

Home > News > «Eine Reputation als CEO hat man sowieso, ob man will oder nicht»

Aktuell | 14. Juni 2023

«Eine Reputation als CEO hat man sowieso, ob man will oder nicht»

Seit ihrer Masterarbeit hat sie mit einem Buch geliebäugelt, nun ist es erschienen. Sabrina Huber, Absolventin MAS Business Communications HWZ, erzählt im Interview, welche Rolle ihr Master-Thesis-Betreuer bei ihrem Buch «CEO-Reputation für KMU» gespielt hat, warum sie der Auftritt von Menschen fasziniert und weshalb sie sich bewusst vom Begriff «Personal Branding» distanziert.



Sabrina, dein Abschluss an der HWZ liegt schon eine Weile zurück. Im September 2017 hast du den MAS Business Communications HWZ abgeschlossen. Seither ist viel passiert. Seit bald vier Jahren bist du selbständig. Worauf hast du dich spezialisiert?

Bis 2019 leitete ich das Marketing und die Unternehmenskommunikation bei einem grossen KMU im öffentlichen Sektor. Als GL-Mitglied konnte ich dort einiges bewegen und die Jahrhundertmodernisierung an vorderster Front mitprägen. Nach sieben tollen und intensiven Jahren kündigte ich, gönnte mir einen längeren Break in Vancouver, kam zurück und schon stand Covid vor der Tür. Die Selbständigkeit war für mich immer ein Thema, der Zeitpunkt dann eher zufällig. Heute bin ich happy! Ich begleite Unternehmen und CEOs in besonderen Momenten, in denen die Kommunikation und die Reputation besonders wichtig sind. Dies kann ein geplanter oder ungeplanter CEO-Wechsel, die Nachfolgeplanung, eine Neupositionierung oder ein strategisches Projekt sein.

...und seit kurzem bist du auch Autorin. Gerade ist dein Buch «CEO-Reputation für KMU – mit fünf Erfolgsfaktoren den Unternehmenswert steigern» erschienen. Herzlichen Glückwunsch dazu. Kannst du uns etwas mehr darüber erzählen, wie es zu diesem Buch gekommen ist? Was waren deine Beweggründe es zu schreiben?

Vielen Dank – es war ein «Chrampf», doch es hat sich gelohnt! Seit meiner Masterarbeit liebäugelte ich mit einem Buch, auch dank der Motivation von [Stefan Vogler](#), meinem Master Thesis-Betreuer.

«Kurze Zeit nach Abschluss hatte ich erste Gespräche mit einem Schweizer Verlag. Diese scheiterten und ich legte das Projekt auf die Seite. Als ich vor rund zwei Jahren eine Neupublikation mit dem Titel «Modernes Reputationsmanagement» auf LinkedIn kommentierte, kam ich zufällig mit der zuständigen Lektorin des Verlags Springer Gabler in Kontakt. Zwei Wochen später hatte ich

einen Vertrag. Heute halte ich das Buch in den Händen – ein schönes Gefühl.»

Sabrina Huber, Absolventin MAS Business Communications HWZ

Du sprichst es an. Du hast dich bereits während deines MAS mit diesem Thema auseinandergesetzt. Damals hast du deine Master Thesis zum Thema «Erfolgsfaktoren des CEO Branding und daraus abgeleitete Handlungsempfehlungen für KMU in der deutschsprachigen Schweiz» verfasst. War diese Arbeit also die Basis für dein Buch?

Ja genau, die Masterarbeit und das darin entwickelte Modell mit fünf Erfolgsfaktoren bildete die Basis für das Buch. Der akademische Aufbau und Schreibstil einer Masterarbeit eignet sich jedoch nicht für ein Fachbuch, das sich an KMU richtet. Also galt es, das Thema neu zu strukturieren, ohne die Kernaussagen zu verlieren. Entstanden ist ein Buch mit drei Teilen: Im ersten Teil gibt es eine theoretische Einordnung, im zweiten Teil sind die fünf Erfolgsfaktoren strukturiert, praxisorientiert und unkompliziert aufgearbeitet und im dritten Teil habe ich die Bühne vier Expert:innen gegeben. Ich habe Interviews transkribiert, um das Thema CEO-Reputation aus verschiedenen Perspektiven zu beleuchten. Die CEO-Reputation hat viele Schnittstellen, dass soll hier zum Ausdruck kommen.

Kam das Interesse am Thema CEO-Reputation und die vertiefte Auseinandersetzung mit dem Thema während deiner Weiterbildung?

Sagen wir so: Es verstärkte sich. Ich hatte schon immer eine Faszination für den Auftritt von Menschen. Heute sprechen alle von Personal Branding, doch von diesem Begriff distanzieren ich mich immer mehr.

