

Der gute Ruf, das Echo

Reputation ist ein sensibles Thema. Über die Relevanz dieses hohen persönlichen Vermögenswertes diskutierten vier Karriere-Spezialisten

Jeder Mensch genießt einen bestimmten Ruf, „der gute eilt einem voraus, der schlechte hängt einem nach“, meinte Susanna Wieseneder, Ex-Kommunikationschefin der Post und heute als Personal Counselor und Buchautorin erfolgreich: „Die Reputation ist ein Echo, ein unsichtbarer Spiegel, ein Kapital, das sorgsam gepflegt werden will.“ Und damit natürlich ein verletzliches Gut. „Der Aufbau dauert länger als eine Zerstörung“, setzt Wieseneder fort, „diese kann in einem einzigen Moment stattfinden.“

„Welche Rolle spielt die Reputation im diskreten Business des Executive Search?“, wollte Karin Bauer, Karrieren-Ressortleiterin des Standard und Moderatorin des Diskussionsforums, von Joachim Kappel, Managing Director bei Korn/Ferry im Weiteren wissen. „Glaubwürdige Referenzgeber sind überaus wichtig, man sollte stets auf mehrere solcher Quellen zurückgreifen können.“ Seit es Internet gibt, so der erfahrene Executive-Search-Fachmann, sei eine neue Dimension hinzugekommen, „aber auf ge_googelte Jugendsünden gebe ich nichts“. Für Kappel bleibt das vertrauensvolle, offene Zwiegespräch am verlässlichsten, denn „jeder Referenzgeber hat ebenfalls eine Reputation – zu verlieren“.

Ist der Ruf erst ruiniert

Besteht einmal eine Schädigung des Rufes, ist sensibelste Wahrnehmung in der Kommunikation gefragt. Kappel: „Bei diffusen Formulierungen gilt es, nachzuhaken, vorsichtig herauszufinden, wo der ‚Knacks‘ passiert ist. Würde jemand einmal in der zweiten oder dritten Führungsebene demontiert, ist eine Rückkehr oder Rückführung meistens kaum möglich.“ Darin stimmt ihm Margarete Holz, Partnerin und zu_ständig für Search & Selection bei



Podiumsdiskussion zum „guten Ruf“: Joachim Kappel (Korn/Ferry, links), Margarete Holz (Wentner-Havranek/Deloitte), Karin Bauer vom Standard, Susanna Wieseneder (Wieseneder Personal Counseling) und Michael Meyer (WU Wien).

Wentner-Havranek/Deloitte, zu: „Da können sich sehr rasch Türen verschließen. Aber man muss unterscheiden, ob diese Rufschädigung aufgrund eines einmaligen Vorkommnisses entstanden ist oder ob es häufiger Gründe dafür gab.“

Michael Meyer, Karriereforscher und Professor am NPO-Institut der WU Wien: „Wenn Vorurteile bestehen, ist es extrem schwierig, dagegen anzugehen – im Gegensatz zu einer Image-Korrektur, so etwas lässt sich eher umsetzen.“ Wieseneder teilt diese Ansicht: „Reputation hat mittel- bis langfristige Wirkung und setzt sich aus zahlreichen kurzfristigen Images zusammen.“

Authentizität

Nach einer Tippliste für das persönliche Reputationsmanagement befragt, meint Kappel: „Authentizität ist das Um und Auf. Ein Stärken/Schwächen-Profil kann niemals glatt sein, insofern bringen Blendungen längerfristig nichts.“ Dem schließt sich Margarete Holz an und rät,

einen einmaligen Fehler nicht als ultimative Katastrophe zu sehen, denn es gebe „immer eine zweite Chance“. Michael Meyer formuliert das ganze noch drastischer und meint: „Kümmern Sie sich nicht um Ihren Ruf, wissenschaftlich gesehen können Sie ohnehin nicht anders.“ Susanna Wieseneder weist zuletzt noch auf drei sensible „Akupunkturpunkte“ hin, an denen man selbst arbeiten kann: Vertrauenswürdigkeit, Berechenbarkeit im Sinne von Zuverlässigkeit und Kontinuität und den persönlichen „USP“ – die Persönlichkeit. Ein Unternehmen werde schließlich nicht nur nach dem Ruf seiner Produkte, sondern auch nach dem seiner Mitarbeiter bewertet. Insofern wird dieses Thema in Zukunft auch verstärkt ein Schlüsselfaktor für HR-Manager sein.

(Pia Alexandra Bauer, Der Standard, Printausgabe 10./11.11.2007)