



Rufschädigung im Internet – Was kann man dagegen tun?
 Wer braucht Reputationsmanagement?
 Wie funktioniert PrimSEO Online Reputationsmanagement?

PrimSEO Reputationsmanagement arbeitet für Ihren guten Ruf!

PERSÖNLICHE BETREUUNG
 VON DER PLANUNG BIS ZUR UMSETZUNG

INDIVIDUELLE VORGEHENSWEISE

DISKRET, ERFOLGREICH UND NACHHALTIG

ONLINE REPUTATION MANAGEMENT (ORM) – WAS STECKT DAHINTER?

Der sprichwörtliche „gute Ruf“ ist für Unternehmen oder Personen des öffentlichen Lebens von zentraler Bedeutung. Das Internet eröffnet ganz neue und sehr vielfältige Gelegenheiten, das Image einer Firma, einer Person oder einer Dienstleistung in Verruf zu bringen. Die Begriffe Ruf, Reputation oder Image sind nicht eindeutig definiert und werden im Alltag gerne synonym verwendet. Das Ziel von Reputationsmanagement – und hier ist das Internet ein ganz zentraler Bereich – ist eine Soll-Reputation, die bei einem Unternehmen von der gesamten Organisation im Sinne eines Leitgedankens verfolgt wird. Reputationsmanagement ist also nicht allein Aufgabe der Unternehmenskommunikation, sondern ist im Idealfall die Umsetzung einer Unternehmensphilosophie bzw. eines Zielbildes vom Unternehmen, von einem Produkt oder einer Dienstleistung. Zuverlässigkeit, Qualität, Wertbeständigkeit und modernste Technik könnten beispielsweise die Soll-Reputation eines bestimmten Produkts sein. Dafür müssen die Kommunikation, die Fertigung, der Service und die Entwicklung in einem Unternehmen Hand in Hand gehen, damit aus der Soll-Reputation eine Ist-Reputation wird.

REPUTATIONSMANAGEMENT IST IM IDEALFALL DIE UMSETZUNG EINER UNTERNEHMENSPHILOSOPHIE

Steht die Wahrnehmung der Stakeholder im Einklang mit der Reputationsstrategie, hat man alles richtig gemacht. Reputationsmanagement konzentriert sich dann auf

- die Pflege,
- den Ausbau und die
- Überwachung des guten Rufes im Internet.

Mit dem Internet rückt das Thema Reputationsmanagement immer mehr in den Focus jeder verantwortungsvollen Unternehmensführung. Wir leben in einer Zeit permanenter Recherche. Informationen gleich welcher Art stehen dank Google & Co. jederzeit zur Verfügung. Das Internet ist zugleich Tageszeitung, Branchenbuch, Marktplatz, soziales Netzwerk und vieles mehr, und es gewinnt zunehmend an Bedeutung. Die Grenzen zwischen Online und Offline verschwinden immer mehr. Längst ist das Internet für viele Menschen die erste Anlaufstelle, um sich über eine Person, über ein Unternehmen oder über ein bestimmtes Produkt zu informieren. Klassische Informationsquellen wie die Tageszeitung oder das Branchenbuch – da sind sich Medienexperten einig – werden nach und nach abgelöst. Von einer guten Online-Reputation hängt sehr viel ab. Der Umsatz eines Unternehmens, die Kreditvergabe einer Bank, die Anstellung eines Bewerbers – um nur einige wenige Beispiele anzuführen.

DIE EIGENE ONLINE REPUTATION SELBST IN DIE HAND NEHMEN

Wie gut der eigene Ruf oder der eines Unternehmens im Internet ist, hat man weitgehend selbst in der Hand. Grundsätzlich wird zwischen

- prophylaktischem Online Reputationsmanagement und
- Online Reputationsmanagement aus einem akuten Anlass heraus

unterschieden. Leider melden sich viele Unternehmen erst dann, wenn der Ruf im Internet schon massiv gefährdet ist. Der PR-Trendmonitor „Reputationsmanagement“ hat ermittelt, dass nur jedes vierte Unternehmen in Deutschland die eigene Online Reputation regelmäßig beobachtet. Auch liegt der Schwerpunkt der Reputationsstrategie nach wie vor auf der klassischen Pressearbeit.

