



# 360 Grad-Ansatz Reputationsmanagement in Unternehmen

Prof. Dr. Ulrich Bihler

# Reputationsmanagement von Unternehmen

Der Geschäftserfolg hängt von den Stakeholdern eines Unternehmens ab.



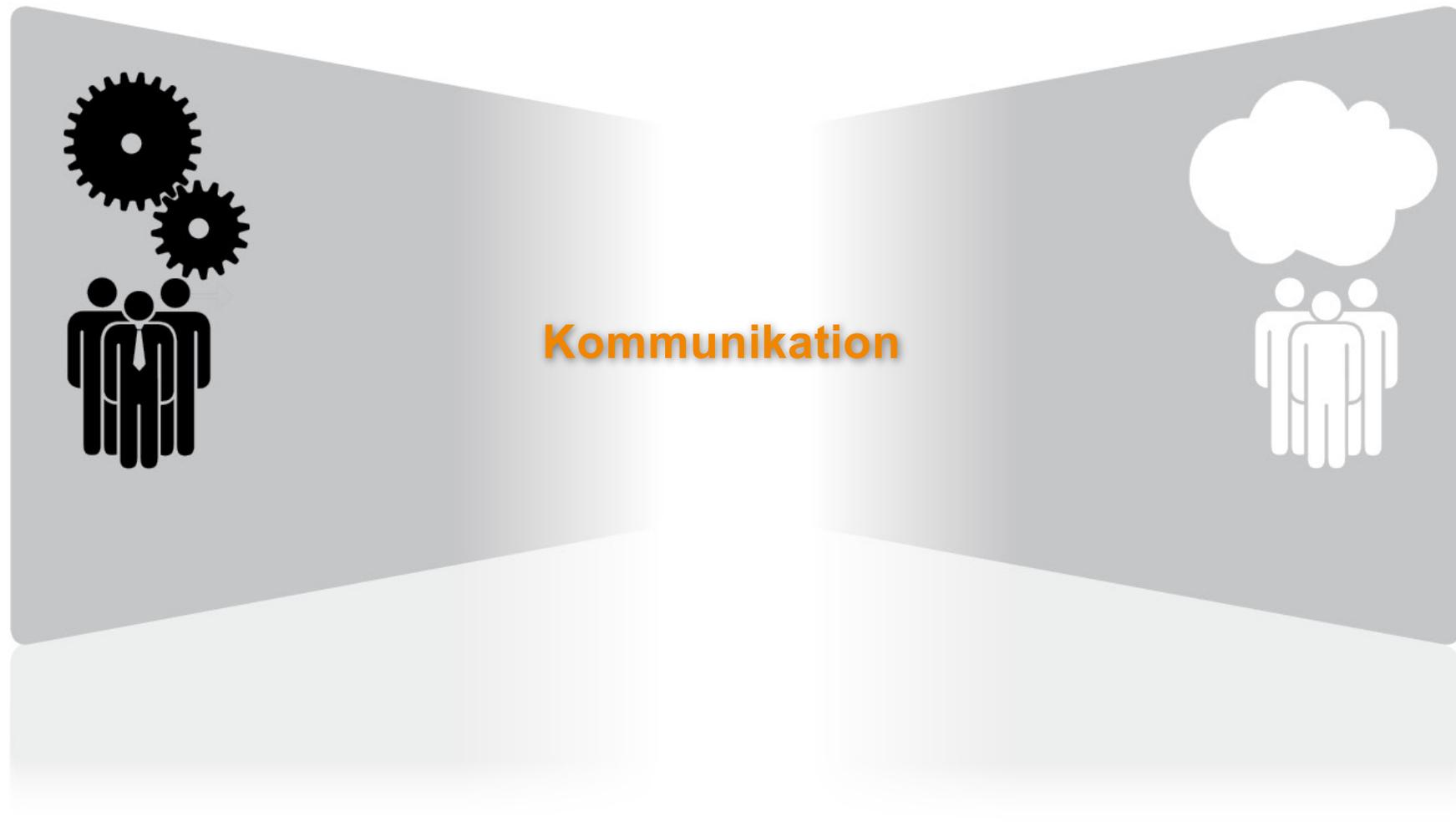
Unternehmen streben nach Ertrag.  
Dafür brauchen sie die Unterstützung  
der Stakeholder.



Je positiver die Stakeholder das Unternehmen  
wahrnehmen, desto höher ist die Chance auf  
wirtschaftlichen Erfolg.