«Es geht nämlich nicht um eine Selfie-Show, Heldentum oder unabhängige Selbstverwirklichung. Es geht um echte Persönlichkeiten, die ein Unternehmen repräsentieren, richtig viel Verantwortung übernehmen, einen Beitrag ans grosse Ganze leisten und damit immaterielles Vermögen schaffen.»

Das Thema Reputation gehört heute in Verwaltungsräte und Geschäftsleitungen.

Im Buch findet man ein Geleitwort von Stefan Vogler, deinem damaligen Master Thesis-Betreuer. Welche Rolle spielt er im gesamten Buchprozess?

Stefan war ein wichtiger «Komplize». Er hat mich regelmässig mit sympathischer Hartnäckigkeit angestupst, wo ich mit dem Buchprojekt stehe. Das hat mich auch in der Zeit, als ich das Buch gedanklich auf die Seite gelegt hatte, immer wieder daran erinnert. Stefan hat also ganz am Anfang den Stein ins Rollen gebracht und dafür gesorgt, dass er in Bewegung blieb. Dafür bin ich ihm sehr dankbar.

Wenn du auf deine Zeit an der HWZ zurückblickst. Was ist dir besonders in Erinnerung geblieben?

Eine Weiterbildung hat für mich immer drei Benefits: Erstens den inhaltlichen Teil. Obwohl die Kommunikation sehr schnelllebig ist, haben wir an der HWZ eine beständige und solide Weiterbildung genossen, die stärker ist als Trends, die kommen und gehen. Ich konnte in meinem damaligen Job alles direkt anwenden und den «proof of the pudding» machen. Zweitens erweitert man das Netzwerk und erschliesst eine neue Bubble. Das ist aus meiner Sicht nur live möglich. Und drittens entwickelt man die eigene Persönlichkeit, findet heraus, was einem Spass macht und was nicht. Ich habe zum Beispiel herausgefunden, dass mir die strategische Kommunikation viel besser liegt als operative Arbeiten und Kampagnenplanung.

CAS Strategisches Kommunikationsmanagement HWZ

Wie führe ich eine Kommunikationsabteilung so, dass sie optimal zum Firmenerfolg beiträgt? Im CAS Strategisches Kommunikationsmanagement HWZ erarbeitest du dir das Rüstzeug dafür – intensiv, interaktiv und interoperativ. **Die nächste Durchführung dieses Studiengangs startet am 25. August 2023.**

Jetzt informieren

Wovon hast du am meisten profitiert?

Ganz klar: Von allen Lektionen, Übungen und Arbeiten, die ausserhalb der Komfortzone stattgefunden haben. Ich erinnere mich gut an die Medientrainings mit kritischen Fragen vor laufender Kamera. Auch die Masterthesis war nachhaltig. Des Weiteren habe ich mir während des Studiums zahlreiche Argumente zusammengetragen, um die Unternehmenskommunikation auf ein strategisches Level zu bringen.

Ein Blick auf deinen Lebenslauf zeigt, dass dein Herz für den Tourismus schlägt. Du hast deine berufliche Laufbahn als Tourismusfachfrau begonnen und bist der Branche bis heute mit Mandaten treu geblieben. Wie lässt sich deine Beratungstätigkeit, deine Expertise in Sachen CEO-Reputation mit dieser Faszination verbinden?

Wo CEOs sind – egal in welcher Branche – wird kommuniziert. Eine Reputation als CEO hat man sowieso, ob man will oder nicht. Also steuert man sie besser, als sie dem Zufall zu überlassen. Im Tourismus haben wir viele und diverse Stakeholder, darum ist die Auseinandersetzung mit der eigenen Reputation besonders wichtig. Bei anderen CEOs stehen Familienunternehmen oder Investoren dahinter. Das ist eine andere Ausgangslage. CEOs übernehmen Verantwortung für sich, aber auch für ein ganzes System, eine Region, eine Branche. Es ist mein Job, das Setting des/der jeweiligen CEO zu erkennen und gemeinsam mit ihnen die Reputation zu analysieren, aufzubauen und weiterzuentwickeln.

CEO-Kommunikation: Wann, wie und zu welchen Themen sollte sich ein CEO äussern?

Immer öfters wird von CEOs Haltung gefordert. Sei es zu politischen, aber auch zu gesellschaftlichen Themen. Doch wann sollte sich ein CEO äussern und wann eher nicht? Und was passiert, wenn ein CEO das Unternehmen verlässt? Diesen Fragen gehen wir mit Stefan Eggenberger, Leiter Center for Communications HWZ und Stefan Vogler, Studiengangsleiter CAS Media Planning HWZ, im Kommunikationspodcast «stefanundstefan» nach.

Zum Podcast

Kontakt



Laura Oderbolz

Project Manager Corporate
Communications / Content &
PR [→](#)

 Email

 Telefon

Weiteres Bildungsangebot



**MAS Business
Communications HWZ**