

Online Reputation Management: Banken haben oft Nachholbedarf

Studie belegt: Reputationsmanagement im Internet wird von vielen Unternehmen vernachlässigt - Der OnlineMarketingBerater informiert

Die Reputation ist der wichtigste immaterielle Erfolgsfaktor vieler Unternehmen – doch 27% vernachlässigen noch immer das aktive Reputationsmanagement, wie eine aktuelle Studie zeigt. Insbesondere Banken und produzierendes Gewerbe stellen sich den Herausforderungen, die vor allem die Social Media für das Markenimage bedeuten, oftmals nur unzureichend. Der OnlineMarketingBerater informiert.

Reputationsrisiken werden in der Wirtschaft mittlerweile als ernste Bedrohung für den geschäftlichen Erfolg wahrgenommen – doch bleiben Risikobewusstsein und Handlungsbereitschaft branchenabhängig sehr unterschiedlich stark ausgeprägt. Dies belegt eine aktuelle Umfrage von RiskNET unter rund 400 Experten für Risikomanagement aus Deutschland, Österreich und der Schweiz.

Rund ein Viertel der Befragten gibt an, Gefährdungen der Reputation – zum Beispiel durch Verbreitung von Gerüchten online in Social Media – derzeit noch nicht im betriebseigenen Reputationsmanagement zu berücksichtigen. Eine der Ausnahmen stellt laut RiskNET-Studie die Versicherungswirtschaft dar: 93,8% der Verantwortlichen erklärten, Risiken für die Unternehmensreputation bereits in das Risikomanagement integriert zu haben (Durchschnittswert über alle Branchen: 73%).

Doch längst nicht alle Finanzdienstleister haben das Thema Online Reputation Management bereits auf der Agenda: Bei den Banken geben nur 66,7% an, aktiv auf potenzielle Gefahren für die Reputation zu reagieren bzw. diese auszuwerten. Rund ein Drittel der Kreditinstitute nimmt die neuen Herausforderungen, die insbesondere das Internet an Risikomanagement und Kommunikation stellt, offensichtlich nicht oder nur unzureichend wahr. Darüber hinaus rechnen 62,5% aller 400 Befragten damit, dass Gefährdungen der Reputation in Zukunft an Bedeutung gewinnen werden; weniger als 5% der Risikomanager rechnen mit einem rückläufigen Trend. Ein grundsätzliches Problembewusstsein ist also vorhanden – wird aber nicht immer in konkretes Handeln übertragen, könnte das Fazit lauten.

Vor allem Finanzdienstleister sind heutzutage auf ein präventives, aber auch reagierendes Reputation Management angewiesen, um ihre Marke auch im Internet vor negativer Publicity zu schützen. Denn mit dem Markenwert steht und fällt in vielen Branchen auch die Wettbewerbsfähigkeit – mit direkten Konsequenzen für Umsatz und Börsenwert eines Unternehmens. Zentraler Baustein in einem ganzheitlichen Risikomanagement ist heute vor allem der Bereich Online Reputation Management, denn Versicherungs- und Bankkunden tauschen sich im Netz über ihre Erfahrungen mit Finanzprodukten, Beratern und Serviceleistungen aus – und negative Statements, aber auch rufschädigende Gerüchte verbreiten sich rasant über soziale Channels wie Facebook, Twitter oder Bewertungsportalen. Hier gilt es, Risiken frühzeitig zu erkennen, deeskalierend in sozialen Medien zu kommunizieren und zugrundeliegende Defizite in der eigenen Kommunikation schnellstmöglich zu

beheben. Konsumentenvertrauen zurückgewinnen, der Markenwert schützen – das sind die Hauptziele im Online Reputation Management.

Der OnlineMarketingBerater betreut aktuell mehrere renommierte Finanzdienstleister im Bereich Online Reputation Management und Internet Public Relations. Das Leistungsportfolio umfasst die klassische Online-PR, Social Media Communication, Corporate Blogging sowie das kontinuierliche digitale Reputation Monitoring.

Online Reputation und Risikomanagement: Weitere aktuelle Informationen zu diesem Thema sind erhältlich unter <http://www.online-marketing-berater.com>

Der OnlineMarketingBerater

Mit einem bundesweiten Expertennetzwerk entwickelt *Der OnlineMarketingBerater* für Kunden aus verschiedenen Branchen individualisierte Lösungskonzepte zur Umsatz- und Imagesteigerung im Internet. Das Leistungsportfolio umfasst mit den Bereichen Suchmaschinenoptimierung (SEO), Google AdWords (SEA), Social Media Marketing (SMM), Internet Public Relations (IPR), und Online Reputation Management (ORM) alle wesentlichen Disziplinen, die heute im Online Marketing und damit in der digitalen Geschäftswelt erfolgsentscheidend sind.

Der OnlineMarketingBerater betreibt Niederlassungen in Würzburg, Frankfurt am Main und Stuttgart.

Der OnlineMarketingBerater
Peter Zahn

Mozart-Center
Berliner Platz 12
97080 Würzburg

Tel.: +49 (0) 931 - 260 27500
Fax: +49 (0) 931 - 260 2750-29

E-Mail: presse@online-marketing-berater.com
Internet: <http://www.online-marketing-berater.com>