

Das Netz putzen für den guten Ruf

REPUTATION-MANAGEMENT. *Im Internet kursieren manchmal Informationen, die Personalchefs nicht zu sehen bekommen sollen: So kriegt man sie in den Griff.*

VON GABRIELE RABL

Nur eitle Menschen geben in Internet-Suchmaschinen wie Google ihren eigenen Namen ein, hieß es bis vor Kurzem. Doch inzwischen hat sich herumgesprochen, dass auch Personalchefs und Chefs sich im Internet über einen potenziellen Arbeitnehmer informieren.

Was man als Bewerber im Motivations schreiben oder Lebenslauf wohlweislich nicht angefügt hat, findet sich vielleicht im Netz wieder: von der Mitgliedschaft bei einem fragwürdigen Freizeitklub bis hin zum Bild- oder Videomaterial von feuchtfröhlichen Abenden mit Freunden. „Wenn ich von einem Bewerber Bilder von Alkoholtouren finde, werde ich mir gut überlegen, ob ich diesen Kandidaten in die engere Wahl ziehe“, meint Erwin Schmidt, Geschäftsführer der Personalberatung aristid. Ebenso würde die Information, dass der Bewerber Extremsport betreibt, zum Knock-out führen. Sich im Internet „wegzublödeln“ heißt der Personalberater auch nicht gut.

Darum prüfe . . .

Sich selbst erst mal zu „googeln“, bevor man das Bewerbungsschreiben abschickt, hat daher wenig mit Selbstverliebtheit zu tun. Vielmehr gilt es, sich zu vergewissern, welche Informationen zur eigenen Person im Internet zu finden sind. Doch was tun, wenn man schwarze Flecken in der digitalen Biografie vorfindet? Wie bekommt man diese wieder los? Schließlich geht es um den guten Ruf im Netz.

Findige Geschäftsleute haben ein neues Angebot entwickelt: Sie betreiben Online-Identitätsmanagement, um die Reputation ihrer Klientel im Netz wieder aufzupolieren. Plattformen wie „ReputationDefender“ versuchen, unliebsame Informationen unsichtbar zu machen. Doch diese Dienstleistung kostet: Etwa 25 Euro berappt man für das Verschwindenlassen eines ungeliebten Bild- oder Fotobeitrags. Für sieben Euro im Monat kontrolliert und behält das Unternehmen das Image seines Kunden im Auge. Aber wirklich entfernen kann der Rufmanager die unliebsamen Daten nicht. Im Langzeitspeicher (Cache) der Suchmaschinen oder im Archiv aller jemals online gestellten Internetseiten bleiben Inhalte theoretisch ewig im Netz.

. . . und schreibe selbst

„Mit Ängsten lassen sich gute Geschäfte machen“, ist Dieter Rappold, Geschäftsführer der Agentur für Neue Medien Knallgrau, überzeugt. Angebote wie jene von ReputationDefender seien für digitale Immigranten, die mit dem Medium Internet wenig vertraut seien. „Wenn Sie einen unliebsamen Beitrag über sich im Internet gefunden haben, der noch dazu auf den ersten beiden Seiten von Google aufscheint, müssen Sie eben selbst neue Inhalte publizieren, die wiederum ganz vorne in der Suchmaschine auftauchen“, schlägt Rappold vor. Es gehe nicht darum, Informationen verschwinden zu lassen. „Der Aufwand lohnt sich gar nicht“, sagt Rappold. „Vielmehr kann ich mit Blogs, persönlicher Website oder Eintra-



Alles in Butter: Stimmt das Image im Netz, klappt es auch mit der Bewerbung. | Silberkorn/Stockphoto.com

gungen in sozialen Netzwerken wie Xing mich so präsentieren, wie es meinem persönlichen Anspruch gerecht wird.“ Digitales Identitätsmanagement sei zwar noch in den Kinderschuhen, aber im Berufsleben bald unerlässlich.

Weniger Cyber-Exhibitionismus

„Ich erachte es als positiv, wenn jemand etwas Persönliches im Internet preisgibt“, meint auch Schmidt. Allerdings sollte man dabei gewissenhaft vorgehen. „Das Internet hat den Vorteil, dass Menschen Dinge über mich erfahren, von denen ich möchte, dass sie es wissen. Wenn beispielsweise mein Hobby Wellenreiten auch zu meiner Ich-Marke und dem beruflichen Kontext passt, spricht nichts dagegen, das zu publizieren“, ist sich Rappold sicher. Hingegen würden Bilder von den eigenen Kindern keinen Platz in seinem Internet-Auftritt finden:

„Diesen sollte man selbst die Entscheidung überlassen, ob sie sich im Netz einer breiten Öffentlichkeit präsentieren möchten.“

Doch nicht nur Auf- und Umstiegswillige müssen sich um ihr Image im Internet kümmern. Auch ganze Unternehmen sollten ihrer Wahrnehmung im Netz auf den Grund gehen, schließlich gibt es bereits Bewertungsplattformen für Arbeitgeber wie „Kununu“, wo Mitarbeiter dem Ärger über ihren Brötchengeber Luft machen.

Bei Jugendlichen wiederum finden Seiten wie „SchülerVZ“ großen Anklang. Hier wird viel Privates kundgetan. Können sie sich damit ihre berufliche Zukunft verbauen? Keine Sorge, meint Rappold: „Bis die jungen Leute mit Beruflichem in Berührung kommen, werden die Entscheider in den Führungspositionen das Internettreiben der jungen Leute längst für normal halten, weil sie selbst Mitglieder dieser Community waren.“

AUF EINEN BLICK

■ Personenbezogene Informationen

sammeln spezialisierte Suchmaschinen wie 123people.at oder yasni.de.

■ **Suchmaschinen** wie Yahoo oder Google zeigen, welche Einträge zur Person gerade die höchste Relevanz haben.

■ **Um an seiner Reputation** im Netz zu arbeiten, sollte man selbst aktuelle Einträge verfassen, die beim Googeln auf den ersten Seiten erscheinen.

■ **Profi-Anbieter:** ReputationDefender, International Reputation Management, Naymz