



ARBEITSMARKT INTERNATIONAL

- 1 -

UNSER GUTER NAME DIE FOLGEN DES INTERNETS FÜR PRIVATLEBEN, BERUF UND KARRIERE

[Stichworte: Personal, Datenschutz, Internet, Reputation, Referenzen, Recherche, Risiken, Blogs, Profile, Netzwerke, Foren, Reputationsdienste, Reputationsbewertung, Reputationsanalyse]

Jeder, der sich im Internet bewegt, hinterlässt Spuren. Mit wenigen Angaben sind Adresse, Umfeld, Kontakte und Persönliches zu finden. Das Internet bietet aber ebenso Möglichkeiten, seine eigene Reputation zu verbessern. Wer sich richtig, gut und glaubhaft präsentiert, kann sein Image, seine Geschäftskontakte und seine Karriereaussichten deutlich verbessern. Eine aktive Online-Vermarktung wird in Zukunft immer wichtiger, beruflich sogar überlebenswichtig.

Der „gute“ Name

Ob als Bewerber, Kollege oder Geschäftspartner, wir werden nicht mehr nur mit Hilfe unserer persönlichen Referenzen beurteilt, sondern zunehmend mehr auch mit Hilfe online verfügbarer Informationen. Auch das Image eines Unternehmens hängt immer häufiger von der Beurteilung eines Einzelnen ab. Der einzelne Mitarbeiter kann das Image eines Unternehmens in seiner Gänze verändern, und zwar umso schneller, je kleiner das Unternehmen oder je höher seine Position ist. Ganz besonders beeinflusst wird dieses Bild dann, wenn sich mehrere Mitarbeiter in öffentlichen Foren oder Netzwerken über den Arbeitgeber unterhalten.

Doch auch privat wird die Reputation von Neugier getrieben. So leicht ist es doch, den Vermieter oder Nachbarn „zu suchen“. Wer weiß schon, wo, wie und für was sich diese Informationen einmal verwerten lassen.

Das World Wide Web

Jeder, der sich im Internet bewegt, hinterlässt Spuren. Schon heute finden spezielle Suchmaschinen viele persönliche Informationen. Mit wenigen Angaben sind Adressen, Umfeld, Kontakte und Mitgliedschaften recherchieren. Diese Informationen führen dann zu Bildern der Wohngegend und lassen zu, dass der Interessierte häufig das soziale Umfeld erkennen kann. Auch gefundene NIC- (auch User- oder Benutzer-) Namen führen dann wiederum zu einem echten Namen, zu Blogs, Chat- oder Foren-Beiträgen.

Wie im menschlichen Gehirn kennt auch das Internet kein echtes „Vergessen“. Manche Daten sind weit über 30 Jahre, also von der Entstehung des WWW an, gespeichert. Durch die Unmenge an Informationen, einer Vielzahl von Portalen - die um die Vorherrschaft in einem bestimmten Segment streiten - und durch sehr gute Suchsystematiken der Suchmaschinen, finden sich auf „gespiegelten“ Websites unzählige kopierte Informationen von vermeintlich nicht mehr existierenden oder gelöschten Inhalten.

Von großer Bedeutung ist, wie engagiert Informationen preisgegeben werden. Je mehr Angaben zu finden sind, desto umfassender das Bild. Erstaunlich ist, dass diese meist freiwillig



ARBEITSMARKT INTERNATIONAL

- 2 -

eingestellt werden. In Deutschland ist bereit jeder neunte Internetnutzer mit einer persönlichen Domain vertreten. Weit mehr nutzen regelmäßig ein bestimmtes Forum, einen Blog oder haben ihr Profil auf einem Online-Netzwerk abgelegt.

Schüler und Studenten

Betroffen sind vor allem die in der Zeit ab 1980 geborenen. Unerfahrenheit, Naivität und Enthusiasmus sind dafür verantwortlich, dass gerade die jungen Internetnutzer, d.h. Schüler und Studenten, am schnellsten viele Informationen preisgeben, häufig auch über das Elternhaus und seltener auch über den Beruf oder den Arbeitgeber des Vaters oder der Mutter. Die persönlichen Vorlieben und Wertungen in Verbindung mit dem beruflichen oder privaten Umfeld machen die sozialen Strukturen bis zum Freundeskreis transparent.

Doch auch bestimmte Berufsgruppe oder auch aktive Nutzer des WWW sind stark betroffen. Je mehr eine Person oder eine Thema in der Öffentlichkeit präsent ist, desto leichter finden sich auch personenbezogene Daten. Vorstände, Geschäftsführer oder Bereichsleiter, die von Berufs wegen oft in den Medien genannt werden, sind besonders betroffen. Aber auch Spezialisten, z.B. Ingenieure, die sich in bestimmten Foren, Newsgroups oder Netzwerken austauschen. Zwar entsteht ein immer glaubhaftestes Bild einer Person, je mehr über diese zu lesen ist, doch muss dieses mit der Realität nicht übereinstimmen. Häufig ist es nur ein „verstellter“ Teil der Persönlichkeit. Aber auch, wenn die Herkunft schon sehr alt ist, können Rückschlüsse problematisch sein.

Aktive Pflege

Ein inzwischen großer Teil pflegt sein Online-Image aktiv mit Hilfe eines Profils in einem Online-Netzwerk oder eine eigene Web-Seite. Über die Hälfte aller aktiven Internet-Nutzer ist der Ansicht, dass die Bedeutung der online verfügbaren Informationen in bezug auf das eigene Image stark zunehmen wird.

