

**Einladung**

# **Die Reputation der grössten Schweizer Unternehmen**

**Mittwoch, 5. April 2006, 17.00 Uhr bis 19.00 Uhr**

SWX Swiss Exchange, Convention Point,  
Selnaustrasse 30, 8021 Zürich

Präsentation der 1. Schweizer  
RepTrak® Pulse Studie des Reputation Institute

Die Wirtschaftszeitung **CASH**, das **Reputation Institute** und **gruner brenneisen communications** freuen sich, Ihnen die Ergebnisse der 1. RepTrak® Pulse Studie zur Reputation der grössten Schweizer Unternehmen vorzustellen.

16.30 Uhr Türöffnung

## **Programm**

### **17.00 Uhr Begrüssung und Einführung**

**Rodolfo Ciucci**, Partner, gruner brenneisen communications, Swiss Associate des Reputation Institute, Basel

Reputation beeinflusst den Unternehmenserfolg. Was ist Reputation und wie lässt sie sich messen und managen? An der Schnittstelle von Forschung und Praxis entstehen pragmatisch anwendbare Modelle.

### **The Reputation of the Largest Swiss Companies**

**Finn Jepsen**, European Client Service Director, Reputation Institute, New York/Copenhagen  
The RepTrak® Pulse 2006 Study in Switzerland – the reputation of the largest Swiss companies amongst the general Swiss public and in an international perspective.

### **Corporate Reputation and Market Valuation: Research Findings and Practical Guidelines**

**Davide Ravasi**, Associate Professor of Management, Institute of Strategic Management, Bocconi University, Milan

Converging findings indicate that Corporate Reputation strongly influences a company's market valuation. Evidence from field research provides indications for managers engaged in building, preserving or repairing reputation in the financial markets.

## **Defending Corporate Reputation**

**Astrid Gade Nielsen**, MA, Head of Corporate Communication, Arla Foods, Aarhus

Arla Foods is facing both domestic and international reputational challenges and is therefore consequently monitoring reputation developments on a continuous basis.

Astrid Gade Nielsen is pivotal part of the Arla Foods reputation team. She has been quoted intensively in Danish and international press, and she has made numerous appearances on national Danish television in relation to the present reputational challenges facing Arla Foods.

## **Panelgespräch mit den Referenten**

Moderation: **Bruno Affentranger**, Stv. Chefredaktor, CASH

19.00 Uhr Handfood and Drinks

20.30 Uhr Ende der Veranstaltung

Die Teilnahme ist kostenlos. Die Platzzahl ist beschränkt. Es gilt die Reihenfolge der Anmeldungen.

## Referenten



**Rodolfo Ciucci**, lic. phil., dipl. PR-Berater BR/SPRG, gruner brenneisen communications, Partner. 20 Jahre internationale Kommunikationserfahrung in leitenden Positionen, unter anderem als Kommunikationsverantwortlicher bei mehreren führenden Schweizer und globalen Unternehmen.

[rodolfo.ciucci@grunerbrenneisen.com](mailto:rodolfo.ciucci@grunerbrenneisen.com)



**Finn Jepsen**, MBA, European Client Service Director, Reputation Institute. Finn Jepsen verfügt über jahrzehntelange Erfahrung im Reputations- und Brandmanagement und war für Kunden in Europa, den USA und Südafrika tätig. Er ist Autor und Co-Autor verschiedener Publikationen über die Themenkreise Leitbild, Branding und Reputation.

[fjepsen@reputationinstitute.com](mailto:fjepsen@reputationinstitute.com)



**Astrid Gade Nielsen**, MA, ist seit 2002 Leiterin Corporate Communications von Arla Foods. Zuvor war sie Leiterin Kommunikation beim Danish Dairy Board. Arla Foods ist einer der grössten europäischen Milchverarbeiter und erzielt einen Umsatz von rund 10 Milliarden CHF. Die Gruppe produziert ausschliesslich Milchprodukte. Neben Produktionen in den grössten Märkten Dänemark, Schweden und Grossbritannien verfügt Arla Foods über Produktionsstätten in Saudi-Arabien, Argentinien, Brasilien und Polen sowie Lizenzproduktionen in den USA und Kanada. Das Unternehmen exportiert in über 75 Länder rund um die Welt.

[astrid.gade.nielsen@arlafoods.com](mailto:astrid.gade.nielsen@arlafoods.com)



**Davide Ravasi**, ausserordentlicher Professor für Management am Institut für Strategisches Management der Universität Bocconi in Mailand. Seine aktuellen Forschungsschwerpunkte betreffen den Einfluss interner und externer interpretativer Prozesse beim Aufbau von Wettbewerbsvorteilen und bei der Schaffung von Unternehmenswert. Er ist italienischer Landesvertreter des Reputation Institute, Mitglied des Editorial Board der Corporate Reputation Review und der Academy of Management Review.

