

„Shitstorm“ aus dem eigenen Haus

Wirtschaftswissenschaftler der Uni Jena erforschen die Reputationskompetenz von Unternehmensmitarbeitern im Umgang mit sozialen Medien. Der Bund fördert das Projekt.

Jena. Ein „Gefällt mir“ ist leicht geklickt. Ein Kommentar ebenso schnell gepostet. Das Web 2.0 lebt davon, dass sich Menschen direkt und ungeschminkt austauschen – über Privates und Banales ebenso wie über politische und gesellschaftliche Ereignisse oder ihr Konsumverhalten.

Binnen Stunden und Tagen können so weltweit neue Trends gesetzt, Stars geboren

oder „Shitstorms“ losgetreten werden. Vor allem Letzteres ist für Wirtschaftsunternehmen ein wachsendes Problem, weiß Gianfranco Walsh von der Friedrich-Schiller-Universität Jena. „Negative Kommentare und Kritik an Produkten oder Unternehmensentscheidungen verbreiten sich schnell im Netz und können dem Ansehen von Unternehmen ernsthaft schaden. Und dies umso mehr, wenn es die eigenen Mitarbeiter sind, die sich negativ über ihren Arbeitgeber äußern“, sagt der Inhaber des Lehrstuhls für Betriebswirtschaftslehre und Marketing. Zwar sei die Reputation ein wichtiger immaterieller

Vermögensgegenstand eines Unternehmens und werde daher besonders gepflegt. „Doch bislang beziehen viele Firmen bei ihrer Imagepflege die wichtige Gruppe der eigenen Mitarbeiter gar nicht mit ein“, stellt Walsh fest. Gerade durch die sozialen Medien seien die Mitarbeiter heute aber in die Lage, erheblich reputationsrelevant zu agieren, ohne dass dies der Kontrolle des Unternehmens unterliege.

Wie kompetent und verantwortungsvoll sie dies im Bereich des Web 2.0 tun, das wird Professor Walsh in den kommenden drei Jahren intensiv untersuchen. Gemeinsam mit



Kollegen der Universität Koblenz-Landau und Partnern aus der Wirtschaft haben er und sein Team soeben ein Forschungsprojekt gestartet, das die Reputationskompetenz von Unternehmensmitarbeitern im Umgang mit sozialen Medien

erfassen und stärken soll. Das Bundesministerium für Bildung und Forschung fördert das Projekt „Webutatio“ bis 2018 mit über einer Million Euro.

Dafür werden Walsh und sein Jenaer Team zunächst ein Messinstrument entwickeln. „Wir wollen einen Fragenkatalog erarbeiten, der unterschiedliche Kompetenzaspekte erfasst, wie den technisch richtigen Umgang mit sozialen Medien oder die Fähigkeit, dort themenadäquat zu kommunizieren.“ Parallel dazu soll ein Blended-Learning-Konzepts erarbeitet und erprobt werden, das Unternehmen zur Schulung ihrer Mitarbeiter nutzen können. US