SCHWERPUNKT DER REPUTATIONSSTRATEGIE NACH WIE VOR AUF DER KLASSISCHEN PRESSEARBEIT

Heute gehört Online Reputationsmanagement in jeden Businessplan. Ganz zu Anfang, beispielsweise bei der Gründung eines Unternehmens, präsentiert sich das Internet-Profil wie ein leeres Blatt Papier. Es liegt an uns selbst, wie wir dieses Blatt Papier füllen. Wir sollten uns Gedanken darüber machen, wie es am Ende im Idealfall auszusehen hat. Unsere Internet-Performance ist immer



PrimSEO: Weil Ihr guter Ruf wichtig ist – Andreas Bippes, Katja von Morstein und Dr. Thomas Bippes (v.l.)

auch ein Spiegelbild unserer Persönlichkeit. Jeder Mensch macht Fehler, in jedem Unternehmen werden falsche Entscheidungen getroffen. Niemand und nichts ist perfekt. In diesem Sinne wird sich auch unsere Online Reputation nicht nur aus idealtypischen Einzelteilen zusammensetzen. Das ist auch nicht das Ziel von Online Reputationsmanagement. Jeder sollte das Recht auf Vergessen haben. Und das selbst in einem Medium, das niemals vergisst – wie das Internet. Schlechte Inhalte sollten nicht dominieren, wenn man den Namen einer Person googelt. Hier sind die ersten beiden Ergebnisseiten bei den Suchmaschinen Google & Co. relevant. Dieses sichtbare Feld ist der Aufgabenbereich von Online Reputationsmanagement.

ONLINE REPUTATION IST IMMER AUCH SPIEGELBILD UNSERER PERSÖNLICHKEIT

Prophylaktisches Online Reputationsmanagement ist langfristig angelegt. Im Grunde geht es um Content-Management, mit dem mehrere Ziele gleichzeitig verfolgt werden. Denn auch die Suchmaschinenoptimierung (SEO), die Sichtbarkeit im Internet, wird auf diesem Wege effizient realisiert. Dadurch, dass eigene Inhalte sehr gute Sichtbarkeit bei Google & Co. genießen, sichert man sich zudem ab gegen schlechte, rufschädigende Inhalte. Online Reputationsmanagement ist in diesem Sinne nichts anderes als die Königsdisziplin der Suchmaschinenoptimierung.

ONLINE REPUTATIONS MANAGEMENT IST DIE KÖNIGSDISZIPLIN DER SUCHMASCHINENOPTIMIERUNG

Geht es um Online Reputationsmanagement aus einem akuten Anlass heraus, liegen bereits rufschädigende Inhalte

vor, die im Internet große Sichtbarkeit haben. Wichtig ist dabei immer auch die zeitliche Komponente. Je schneller negativer Content erkannt wird, umso eher können Gegenmaßnahmen ergriffen werden. Ein Beispiel – „googelt“ man den Namen einer Person, die schlechte Inhalte beklagt, dann erscheint dieser Content – Fotos, Videos, Texte – prominent auf Suchergebnisseite eins und zwei. Auch wenn dabei kein Fall dem anderen gleicht, geht PrimSEO Reputationsmanagement nach einer bewährten Methodik vor. Nach einem ausführlichen Gespräch werden schlechte Inhalte auch mit Hilfe einer speziellen Software möglichst komplett erfasst. Diese Erkenntnisse sind Grundlage einer Strategie, die mit dem Kunden besprochen wird und dann direkt in die Umsetzung geht.

PRIMSEO REPUTATIONS MANAGEMENT VERFOLGT EINE BEWÄHRTE METHODIK

Zunächst werden die Betreiber bzw. das Qualitätsmanagement der Webseiten, auf denen wir imageschädigende Inhalte gefunden haben, kontaktiert. Wir bitten darum, die Inhalte zu löschen. Das Landgericht Würzburg hat im März 2017 festgestellt, dass die Seitenbetreiber beleidigende Beiträge nicht aktiv suchen und löschen müssen. Deshalb treten wir hier sehr freundlich und kooperativ auf – Florett statt Hammer, Diplomatie statt Säbelrasseln! Wer sofort mit dem Anwalt droht, der muss sich nicht wundern, wenn er auf Granit bohrt. Die PrimSEO Erfolgsquote liegt hier bei etwa 80 Prozent.

Parallel dazu setzen wir eigene Inhalte. Das Internet bietet dafür genügend Raum. Welche Kombination an Kanälen wir dafür vorschlagen, hängt ganz vom Einzelfall ab. Wichtig ist, dass exzellente Inhalte und modernste SEO-Technik

eine Symbiose eingehen. Natürlich ist die eigene Webseite eine tragende Säule dieser Content-Strategie. Weitere Werkzeuge sind eigene Blogs und Webseiten, die sich einzelnen Aspekten oder Themen widmen, Landingpages, Foren, Social-Media mit eigenen Profilen.

EXZELLENTEN INHALTEN UND MODERNE SEO-TECHNIKEN GEHEN EINE SYMBIOSE EIN

So gelingt es, mit eigenen Inhalten unerwünschten Content zu verdrängen und damit weitgehend irrelevant und unsichtbar zu machen. Guter Content macht das Rennen. Mit der spezialisierten Agentur PrimSEO an Ihrer Seite werden Sie Ihre Soll-Reputation effektiv und nachhaltig erreichen. So oder so.

Wir stehen Ihnen gerne zur Verfügung.



Dr. Thomas Bippes (r.) Geschäftsführer der Agentur PrimSEO