[davide.ravasi@unibocconi.it](mailto:davide.ravasi@unibocconi.it)



**Bruno Affentranger**, Journalist, seit 2005 stv. Chefredaktor der Wirtschaftszeitung CASH. Zuvor stv. Chefredaktor beim Wirtschaftsmagazin Bilanz, Redaktor und Autor bei verschiedenen Zeitungen, Zeitschriften und Radios in der Schweiz und in Deutschland. Verfasser mehrerer Bücher. Spezialgebiete: Familienunternehmen, Wirtschaftspolitik, Corporate Governance, Ost- und Mitteleuropa sowie Naher Osten.

[bruno.affentranger@ringier.ch](mailto:bruno.affentranger@ringier.ch)

## **RepTrak® Pulse misst die Reputation der grössten Unternehmen**

RepTrak® Pulse ist ein Projekt des Reputation Institute. Die Studie ist Teil des RepTrak® Modells und misst die Reputation der grössten Unternehmen am Puls der breiten Bevölkerung: Ruf, Eindruck, Vertrauen und Respekt. RepTrak® Pulse wird in 25 Ländern durchgeführt. Damit ermöglicht die Studie neben nationalen Rankings auch ein internationales Benchmarking. In der Schweiz wurde die Reputation der 20 grössten Unternehmen mit hoher Sichtbarkeit gemessen.

**Das Reputation Institute (RI)** mit Sitz in New York und Kopenhagen wurde 1997 von Prof. Charles Fombrun und Prof. Cees van Riel gegründet. Es verfolgt zwei Hauptziele: Es will die wissenschaftliche Forschung über die Reputation von Organisationen an vorderster Front mitgestalten sowie Organisationen dabei unterstützen, Mehrwert durch professionelles Reputationsmanagement zu schaffen. Das RI betreibt seit mehr als zehn Jahren Reputationsforschung in über 40 Ländern rund um die Welt. Es bietet ebenso Beratungsleistungen zur Lösung von Managementaufgaben im Bereich der Reputation, der strategischen Ausrichtung sowie des Corporate Branding von Organisationen. Diese Leistungen werden in Zusammenarbeit mit dem Associate Network erbracht.

[www.reputationinstitute.com](http://www.reputationinstitute.com)

**gruner brenneisen communications** ist Swiss Associate des Reputation Institute. Die Basler Kommunikationsagentur verfügt über ein breites Spezialistenwissen in Reputationsmanagement, Branding, Corporate Identity, Corporate Communications und Marketingkommunikation. Sie wurde 1982 von Andres Gruner und Peter Brenneisen gegründet.

[www.grunerbrenneisen.com](http://www.grunerbrenneisen.com)

Veranstaltung **Die Reputation der grössten Schweizer Unternehmen**

**Mittwoch, 5. April 2006, 17.00 Uhr bis 19.00 Uhr**

SWX Swiss Exchange, Convention Point, Selnaustrasse 30, 8021 Zürich

**Anmeldung**

oder an

www.grunerbrenneisen.com

Dominique Borer

gruner brenneisen communications

St. Alban-Vorstadt 16

4010 Basel

Tel. +41 61 295 37 15

Fax +41 61 295 37 38

dominique.borer@grunerbrenneisen.com

**Anmeldeschluss: 24. März 2006.**

Name/Vorname \_\_\_\_\_

Firma \_\_\_\_\_

Titel/Funktion \_\_\_\_\_

Strasse \_\_\_\_\_

PLZ/Ort \_\_\_\_\_

Telefon \_\_\_\_\_

E-Mail \_\_\_\_\_

Ich nehme gerne an der Veranstaltung teil

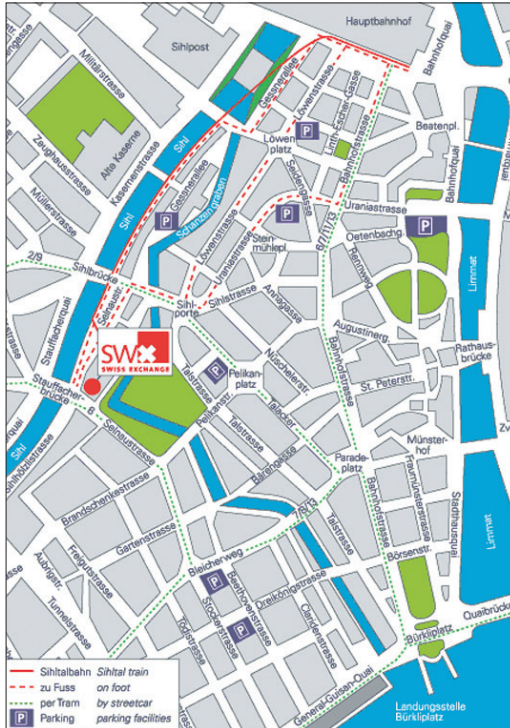
sowie am anschliessenden Apéro

Ich komme in Begleitung von \_\_\_\_\_

Unterschrift \_\_\_\_\_

Ort/Datum \_\_\_\_\_

# Situationsplan



# Name Werte Taten Ruf