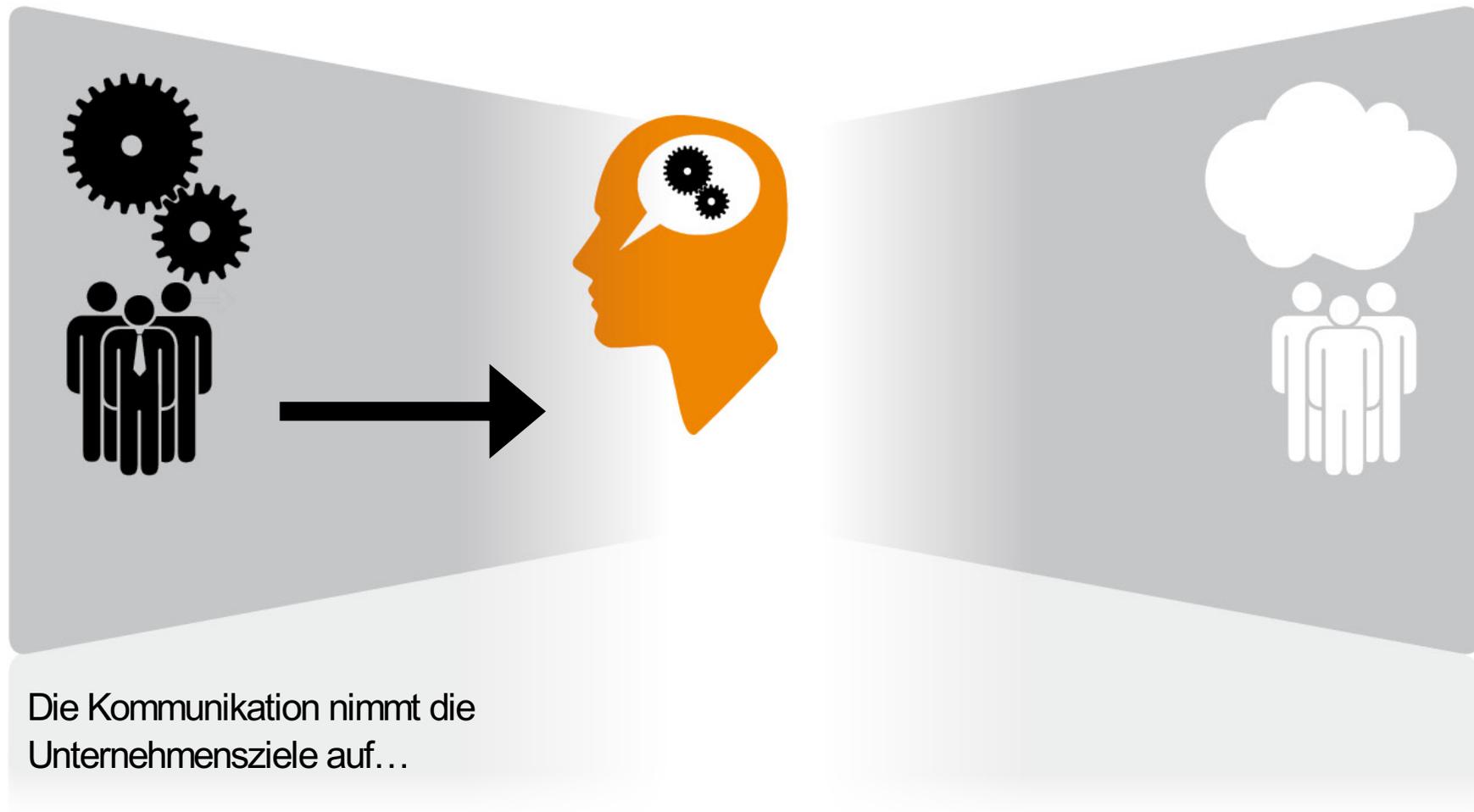
# Reputationsmanagement von Unternehmen

Die Unternehmenskommunikation vermittelt zwischen dem Unternehmen und seinen Stakeholdern.