Fast alle qualifizierten Headhunter nutzen das Internet für Recherchen über in Frage kommende Kandidaten oder stellen hierüber sogar den ersten Kontakt her. Nicht nur Angaben zur fachlichen Eignung, auch Referenzen, Kompetenzen, Teams, Projekte oder Mitgliedschaften sowie Freizeitaktivitäten werden häufig abgerufen.

Insoweit stellt das Internet eine ebenso gute Möglichkeit dar, seine eigene Reputation zu verbessern. Viele Tools helfen, eine Online-Präsenz positiv und durchgängig zu gestalten. Wer sich richtig, gut und glaubhaft präsentiert, kann sein Image, seine Geschäftskontakte und seine Karriereaussichten deutlich verbessern.

Suchmaschinen

Notwendig ist es, seinen eigenen Ruf erst einmal zu selbst zu kennen. Enthält der Name Umlaute, sollte man nach beiden Versionen suchen. Kommt ein Name und Nachname zu dem sehr häufig vor („Paul Müller“), so ist es sinnvoll, bei der Suche auch ergänzende Hin-



ARBEITSMARKT INTERNATIONAL

- 3 -

weise wie einen aktuellen oder früheren Wohnort, Adressangaben, die Firma oder den Verein mit einzugeben. Analysieren sollte man zudem auch Namensvettern. Umso mehr, wenn diese in dem selben Unternehmen arbeiten oder eine ähnliche Ausbildung abgeschlossen haben.

Sucht man in Google, so erleichtert die Suchmaschine gleichzeitig die Suche nach Bildern oder Videos zu diesem Namen. Eine neue Entwicklung beginnt sich zudem in USA zu verbreiten – aktuelle Forschungen und neueste Ergebnisse in der Spracherkennung machen es möglich, inzwischen auch Fernsehprogramme und Videos nach Inhalten, auch Gesprochenem und ganzen Sätzen auszuwerten.

Die Ergebnisse, d.h. was Suchmaschinen zuoberst auflisten, ist von größerer Bedeutung. Die Indexierung erfolgt meist nach mehreren Kriterien, so ist besonders relevant, ob die Seite mit anderen Seiten verlinkt ist und wie häufig sie sich verändert. Suchmaschinen bevorzugen auch Blogs, d.h. Seiten, auf denen die Nutzer Texte, Rezensionen, Aufsätze, Diplomarbeiten, Geschichten, Gedichte oder andere Inhalte austauschen.

Reputation in Zukunft

Eine eigene Online-Vermarktung wird in Zukunft immer wichtiger, beruflich sogar überlebenswichtig.

Neben aktuellen Inhalten zur Person kann man durch mehrere, gute Beiträge zu einem bestimmten Thema als kompetenter Spezialist gelten. Für ein gutes Image es wichtig, diesem „Bild“ mehrheitlich und „überall“ zu entsprechen. Eine eigene Selbstdarstellung ist jedoch wirkungslos, wenn negative Informationen öffentlichkeitswirksam werden. Positive Erlebnisse werden bis zu dreimal weiter erzählt, schlechte bis zu 30 mal. Kommen viele negative und unterschiedliche Kommentare, Leserbriefe oder Wertungen über eine Person zusammen, können eigene, einzelne Maßnahmen kurzfristig nicht helfen. Dann hilft es nur, eine große, wachsende und aktuelle Anzahl positiver und glaubwürdiger Einträge über längere Zeit dagegensetzen.

Online-Profile sollten auch kein allzu perfektes Bild abgeben, denn nur mit persönlichen Inhalten wirkt eine Person echt, authentisch und - sympathisch. Vorsichtig sein sollte man mit zu privaten Informationen oder Bildern. Allzu schnell ist ein Bild, welches nur aus Jux und zum Spaß verschickt wurde, durch einen unvorsichtigen oder unwissenden Nutzer in einem Verzeichnis wiederzufinden. Dann ist die Indexierung von anderen Suchmaschinen kaum noch aufzuhalten.

Oft vergessen wird, dass man im World Wide Web Daten meistens weder löschen noch korrigieren, sondern allenfalls relativieren und „übertönen“ kann – doch weder das Internet, noch ein „Ruf“ sind unveränderlich. Wer den eigenen Namen zur Marke machen will, muss zukünftig vor allem online aktive Markenbildung betreiben, mit aktiver und regelmäßiger Überwachung und Pflege.

Viel Erfolg.



ARBEITSMARKT INTERNATIONAL

- 4 -

© 19.12.2007 A. Reiter, HSH+S Unternehmens- und Personalberatung, <http://hshs.net>

[Der Autor ist Geschäftsführer der HSH GmbH Unternehmensberatung für Marketing und Personal. HSH+S unterstützt mittelständische Unternehmen seit 1994 in den Bereichen Strategie (Marketing, Vertrieb, Research) und Personal (Suche, Analyse, Motivation)]

Abdruck unter Angabe des Urhebers und Weitergabe erlaubt. Pressekontakt und weitere Informationen/Abbildungen:

HSH GmbH Unternehmensberatung
für Marketing und Personal

Frau Helga Schweitzer

Postfach 2014

D 67210 Frankenthal

Tel.: +49 6233 1256-767

Fax: +49 6233 1256-770

e-Mail: hesc @ hshs.net