



Fast jeder hinterlässt Spuren im Internet. Ein positiver Auftritt im World Wide Web muss sorgsam gepflegt werden.

Foto: Vario Images

Der gute Ruf im Internet

Die Imagepflege im Web wird in Zeiten unsicherer Jobs immer wichtiger – Abstinenz schützt nicht vor Schaden

Personalscheider tun es, Auftraggeber tun es und sicher auch der eine oder andere Vermieter, der den Leumund eines Bewerbers prüfen möchte: Wer etwas über einen anderen erfahren will, „googelt“ dessen Namen. Sollte man im Internet also am besten unsichtbar bleiben? Der Münchner Kommunikationsberater Klaus Eck empfiehlt das Gegenteil: offensive Selbstvermarktung. „Managen Sie ihre Online-Reputation, bevor es andere tun“, warnt er in seinem Buch „Karierefälle Internet“. Tatsache ist: Online-Abstinenz schützt vor Schaden nicht. Selbst wer noch nie eine Computermaus angerührt hat, ist möglicherweise längst im Web präsent durch das, was andere über ihn veröffentlicht haben. Das gilt insbesondere für alle, die aufgrund ihrer gesellschaftlichen Rolle oder ihres Berufes ohnehin in der Öffentlichkeit stehen.

Seriöses Geschäftsprofil im Netz schaffen

Manchmal ergänzen sich solche Zufallsfunde mit denen von Namensvettern zu einer mehrdeutigen Vita. Personensuchmaschinen wie yasni.de bündeln solche Treffer zu virtuellen Namensprofilen, die nicht selten an oberster Stelle in Google zu finden sind. „Solange sich kein negatives Bild ergibt, ist das kein Problem“, sagt Klaus Eck, „aber eine verschenkte Möglichkeit.“ Er empfiehlt, der Neugier des Personalers, Auftraggebers oder Vermieters durch proaktive Selbstdarstellung entgegenzukommen. Dabei bedarf es gar keiner aufwendig programmierten Homepage. Die eigene Internetadresse, möglichst mit dem eigenen Namen, macht den Anfang. Sie lässt sich mit einem Online-Profil verknüpfen, das als persönliche Homepage fungieren kann. Wer die Adresse www.klaueck.de aufruft, landet auf der Business-Plattform Xing. Dort hat Eck ein öffentliches Profil eingerichtet, das

umfassend Auskunft über die Expertise des Inhabers gibt.

Es ist nicht seine einzige Spur im Netz. Kaum ein bekannter Web 2.0 Dienst, den der Kommunikationsprofi nicht besetzt hat. Neben dem Xing-Profil findet man Profile in anderen Netzwerken, seine Seite beim Kurznachrichtendienst Twitter, seine öffentliche Linkliste und sein Weblog. Er nennt das Selbstverteidigung: „Je mehr Profile ich habe, desto mehr kann ich mein Erscheinungsbild im Netz kontrollieren.“ Weil die Seiten aufeinander verweisen, wertet Google sie hoch. Negative Einträge anderer schaffen es nicht mehr ohne weiteres, nach oben zu gelangen. Auch den Lesern seines Buches legt Eck nahe, sich bei den wichtigen Diensten mit ihrem Namen zu registrieren und so ihren Claim abzustecken.

Klassische Karriereberater ronzeln da die Stim. „Man muss solche Dienste auch aktiv nutzen, sonst wirkt das nicht professionell“, wendet Steffen Westermann vom Berliner Büro für Berufsstrategie Hesse/Schrader ein. Dabei gilt: jede Spur, die man im Netz hinterlässt, muss den gewünschten Gesamteindruck unterstützen. Das seriöse Geschäftsprofil wird konkretisiert, wenn man an anderer Stelle flapsige Kurznachrichten produziert. Inaktivität in sozialen Netzwerken schlägt sich in fehlenden Kontakten nieder – in manchen Branchen macht das keinen guten Eindruck.