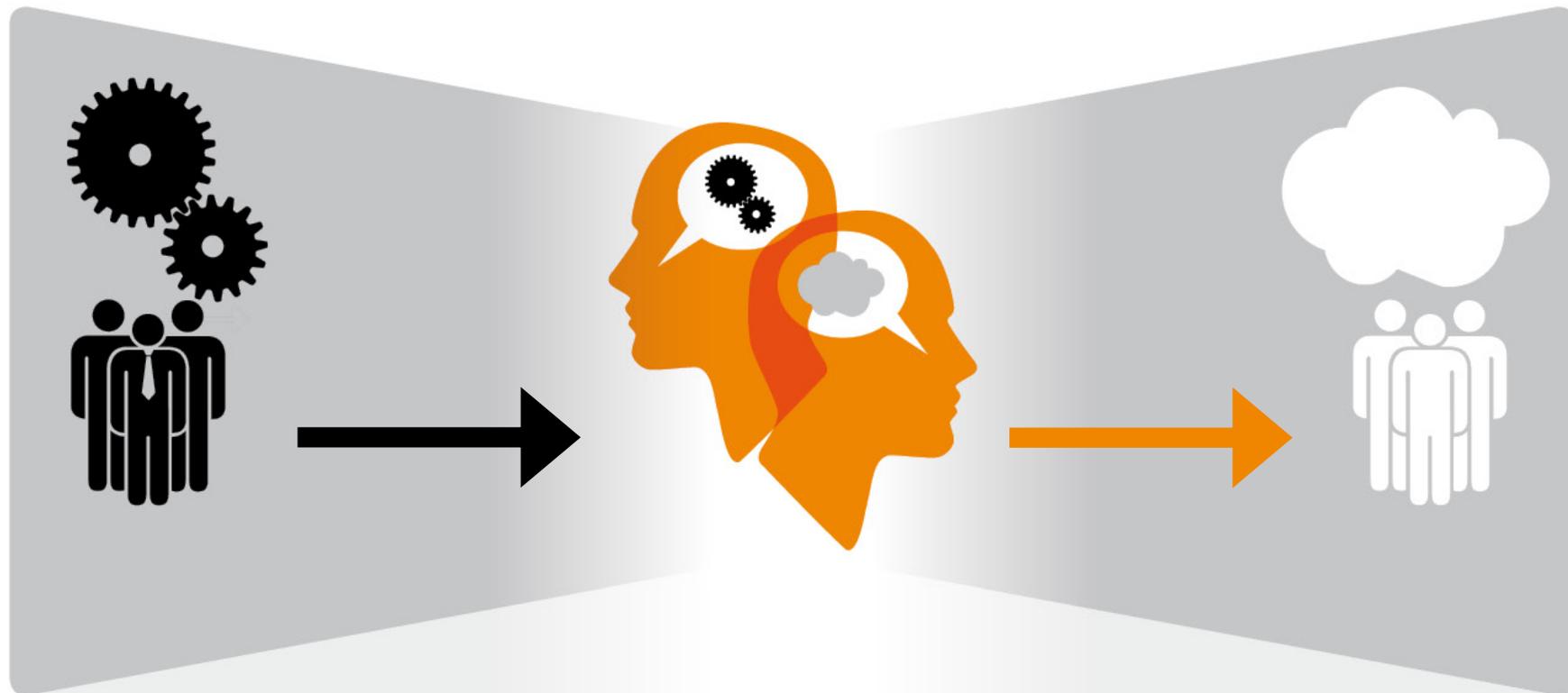
# Reputationsmanagement von Unternehmen

Inside – Out: Die Unternehmensziele leiten die Kommunikation mit den Stakeholdern.



# Reputationsmanagement von Unternehmen

Inside – Out: Die Unternehmensziele leiten die Kommunikation mit den Stakeholdern.



Die Kommunikation nimmt die Unternehmensziele auf...

...und übersetzt sie in geeignete Botschaften und Maßnahmen für die Stakeholder.

# Reputationsmanagement von Unternehmen

Outside – In: Die Stakeholder-Meinung wird ins Unternehmen eingespeist.



Wie ein Sensor erfasst die Kommunikation  
Erwartungen und Einstellungen der Stakeholder...

# Reputationsmanagement von Unternehmen

Outside – In: Die Stakeholder-Meinung wird ins Unternehmen eingespeist.



