

Ruf-Management - Wie das Geschäftsrisiko Firmenruf in der Praxis eingeschätzt wird

14.04.2009, 08:14 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *Marketing Constructor GbR Einecke & Giesche*



Agentur für Online-Reputation-Management und Online-Marketing

Die Meinungen, in welchen Medien einem Unternehmen oder seinen Mitarbeiter durch negative Äußerungen am meisten geschadet werden kann, sind sehr zweigeteilt. Eine größere Gruppe erfahrener Manager schätzt ein, dass hier nach wie vor die klassischen Medien Fernsehen und Radio die größte Rolle spielen. Ein Grund dafür ist, dass diese quasi für jedermann zugänglich sind. Doch auch das Potential des Internets sollte man nicht unterschätzen, gibt eine weitere große Gruppe Firmeninhaber zu bedenken. Hier kann sich jeder ungehindert in Blogs und Foren produzieren und die Pressefreiheit bis an die Grenzen ausreizen.

Die Verbreitung von Nachrichten über das Internet ist immer weiter auf dem Vormarsch. Dafür sorgen auch die ständigen Erweiterungen der technischen Möglichkeiten. Im weltweiten Netz finden sich immer wieder Communitys zusammen, die einen bestimmten Zweck mit ihren Plattformen verfolgen, zu denen immer häufiger auch die Diffamierung ganzer Unternehmen oder einzelner Mitarbeiter gehört. Wie schnell auf diesem Weg der Ruf nachhaltig geschädigt werden kann, beweisen immer wieder die virtuellen Übergriffe auf Pädagogen, die von Schülern gestartet werden, die entweder dem Leistungsdruck nicht gewachsen sind oder mit den Lehrmethoden einzelner Ausbilder unzufrieden sind.

Ein weiterer großer Unterschied zwischen den klassischen Medien und dem Internet besteht darin, dass die im Internet veröffentlichten Informationen weltweit verfügbar sind, während Presse, Rundfunk und Fernsehen meist nur einen lokal oder sprachlich begrenzten Personenkreis ansprechen können. Selbst fehlende Fremdsprachenkenntnisse sind durch die zahlreichen Tools zur Übersetzung ganzer Websites heute kein Hindernis mehr, das einem den Weg zu Insiderinformationen von Firmen oder Einzelpersonen versperren könnte.

Immerhin schätzen mehr als zwei Drittel der Führungskräfte ein, dass ihr Ruf durch die Veröffentlichung falscher oder bewusst verfälschter Informationen über sie oder das Unternehmen, in dem sie tätig sind, gefährdet ist. Besonders in wirtschaftlich schwierigen Zeiten mehren sich solche verbalen Attacken, da man sich davon auf Seiten der Angreifer Wettbewerbsvorteile verspricht und in vielen Fällen auch erzielt. Das liegt auch an der Denkweise der Menschen, denn selbst bei Nachrichten, die sich im Nachhinein als völlig falsch erweisen, bleibt immer ein negativer Nachgeschmack erhalten.

Fast alle Manager nutzen die Möglichkeiten des Internets, um die Veröffentlichungen über die eigene Person oder die eigene Firma prüfen zu können. Auf Grund der dort verfügbaren größeren Menge an Informationen kann ein deutlich umfassenderes Bild gezeichnet werden als mit einer kleinen Rundfunk- oder Fernsehnachricht. Viele von ihnen gehen sogar so weit, klar zum Ausdruck zu bringen, dass es in den Zeiten der elektronischen Kommunikation und Informationsbeschaffung naiv wäre, zu glauben, dass diese Chancen zur Verbreitung negativer Nachrichten nicht genutzt werden würden.

Dabei wurde der Trend festgestellt, dass ein schlechter Ruf des Unternehmens der eigenen Karriere oft mehr schadet, als wenn man als Einzelperson solchen verbalen Attacken ausgesetzt ist. Dieser Meinung sind immerhin mehr als sechzig Prozent der hochrangigen Führungskräfte, wie in einer breit angelegten Befragung ermittelt wurde. Diese Erfahrung mussten auch immer wieder die Geschäftsführer von angegriffenen Unternehmen machen. Einige von ihnen wiegen sich allerdings auch in Sicherheit, weil sie sich nicht die Mühe machen, die öffentliche Meinung über ihre Person zu prüfen. Kommen dazu Hinweise von untergebenen Mitarbeitern oder anderen Dritten, ist es für eine wirksame Schadensbegrenzung oft schon zu spät. Auch hier steckt der psychologische Aspekt dahinter, dass die Mitarbeiter oft um des lieben Friedens willen schweigen oder nicht als Überbringer schlechter Nachrichten beim Chef in Ungnade fallen wollen.

