
Unternehmensreputation aus Sicht privater Anleger – Befragung und Verlosung

Das Institut für Marketing und Management an der Leibniz Universität Hannover engagiert sich seit Jahren auf dem Gebiet der Reputationsforschung. Aktuell wird zur Messung der Unternehmensreputation aus Sicht privater Anleger geforscht. In Zeiten immer unsicherer werdenden Finanzmärkte kommt der Gruppe der privaten Anleger eine immer gewichtigere Rolle zu.

Neben dem Vertrauen bestimmen weitere unternehmensspezifische Indikatoren die Reputation. Darunter können neben der finanziellen Stärke auch qualitative Indikatoren wie der Umgang mit Informationen oder die Qualität des Managements fallen.

Welches diese Indikatoren konkret sind und im welchen Maße sie für den Privatanleger bei der Bewertung der Reputation relevant sind, soll in einer anonymen Online-Befragung ermittelt werden:

<http://ww3.unipark.de/uc/rep-priv-invest/>

Durch Ihre Teilnahme tragen Sie zur Entwicklung eines Messmodells für die Unternehmensreputation bei, welches die Grundlage für meine Dissertation bildet.

Mit Hilfe des Modells sollen Unternehmen ihre Unternehmenspolitik besser an die Bedürfnisse der Privatanleger anzupassen können. Von einer gesteigerten Reputation profitieren einerseits die Unternehmen als auch mittelbar die jeweiligen Anleger. Zudem kann eine Reputationsbewertung die Anlageentscheidung unterstützen.

Mit Unterstützung der Schutzvereinigung der Kapitalanleger e.V. (SdK) werden bei freiwilliger Angabe der E-Mail Adresse folgende Preise verlost (*der Rechtsweg ist ausgeschlossen*):

- 1 x 150 EUR Amazon-Gutschein
- 2 x 1 Buch „Erfolgreiches Value-Investieren“ von Prof. Max Otte und Jens Castner
- 2 x 1-Jahres Abonnement AnlegerPlus