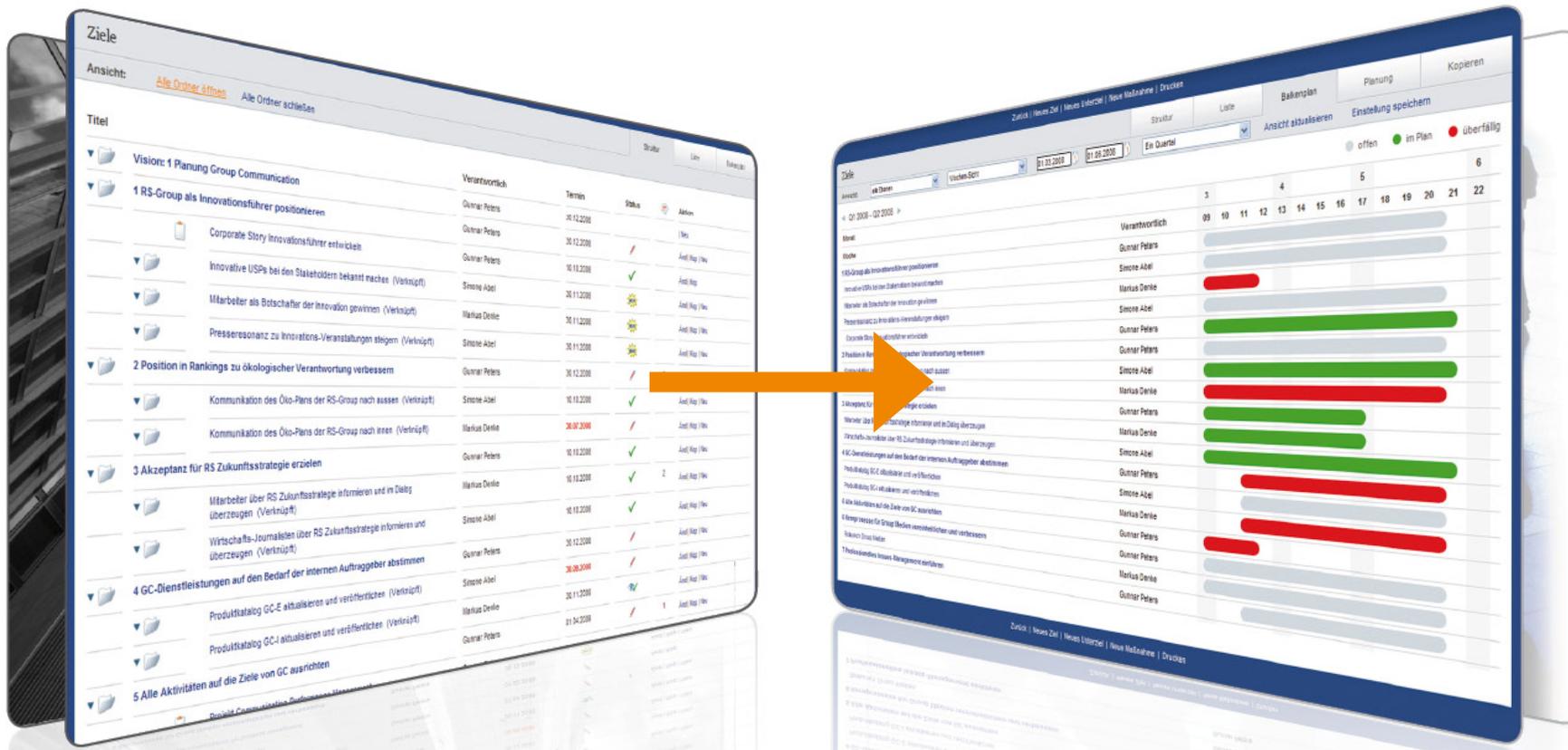
...und trägt die Kenntnisse  
ins Unternehmen hinein.

Wie ein Sensor erfasst die Kommunikation  
Erwartungen und Einstellungen der Stakeholder...



# Reputationsmanagement von Unternehmen

Inside – Out: Strategisch ausgerichtete Ziele und Maßnahmen.



II. Aus den Unternehmenszielen werden Kommunikationsziele abgeleitet.

III. Kommunikationszielen werden Themen und Maßnahmen zugeordnet.

# Reputationsmanagement von Unternehmen

Inside – Out: Themen und Maßnahmen beeinflussen Stakeholder.



III. Kommunikationszielen werden Themen und Maßnahmen zugeordnet.

IV. Themen und Maßnahmen wirken auf die Stakeholder des Unternehmens.

# Reputationsmanagement von Unternehmen

Inside – Out: Erfolg der Maßnahmen und Themen wird gemessen.



# Reputationsmanagement von Unternehmen

Inside – Out: Erfolgskontrolle fließt in die Reputationsspinne ein.