Klaus Eck rät zu guter Planung. „Der Trick ist es, Prioritäten zu setzen. Ich habe das alles so miteinander verknüpft, dass ich mich nur um meine zentralen Accounts kümmern muss.“ Das kann dennoch rasch in Arbeit ausarten. Ein bis zwei Tage in der Woche widmet Eck seiner beruflichen Beziehungspflege, bei der allerdings, wie er betont, das Internet lediglich die Fortsetzung seiner Offlineaktivitäten ist. „Dabei hängt es natürlich von der Branche ab, wie viel Kontaktpflege online stattfinden kann.“ Da stimmt auch Steffen Westermann zu: „Der

Bäckereifachverkäuferin bringt die Selbstdarstellung im Internet sicher wenig.“ Bei der Bewerbung spielt ihr Online-Profil noch keine Rolle. Auf Xing könnte sie sich aber mit immerhin rund 200 potenziellen Kontakten aus der Branche austauschen und so vielleicht von neuen Stellen erfahren.

Die Stuttgarter Karriereberaterin Petra Perlenfein würde der Verkäuferin in der Bäckerei dennoch nicht ohne weiteres zum Selbstmarketing im Internet raten. Sie wägt die Vorteile der Online-Aktivitäten mit den Risiken ab. „Datenklau und -missbrauch sind stark im Kommen“, ist sie überzeugt. Alle im Netz frei zugänglich gemachten persönlichen Informationen sind zugleich Futter für Profilhäuser und Datendiebe. Detaillierte Selbstdarstellungen unter echtem Namen sind ein begehrtes Gut und sollten nur vertrauenswürdigen Diensten anvertraut werden. Eine Studie des Fraunhofer-Instituts bescheinigte den Online-Netzwerken im vergangenen Jahr Mängel beim Schutz der Privatsphäre.

Darauf achten, was man preisgibt

Klaus Eck hält die Furcht für unbegründet, solange man genau darauf achtet, was man preisgibt. „Veröffentlichen Sie nichts, was Sie nicht auch in der Zeitung lesen wollten“, rät er. In den Einstellungen der Online-Plattformen kann der Nutzer vorgeben, welche Angaben in seinem Profil für die Öffentlichkeit sichtbar sind. Davon sollte jeder Gebrauch machen, der in einem solchen Netzwerk aktiv wird. Vorsicht ist geboten bei privaten Auskünften: Wer angibt, Fan einer Risikosportart zu sein, könnte Probleme beim Abschluss einer Lebensversicherung bekommen. Detaillierte Lebensläufe gehören ebenso wenig ins Internet wie Zeugnisse. Schnell verleiten die Kommunikationsmöglichkeiten der Plattformen zum Plaudern –

auch hier ist Obacht geboten. Wer in ungekündigter Anstellung nach einer neuen Stelle sucht, sollte das nicht im Internet publik machen.

Es gehört also Geschick und Umsicht zur Imagepflege im Internet. Unterm Strich ist Klaus Eck aber überzeugt, dass aktives Identitätsmanagement besser ist als Abstinenz: „Nur so habe ich selber im Griff, was das Netz über mich weiß.“ *Joachim Vögele*

■ Klaus Eck: *Karierefälle Internet – Managen Sie Ihre Online-Reputation, bevor es andere tun!* Hanser Verlag, München 2008, 19,90 Euro.

NETZWERKE

Eine Auswahl sozialer Netzwerke:

Xing (www.xing.de) – größtes deutschsprachiges Netzwerk, inzwischen international tätig, Sieben Millionen Mitglieder insgesamt, drei Millionen in Deutschland. Basis-Mitgliedschaft kostenlos, Premium-Mitgliedschaft 4,95 bis 6,95 Euro pro Monat.

LinkedIn (www.linkedin.de) – Internationales Business-Netzwerk, mittlerweile auch mit deutschem Ableger. 35 Millionen Mitglieder, 500 000 in Deutschland. Basis-Mitgliedschaft gratis, Premium-Mitgliedschaft ab 24,95 US-Dollar.

Comeunited (www.comeunited.com) – Netzwerk für Medienmacher und Kreative mit Möglichkeiten zur Präsentation eigener Arbeiten. Basis-Mitgliedschaft gratis, Premium-Mitgliedschaft ab 9,95 Euro.

MyON-ID (www.myonid.de) – Neugestartete Plattform für Monitoring, Marketing und Management der Online-Reputation. Basis-Mitgliedschaft gratis, Premium-Mitgliedschaft 5,99 Euro.