Im Zuge der schweren Finanz- und Wirtschaftskrise wird vielerorts der Verlust von Vertrauen beklagt. Unternehmen, die das Vertrauen aller Stakeholder geniessen, haben einen Reputationsvorsprung. Sie stehen nicht ständig unter dem Beschuss der Medien oder

von kritischen Konsumenten-Organisationen und können sich bewusst auf die Wertschöpfung konzentrieren. In- und ausserhalb des Unternehmens.

**Wir leben in schnelllebigen Zeiten. Lässt sich überhaupt noch eine Reputation gezielt aufbauen?**

Ja. Aber der Aufbau einer Reputation braucht Zeit, Disziplin und eine ganzheitliche Herangehensweise. Das Unternehmen muss vollumfänglich als ein „Corporate Citizen“ wahrgenommen werden, der im Bereich Qualität, Innovation, Nachhaltigkeit und gesellschaftliche Verantwortung die Erwartungen erfüllt. Anders als bei Image, das man sich zum Beispiel durch eine Werbekampagne erkaufen kann, muss die Reputation in der Beziehung zu den jeweiligen Stakeholder verdient werden. Und das Tag für Tag.

### **Und was zerstört eine gute Reputation?**

Eine Reputation ist zerstört, wenn die Berechenbarkeit des Akteurs nicht mehr gewährleistet ist. Wer die von ihm selbst geschürten Erwartungen seitens der diversen Stakeholder über einen Zeitraum nicht erfüllt, bekommt früher oder später ein Reputationsproblem. Ein Unternehmen, das eine bahnbrechende Innovation ankündigt und ein mittelmässiges Produkt lanciert, hat eine schlechte Reputation. Ein Unternehmen, das sich nach aussen als attraktiven Arbeitgeber positioniert und die Mitarbeitenden respektlos behandelt und sie nach dem Hire- and Fire-Prinzip wahllos austauscht, hat ein Reputationsproblem.

### **Was empfehlen Sie?**

Die Handlungsmaxime muss „Walk your talk lauten“ – halte die gemachten Versprechungen ein.

### **Die Migros hat reputationsmässig die Leaderstellung behalten – wo orten Sie ihre Stärken?**

Die grosse Stärke der Migros liegt in der Kontinuität, die eine hohe Berechenbarkeit sicherstellt. Das Unternehmen basiert auf einer jahrzehntelangen Tradition, einer ausgeprägten und gelebten Werthaltung.

### **Wo sehen Sie die Herausforderungen für die Migros, diese auch halten zu können?**

Die Migros vollzieht ständig einen Balanceakt zwischen Tradition und Moderne. Es gilt tradierte Werte zu erhalten bzw. für das 21. Jahrhundert angepasst umzusetzen. Gleichzeitig muss es im Bereich Innovation Akzente zu setzen. Migros ist ein Gigant, unter dessen Markendach sich eine fast unüberschaubare Fülle von Angeboten und Dienstleistungen subsumieren. Sie alle müssen, dem hohen Anspruch, den man mit dem Namen Migros verbindet, gerecht werden.

### **Eine anspruchsvolle Aufgabe..**

.Eine der grössten Herausforderungen liegt aus meiner Sicht in der Gestaltung der Unternehmenskultur. Es gilt, die Organisation und die Menschen agil zu halten und im Sinne des Endkunden zu neuen Leistungen zu bewegen, welche den Endkunden begeistern. Ja, das ist ein hoher Anspruch.

*\*Bernhard Bauhofer berät international tätige Firmen im Bereich des Reputationsmanagement und ist Dozent an verschiedenen Hochschulen.*

**Bücher zum Thema "Reputation" zu gewinnen**

.M verlost drei Exemplare des Buches "**Wie gut ist mein Ruf?** -  
Die besten Strategien für eine gute Reputation".  
[An der Verlosung teilnehmen](#)