V. Über Messinstrumente wird der Erfolg der Themen und Maßnahmen evaluiert.

VI. Ergebnisse werden in der Reputationsspinne erfasst.

# Reputationsmanagement von Unternehmen

Outside – In: Ausgangspunkt Stakeholder.



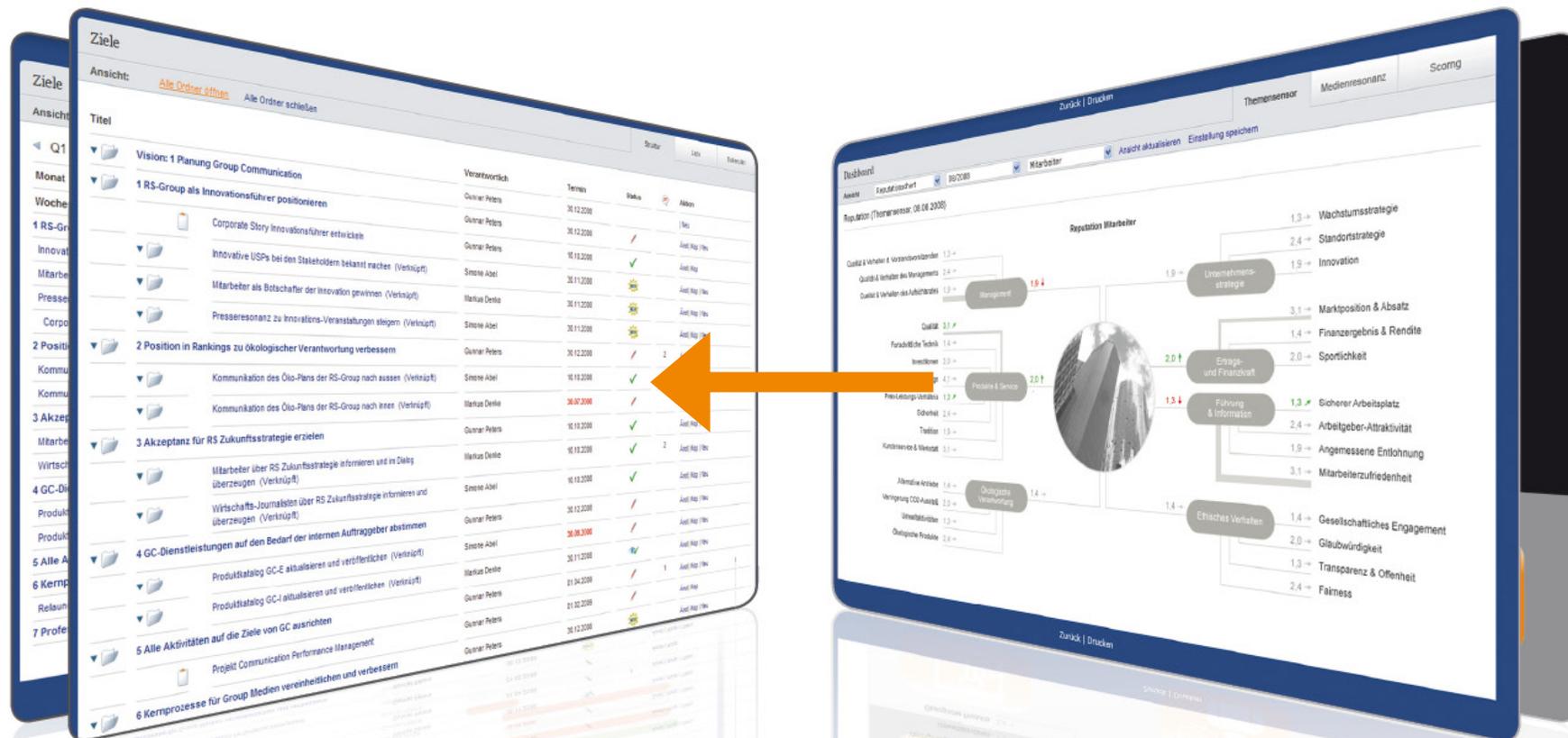
# Reputationsmanagement von Unternehmen

Outside – In: Planung auf Basis von Marktforschungsergebnissen.



# Reputationsmanagement von Unternehmen

Outside – In: Ziele werden gezielt auf Reputation ausgerichtet.

