

Inhaltsverzeichnis

1 Grundlagen	1
1.1 Was ist Reputation?	2
1.1.1 Die Rolle der Digitalisierung für die Reputation	3
1.1.2 Hier wird die Reputation gebildet	3
1.1.3 Studie zum aktuellen Stand der Unternehmensreputation	6
1.1.4 Herausforderung Reputation für kleine und mittelständische Unternehmen	7
1.2 Wer braucht ein Reputationsmanagement?	9
1.3 Warum ist Reputationsmanagement so wichtig?	10
1.3.1 Reputationsmanagement trägt entscheidend zum Profit bei	10
1.3.2 Reputation prägt die Meinungsbildung	11
1.3.3 Loyalität der Mitarbeiter leidet bei schlechter Reputation	12
1.3.4 Eine gute Reputation trägt zur Kundenbindung bei	13
1.3.5 Eine gute Reputation steigert den Marktwert eines Unternehmens	13
1.3.6 Gute Reputation sichert Vorteile gegenüber Wettbewerbern	14
1.3.7 Eine gute Reputation schafft Vertrauen zum Unternehmen	14
	VII

VIII Inhaltsverzeichnis

1.3.8	Reputation aktiv steuern, statt nur darauf reagieren	15
1.4	Herausforderung Reputation für den Mittelstand	15
1.4.1	Anonymität im Internet	15
1.4.2	Was gesagt ist, ist gesagt	16
1.4.3	Informationen werden aus dem Kontext gerissen	17
1.4.4	Verbreitung von Desinformationen	17
1.5	Gefahren für die Reputation von Mittelständlern	18
1.5.1	Selbst verschuldete Reputationsrisiken für Unternehmen	19
1.5.2	Reputationsrisiken von außen	22
1.5.3	Der Barbra-Streisand-Effekt	29
1.6	Was beeinflusst die Reputation?	30
	Weiterführende Literatur	31
2	Analyse des Ist-Zustandes	33
2.1	So erkennen Sie den Ist-Zustand Ihrer Online-Reputation	34
2.1.1	Verkaufs- und Finanzleistung	34
2.1.2	Stakeholder-Umfragen	35
2.1.3	Bewertungsportale im Internet	39
2.1.4	Anzahl der Bewerbungen	43
2.1.5	Einladung zu Vorträgen	43
2.2	Tools zur Analyse des Ist-Zustandes	43
2.2.1	Google Alerts einrichten	43
2.2.2	Social Media Analyse	44
2.2.3	Tools zur Überwachung der Reputation	44
	Weiterführende Literatur	45
3	Reputationsmanagement	47
3.1	Was ist Reputationsmanagement?	48
3.2	Reputationsmanagement und Employer Branding	48
3.3	Internes Reputationsmanagement	52
3.4	Externes Reputationsmanagement	55
3.5	Reputationsmanagement im Social Media	58
3.5.1	Social Media Monitoring	59

3.5.2	Einsatz von Social Media im Reputationsmanagement bei KMU	61
3.6	Cybersicherheit schaffen	63
3.6.1	Deutsche Wirtschaft ist stark bedroht	65
3.6.2	Informationssicherheit liegt nicht nur bei der IT	66
3.6.3	Folgen des Vertrauensverlustes durch Cyberangriffe	67
3.6.4	So können Sie für Ihr Unternehmen Cybersicherheit herstellen	67
3.6.5	Das Beispiel Amazon: Schlechtes Image, massenhaft Kunden	68
	Weiterführende Literatur	71
4	Krisenmanagement: Was, wenn die Reputation ganz unten ist?	73
4.1	Wann spricht man von einem Reputationsschaden?	74
4.2	Erste Schritte: Reputationsschaden identifizieren	74
4.3	Die Wiederherstellung der Reputation ist zeitkritisch	75
4.4	Strategien zur Rettung der Online-Reputation	76
4.4.1	Negative Beiträge im Internet löschen	76
4.4.2	Neue Inhalte schaffen	76
4.4.3	Suchmaschinenoptimierung	77
4.4.4	Keine Bewertungen kaufen	77
4.5	Was zeichnet eine gute Krisenkommunikation aus?	78
4.6	Beispiele für gutes Krisenmanagement	79
4.7	Was bringen Versicherungen gegen Reputationsschäden?	80
	Weiterführende Literatur	81
	Schlusswort	83