Eine sehr große Gefahr für den Ruf eines Unternehmens oder seiner Mitarbeiter geht von entlassenen Angestellten aus, die oft ihren Frust über den Verlust des Arbeitsplatzes damit kompensieren, dass sie in der Öffentlichkeit des Internets über ihn herziehen. Dazu braucht man sich nur die Inhalte vermeintlicher Plattformen für Mobbingopfer anzuschauen. Würde man hier für jede Behauptung Beweise fordern, könnte ein großer Teil der Aussagen in der Realität nicht mehr standhalten, obwohl man einräumen muss, dass in einigen Firmen auf Grund der Sorge um den eigenen Arbeitsplatz oft sehr heftige Mobbingkampagnen gestartet werden, die in der Folge ebenfalls zu einer Offenlegung der Vorgänge führen können. Hier besteht zusätzlich immer die Gefahr, dass die echten Mobbingopfer häufig auch über Insiderwissen verfügen, das sie dann gegen den Arbeitgeber oder dessen Erfüllungsgehilfen verwenden können und das deren Ruf sehr nachhaltig schaden kann.

Als eine der möglichen Gegenmaßnahmen werden gut strukturierte und psychologisch durchdachte eigene Websites ins Auge gefasst. Hier sollte man jedoch auch auf ein entsprechendes Ranking achten, um sicher zu stellen, dass sie in den Suchmaschinen vor den Seiten mit den diffamierenden Inhalten auftauchen. Hier sehen die Rufexperten die Basis für die Schaffung, Erhaltung und Wiederherstellung eines positiven Firmen- und Personenimages. Auch eine ständige Kontrolle von so genannten Meckerseiten im Internet ist eine sinnvolle Maßnahme. Beleidigende oder verleumdende Einträge kann man von den Betreibern der Blogs und Foren sperren lassen oder sich selbst als User für eine Stellungnahme eintragen. Als beste Form hat sich ein paralleles Vorgehen erwiesen.

Ein weiteres Problem bei der Entstehung, Bewertung und Veränderung der Web Reputation einer Firma oder einer Person ist, dass die negativen Nachrichten im Internet auch noch Jahre später verfügbar sind, während sie in den traditionellen Medien nur sehr kurzfristig angesehen oder angehört werden können. Hinzu kommt, dass man vielen solcher diffamierenden Websites nicht einmal entnehmen kann, von wann die jeweiligen Beiträge stammen und so immer die Gefahr besteht, dass uralte Nachrichten von unerfahrenen Usern als aktuell gültige eingestuft werden.

Wer diesen Gefahren aktiv begegnen möchte, der kommt um ein Online-Reputation-Management nicht herum. Das kann man selbst tun, sollte aber dafür viel Zeit und Nerven einplanen, die man in dem Fall dann nicht mehr für die eigentliche Geschäftstätigkeit, die Familie oder seine Hobbys zur Verfügung hat. Die gebräuchliche Alternative ist neuerdings, das Ruf-Management als Dienstleistung in Auftrag zu geben. Das spart nicht nur Zeit, sondern ist auch effektiver, weil die Experten genau wissen, wo sich negative Nachrichten verstecken können und auch wissen, wie man eine Entfernung und Richtigstellung notfalls auch mit Rechtsmitteln bewirken kann. Darüber hinaus umfasst das Online-Reputation-Management auch den gezielten Aufbau eines neuen Images.

Portrait

Die in diesem Jahr gegründete Agentur, Marketing Constructor GbR Einecke & Giesche, hat sich auf das Ruf-Management von Privatpersonen, Unternehmen und Produkten spezialisiert. Mit dieser Dienstleistung deckt das junge

Unternehmen einen Bereich ab, der von klassischen Internetagenturen nur teilweise oder auch gar nicht berücksichtigt wird.

Die Agentur wendet hierbei die unterschiedlichsten Techniken an, um den Ruf im Internet zu überprüfen, verwalten und gegebenenfalls zu korrigieren oder positiv zu beeinflussen. Dabei geht es um eine Überprüfung von Foren, Blogs und Suchergebnissen im Zusammenhang mit Meinungen zu einem Produkt/Unternehmen oder zu den Informationen über einen Namen.

Gern steht die Marketing Constructor GbR Einecke & Giesche ihren Kunden kompetent und professionell zur Seite, wenn es darum geht ihre Web Reputation zu verbessern.

News-ID: 300206 • Views: 1047 (Stand: 03.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/300206/Ruf-Management-Wie-das-Geschaeftsrisiko-Firmenruf-in-der-Praxis-ingeschaetzt-wird.html>