

Ing. Schönberg Christian

Softwareentwicklung

Einzelpreis: kostenlos



Ing. SCHÖNBERG Christian *
Softwareentwicklung

Schallermühle 6/5,

A-4844 Regau

christian@schoenberg.co.at

<http://schoenberg.company>

*) Einzelunternehmen
SCHÖNBERG gegründet 2002
© 2002 – 2014

[Impressum hier klicken](#)



Ing. Schönberg Christian

<http://schoenberg.co.at/blog-software>

Reputation:

Allgemeines:

Als **Reputation** wird der **Ruf** eines **Menschen**, einer Gruppe oder eines **Unternehmens** bezeichnet. Dabei wird eine **hohe Reputation** mit gutem Ruf gleichgesetzt. Personen oder Unternehmen mit einer hohen Reputation wird zumeist auch mehr **Vertrauen** und **Glaubwürdigkeit** zugeordnet.

In Unternehmen wird Reputation auch als **immaterielles Vermögen** eingestuft, ähnlich wie zum Beispiel Patente oder Markenrechte. Allerdings ist Reputation auch eine sehr **verletzliche Größe**.



nun zur Definition:

Es gibt zwar zum Thema Reputation bislang keine wirtschaftswissenschaftliche Definition, aber es gibt verbreitete **Vorstellungen** zur Reputation. Als Reputation wird demnach verstanden, wie zum Beispiel ein Unternehmen oder eine Person unter Einbezug von **vergangenen** oder **zukünftigen Aspekten** vom Umfeld **wahrgenommen** wird.

Als **Fundament** für eine positive Reputation können **Glaubwürdigkeit**, **Zuverlässigkeit**, **Vertrauenswürdigkeit** und **Verantwortung** gezählt werden.

Dabei gibt es auch den Begriff **funktionale Reputation**. Diese wird daran bemessen, wie gut ein Unternehmen oder eine Person dem Zweck dient bzw. die zugewiesene Funktionsrolle ausfüllt.

Dann gibt es aber auch noch die sogenannte **Sozialreputation**. Diese unterliegt den gesellschaftlichen Bewertungsmaßstäben. Die soziale Moral bestimmt, wie die Personen oder Unternehmen in Übereinstimmung mit moralischen Ansprüchen, sowie mit gesellschaftlichen Werten und Normen handeln.

Der Aufbau einer **positiven Unternehmensreputation** wird auch als **Reputationsmanagement** bezeichnet. Darunter fallen alle Unternehmensaktivitäten, die dem Aufbau, der Erhaltung und Verbesserung der Reputation förderlich sind. Ein wichtiges Fundament für Reputation ist der Aufbau bzw. Erhalt von **Vertrauen**. Vertrauen lässt sich vor allem dadurch erlangen, indem verlässlich **Erwartungen** von wichtigen Bezugsgruppen **erfüllt** werden und dies in **funktionaler** und **sozialer** Hinsicht.

Ebenfalls wichtig ist **Glaubwürdigkeit**. Glaubwürdigkeit bedeutet, dass **Worten** auch die entsprechenden **Taten folgen**.

Reputation darf aber nicht mit dem Begriff **Image** verwechselt werden.

Reputation im Internet

Reputationsmanagement

Vorgehensweise

Ing. Schönberg Christian

Weitere tolle und kostenlose
Softwaretools unter:

<http://schoenberg.co.at/blog-software>

Image repräsentiert zwar den Gesamteindruck eines Unternehmens auf Personen des Umfelds und spiegelt die Unternehmensidentität wider, ist aber hingegen nur eine **kurzfristige Momentaufnahme** um Kunden anzulocken und kann zum Beispiel mit Kampagnen schneller angepasst werden. **Reputation** zielt hingegen darauf ab, den **Unternehmenswert** dauerhaft zu **steigern**.

Reputation im Internet:

Vor allem im **Internet** wird **Reputation** immer wichtiger. Selbst bei alltäglichen **Kaufentscheidungen** zu Produkten oder Dienstleistungen wird immer öfter zuerst im **Google** recherchiert. Im Gegensatz zu früher können sich Unternehmen und Personen aber nicht nur im Internet **präsentieren**, sondern durch zahlreiche **Interaktionsmöglichkeiten** können Kunden zum Beispiel auf **Bewertungsportalen, Foren** und verschiedenen **sozialen Netzwerken** Ihre Meinung äußern. Für Unternehmen und Personen birgt diese Meinungsbildung diesbezüglich auch **Risiken**. Insbesondere bei negativen Äußerungen von Kunden oder meinungsbildenden Personen kann dies **negative wirtschaftliche** und **persönliche Folgen** nach sich ziehen.

Andererseits kann eine **hohe Reputation** viele **Vorteile** (auch Wettbewerbsvorteile) bringen, wie zum Beispiel höhere **Kundenbindung**, **Vertrauensvorschuss**, **bessere Verhandlungspositionen**, usw. Es gibt auch **Strategien** um den Aufbau bzw. den Erhalt einer hohen Reputation zu fördern.

Reputationsmanagement:

Unter **Reputationsmanagement** wird einerseits die **Überwachung** und daraus folgernd die **Beeinflussung** der Reputation verstanden. In Unternehmen zählt **Reputationsmanagement** als wichtiger **Wertschöpfungsfaktor**.

Wichtige Aufgaben sind es, dass **Unternehmen** bzw. **Personen** sich als **verlässliche Partner** erweisen und bedeutet aber auch, dass **Erwartungen erfüllt** werden.

Vorgehensweise im Reputationsmanagement:

Zuerst werden **Suchanfragen** zur **Person** oder des **Unternehmens** in Suchmaschinen eingegeben. Werden dabei **negative** oder **unrichtige Angaben** gefunden, wird versucht, diesen aktiv **gegenzusteuern**. Diese Maßnahmen beinhalten z.B. das Streuen von **Online-Profilen, Webseiten** in sozialen Medien, usw. um ein **positives Bild** wiederzugeben.

Somit kann es gelingen, die **negativen Suchmaschineneinträge** zuerst von der ersten Seite einer Suchmaschinenanfrage zu **verdrängen**. Zu beachten ist allerdings, dass **Reputationsmanagement keine Einmal-Aktion** ist, sondern kontinuierlich durchgeführt werden muss.

Hinweis:

Weitere tolle und kostenlose
Softwaretools und Ebooks unter:

<http://schoenberg.co.at/blog-software>

