

## Literaturverzeichnis

- Abraham, Martin (2005): Reputation und Netzwerke. Die Struktur wirtschaftlicher Transaktionen. Geplantes Forschungsprojekt, Universität Bern
- Alsop, Ronald Y. (2004): The 18 immutal Laws of Corporate Reputation. Wall Street Journal Book
- Baber, Wayne (2000): Achieving Success through Social Capital. University of Michigan Press
- Barabási, Albert-László (2003): Linked. Plume
- Bauhofer, Bernhard (2004): Reputation Management. Glaubwürdigkeit im Wettbewerb des 21. Jahrhunderts. Orell Füssli Verlag AG, Zürich.
- Bazil, Vazrik (2003): Reputation Management. Verlag Luchterhand
- Beratergruppe Neuwaldegg (2005) : best of neuwaldegg. Artikel aus 25 Jahren der Beratergruppe Neuwaldegg. Eigenverlag
- Bischof-Köhler, Doris (2004): Von Natur aus anders. Die Psychologie der Geschlechtsunterschiede. Verlag W.Kohlhammer GmbH, Stuttgart
- de Botton, Alain (2004) : Statusangst. S.Fischer Verlag
- Bromly, Dennis B. (2001): Relations between personal and corporate Reputation. European Journal of Marketing, 35/3/4
- Carnegie, Dale (2002): Wie man Freunde gewinnt. Scherz Verlag Bern und München
- Casanova, Marco (2002): Der CEO als Marke. Artikel in der Zeitschrift für Marketing und Unternehmensführung "persönlich"
- Casanova, Marco (2005): Personal Branding. Die strategische Markenführung der Marke „ICH“. Seminar Alpen Adria Universität, Klagenfurt.
- Dichtwald, Maddy (2000): How we will Live, Work an Buy. The Free Press.
- Dunbar, Robin (2002): Klatsch und Tratsch. Wie der Mensch zur Sprache fand. Verlag Bertelsmann, München
- Echter, Dorothee (2003): Rituale im Management. Strategisches Stimmungsmanagement für die Business Elite. Verlag Vahlen, München
- Eisenegger, Mark (2005): Reputation in der Mediengesellschaft. Konstitution – Issues Monitoring – Issues Management. VS Verlag für Sozialwissenschaften/GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden.
- Ernst, Heiko (1996) : Das ICH im 21. Jahrhundert. Piper
- Fombrun, Charles J. (1996) : Reputation. Realising Value from the Corporate Image. Boston
- Frank, Georg (1998): Ökonomie der Aufmerksamkeit. Hanser Verlag
- Friedrich, Kerstin (2004): Empfehlungsmarketing. Neukunden gewinnen zum Nulltarif. Gabal Verlag Gmbh Offenbach.

- Fukuyama, Francis (2000): Der große Aufbruch. Wie unsere Gesellschaft eine neue Ordnung erfindet. Zsolnay Verlag
- Geiger, Thomas und Steinbach, Alexander (1996): Auswirkungen politischer Skandale auf die Karriere der Skandalisierten. In Jarren, Schatz, Weßler: Medien und politischer Prozess. Westdeutscher Verlag, Opladen.
- Hall, Angela T. et al. (2004): Leader Reputation and Accountability in Organisations. In: The Leadership Quarterly 15/2004
- Hartmann, Michael (2002): Der Mythos von den Leistungseliten. Campus Verlag
- Hegel, G.W.F. (1835-1838): Vorlesungen über die Ästhetik
- Held Martin (2005): Normative und institutionelle Fragen der Ökonomik. Metropolis Verlag
- Hoffmann, Karen (2001): Prominenz als Quelle von Prestige. Hausarbeit an der Universität Lüneburg
- Horx, Matthias (2004): Die Zukunft der Werte. 4 Kolumnen abgedruckt in der Zeitung Die Presse, Wien.
- Horx, Matthias und Friedemann, Christiane (2006): Trendreport 2006. Die neue Ehrlichkeit. Zukunftsinstitut GmbH, Kelkheim.
- Hörmann, Karl (1976): Ehre. Lexikon der christlichen Moral
- Jackson, Kevin T. (2004): Building Reputational Capital. Oxford University Press
- Jansen, Dorothea (2003): Einführung in die Netzwerkanalyse. Leske + Budrich, Opladen
- Katzmair, Harald (2004): Why it takes three to gain trust. The Law of Transitivity and its Relevance for Strategic Lobbying, Key Account Management and CRM. FAS.research Vienna
- Kepplinger, Hans Mathias (2005): Die Mechanismen der Skandalisierung. Die Macht der Medien und die Möglichkeit der Betroffenen. Olzog Verlag GmbH, München
- Kerschbaumer, Helmut, u.a. (2003): Immaterielle Werte und internationale Rechnungslegung. ControllerNews 1/2003 des Österreichischen Controller-Instituts
- Mayrhofer W., Meyer M., Steyrer J. (2005). Macht? Erfolg? Reich? Glückliche? Einflussfaktoren auf Karrieren. Linde Verlag, Wien
- Mummendey, Hans Dieter (1995): Psychologie der Selbstdarstellung. Hogrefe Verlag
- Nessmann Karl (2005): Personen-PR. Personenbezogene Öffentlichkeitsarbeit. PCM-Lehrgang Universität Klagenfurt
- Rosen, Emanuel (2002): The Anatomy of Buzz. How to create word-of-mouth marketing. Doubleday, Random House Inc., New York.
- Rosnow, Ralph L. und Foster, Eric K. (2005) : Rumor and Gossip Research. (Vol 19: No 4, apr 2005)

Scheffer, Christian-A. (2005): Reputation auf elektronischen Märkten. Diplomarbeit an der Universität München

Schimmel-Schloo, Martina; Seiwert, Lothar J.; Wagner, Hardy (2002): Persönlichkeitsmodelle. Gabal Verlag GmbH, Offenbach

Schwingel, Markus (2005): Pierre Bourdieu zur Einführung. Junius Verlag

Sprenger, Reinhard K. (2002): Vertrauen führt. Worauf es im Unternehmen wirklich ankommt. Campus Verlag

Voswinkel, Stephan (2001): Anerkennung und Reputation. Die Dramaturgie industrieller Beziehungen. Mit einer Fallstudie zum „Bündnis für Arbeit“. UVK Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz.

Watts, Duncan (2003): Six Degrees. Vintage  
Watts, Duncan (1999): Small Worlds. Princeton

Wilhelm, Thomas und Edmüller, Andreas (2005): Manipulationen erkennen und abwehren. Das Trainingsbuch. Haufe Verlag, Planegg bei München

Wilson, Jerry R. (1991): Mund-zu-Mund-Marketing. Verlag moderne Industrie, Landsberg.

## **Links**

Wo findet man Reputation (in Büchern, Comics,...)  
<http://humanityquest.com/topic/Index.asp?theme1=reputation>

[www.fairness-stiftung.de](http://www.fairness-stiftung.de)

[www.valuebasedmanagement.net](http://www.valuebasedmanagement.net)

[www.si.umich.edu/reputations](http://www.si.umich.edu/reputations)

[www.wikipedia.de](http://www.wikipedia.de)