

Presseinformation

Zehn Wege zu einer besseren Reputation

- **Neues Buch: „Vordenker im Reputationsmanagement“ von Faktenkontor**

*Reputationskrisen
führen zu
finanziellen
Verlusten / Neues
Buch: „Vordenker
im Reputations-
management“*

Hamburg, den 27. April 2016 – „Die Reputation ist einer der wichtigsten Werte des Unternehmens“ – das sagen neun von zehn befragten Topmanagern. Und 64 Prozent der Entscheider haben in ihrer eigenen Firma schon finanzielle Schäden durch Reputationskrisen hinnehmen müssen. Trotzdem fehlt es in vielen Unternehmen noch an einer fundierten Strategie zum Reputationsmanagement. Hilfestellung gibt das neu erschienene Buch „Vordenker im Reputationsmanagement. Die 10 entscheidenden Erfolgsfaktoren für (Kommunikations-) Manager: Reputation strategisch planen und steuern“ der Hamburger Kommunikationsberatung Faktenkontor.

*Autoren analysieren
Forschungs-
ergebnisse*

Die Autoren Dr. Roland Heintze und Jörg Forthmann haben zahlreiche Studien zum Thema analysiert, aus dem aktuellen Stand der Forschung die zehn entscheidenden Erfolgsfaktoren für das Reputationsmanagement herausdestilliert und in dem Buch anschaulich erläutert.

Erfolgsfaktor-Top-3

Vor allem auf diese Top-3-Erfolgsfaktoren für das Reputationsmanagement sollten Unternehmen achten:

*Reputations-
management
langfristig anlegen*

#1 Reputationsmanagement ist mehr als das Managen von Reputationskrisen

Viele Top-Manager beschäftigen sich erst mit der Unternehmensreputation, wenn diese durch eine Krise akut bedroht ist. Das ist kurzsichtig. Erfolgreiches Reputationsmanagement betreibt einen langfristigen Reputationsaufbau und wird auch präventiv tätig. Es gilt, potenzielle Reputationsrisiken frühzeitig zu identifizieren und abzustellen, so dass Krisen entschärft werden, noch bevor sie eintreten.

*Reputation in
Unternehmens-
strategie integrieren*

#2 Reputation muss Teil der Unternehmensstrategie sein

Reputation ruht auf drei Säulen: Leistung, Verhalten und Kommunikation. Nur wenn gute Leistungen zu erbringen und werteorientiertes Verhalten vom Top-Management in die Unternehmensstrategie integriert und im Betrieb gelebt werden, kann eine darauf aufsetzende Kommunikation die Reputation nachhaltig stärken.

Reputations-
messung

#3 Nur wer Reputation misst, kann sie auch steuern

Eine gute Leistung allein macht noch keine gute Reputation – dazu muss die Leistung auch wahrgenommen werden. Ob und über welche Kanäle das geschieht, welchen Ruf ein Unternehmen in der Öffentlichkeit genießt und wie sich die Reputation auf wirtschaftliche Erfolgsfaktoren wie Kauf- und Weiterempfehlungsbereitschaft auswirkt – das lässt sich durch bewährte, professionelle Marktforschungsansätze ermitteln. Nur wer so die eigenen Stärken und Schwächen identifiziert, kann seine Stärken aus- und seine Schwächen abbauen und die Reputationskommunikation über die wirklich relevanten Kanäle laufen lassen.

Ausgezeichnete
Best Practices

Abgerundet wird das Buch durch drei „Best Practices“ der titelgebenden, ausgezeichneten „Vordenker im Reputationsmanagement“ Prof. Dr. Christof E. Ehrhart (Deutsche Post DHL Group), Dr. Michael Helbig (KfW) sowie Heiko von Tschischwitz und Ralph Kampwirth (Lichtblick SE).

Titelbild Buch
„Vordenker im
Reputations-
management. Die
10 entscheidenden
Erfolgsfaktoren für
(Kommunikations-
)Manager:
Reputation
strategisch planen
und steuern“



„Vordenker im Reputationsmanagement. Die 10 entscheidenden Erfolgsfaktoren für (Kommunikations-) Manager: Reputation strategisch planen und steuern“ von Dr. Roland Heintze und Jörg Forthmann ist im Verlag BoD – Books on Demand, Norderstedt erschienen und unter ISBN 978-3-73921-3668 für 39,00 Euro als Hardcover sowie für 19,99 Euro in der Kindle-Edition im Buchhandel erhältlich.

Faktenkontor GmbH · Ludwig-Erhard-Straße 37 · 20459 Hamburg

Ansprechpartner: Dr. Roland Heintze, Tel.: 0 40/253 185-110, Fax: 0 40/253 185-310
E-Mail: Roland.Heintze@faktenkontor.de Internet: www.faktenkontor.de

Blogs der Autoren

Mehr von den Autoren zu Reputationsmanagement und Krisenkommunikation finden interessierte Leser in den Faktenkontor-Blogs „Reputationsprofis“ und „Mediengau“.

Reputationsprofis:

<http://www.faktenkontor.de/reputation-management-blog-reputationsprofis/>

Mediengau:

<http://www.faktenkontor.de/krisen-pr-blog-mediengau/>

*Faktenkontor:
Berater für
Unternehmens-
und Vertriebs-
kommunikation*

Faktenkontor ist der Berater für Unternehmens- und Vertriebskommunikation. Branchenerfahrene Experten unterstützen Unternehmen aus Finanzdienstleistung, Gesundheitswirtschaft sowie der Beratungs- und Technologie-Branche darin, ihre Zielgruppen über klassische und digitale Medien sowie im persönlichen Kontakt zu erreichen. Neben Medienberatung gehören Konzeption und Umsetzung von Kampagnen sowie Social-Media-Strategien zum Leistungsspektrum. Das Faktenkontor ist zertifiziertes Mitglied der Gesellschaft der führenden PR- und Kommunikationsagenturen (GPRA) und zertifiziertes Mitglied des Hamburger Consulting Club e.V. (HCC).

Besuchen Sie unsere Website: www.faktenkontor.de.