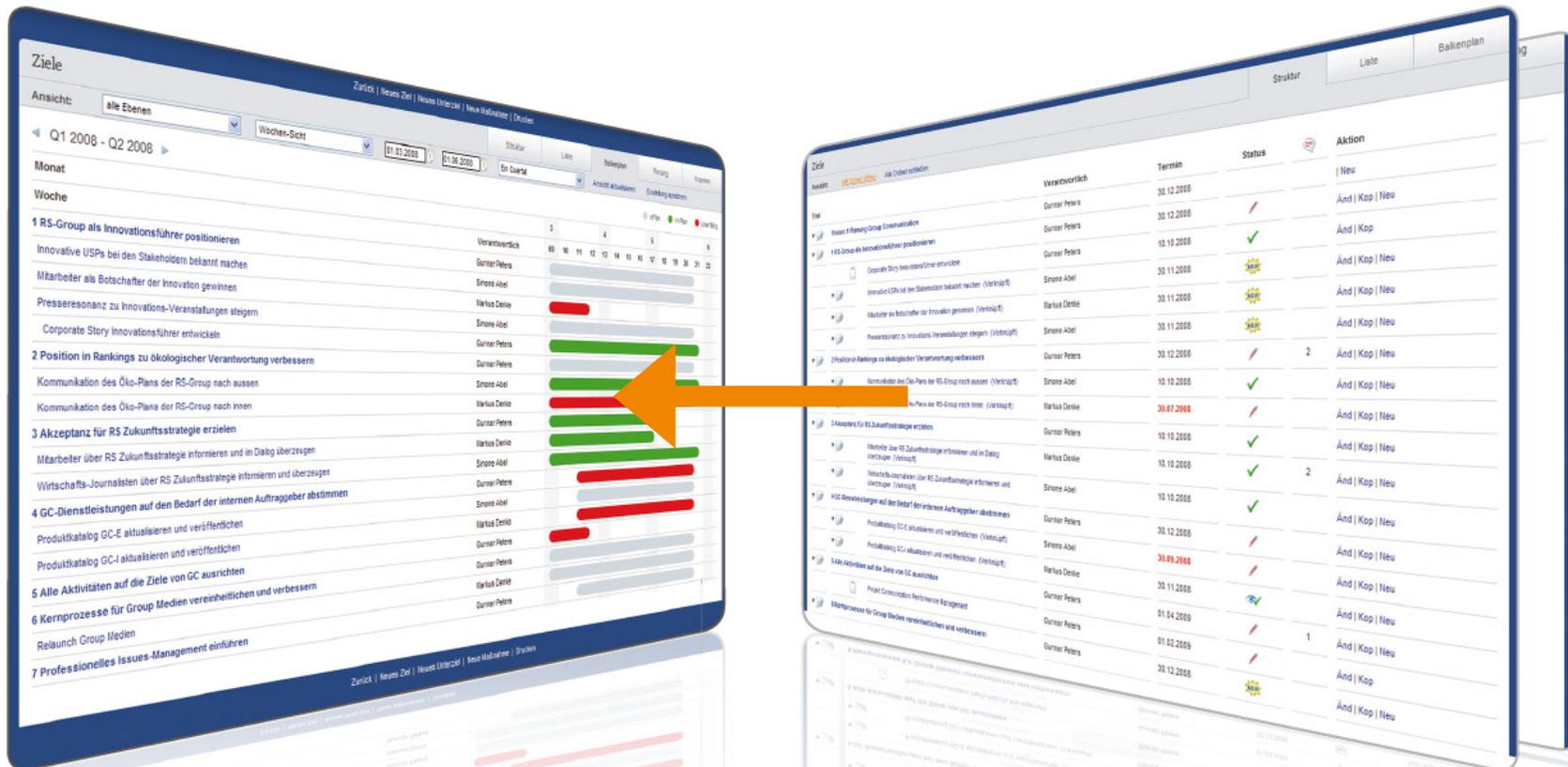


IV. Die Reputationsspinne liefert die Vorgaben für die Zielplanung.

III. Ergebnisse werden in die Reputationsspinne eingeordnet.

# Reputationsmanagement von Unternehmen

Outside – In: Aus Zielen werden Themen und Maßnahmen abgeleitet.



V. Zu den Zielen werden geeignete Themen und Maßnahmen für die Stakeholder entwickelt.

IV. Die Reputationsspinne liefert die Vorgaben für die Zielplanung.