

Ergebnispräsentation

LAB Managerpanel

Oktober 2007

in Zusammenarbeit mit

Wirtschafts
Woche

Meine Reputation im Netz – ein unkalkulierbares Risiko?

Autor: Dr. Klaus Aden

„Social Networking“ – In Meinungs- und Ratingportalen, in Blogs, Diskussionsforen und Communities lädt das Internet zur aktiven Interaktion ein. Doch der blauäugige Umgang mit den eigenen Gedanken im Netz birgt Risiken! Nahezu jedes online veröffentlichte Detail kann in einem Google-Sucheintrag enden. Kann der neue Arbeitgeber Ihre Sozialkompetenz jetzt im Internet prüfen?

Für Online-Dienstleister in den USA längst ein Markt. Gegen eine monatliche Gebühr werden pikante Online-Einträge aufgespürt und optional entfernt. Schnell ist die „reine Weste“ wieder hergestellt, suggerieren die US-Anbieter.

Wir wollten dieses mal von unseren Mitgliedern im LAB-Managerpanel Oktober wissen: Wie steht es um die Bedeutung der Online-Reputation in Deutschlands Manageretagen? Wer nimmt Sie überhaupt wahr oder wer gestaltet sie bereits aktiv? Gewinnt sie in Zukunft an Einfluss?

Oder: Meine Reputation im Netz – ein unkalkulierbares Risiko?

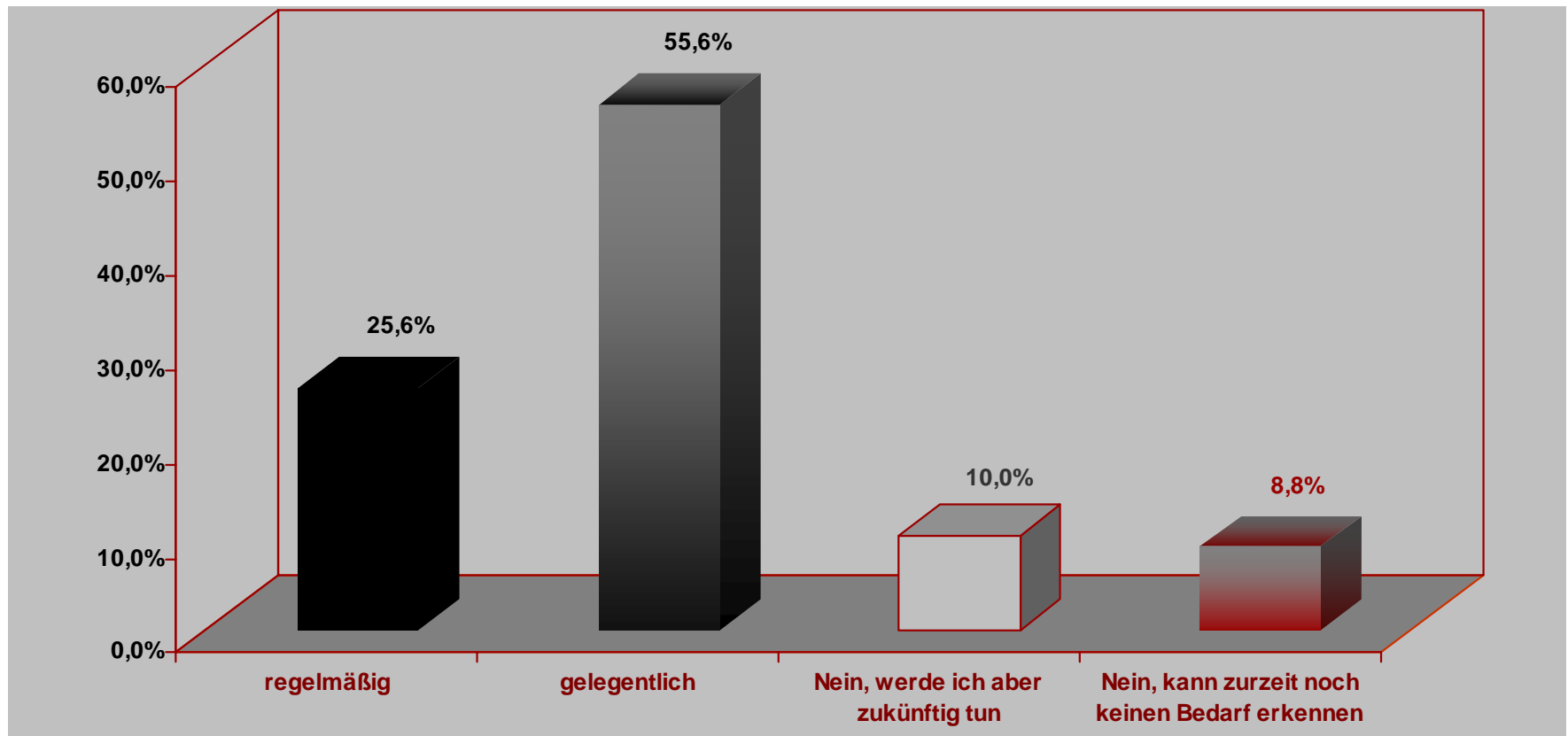
1. **Meine Reputation im Netz – ein unkalkulierbares Risiko?**

- Ergebnischarts
- Zitate Panelteilnehmer
- Thesen/Kommentar

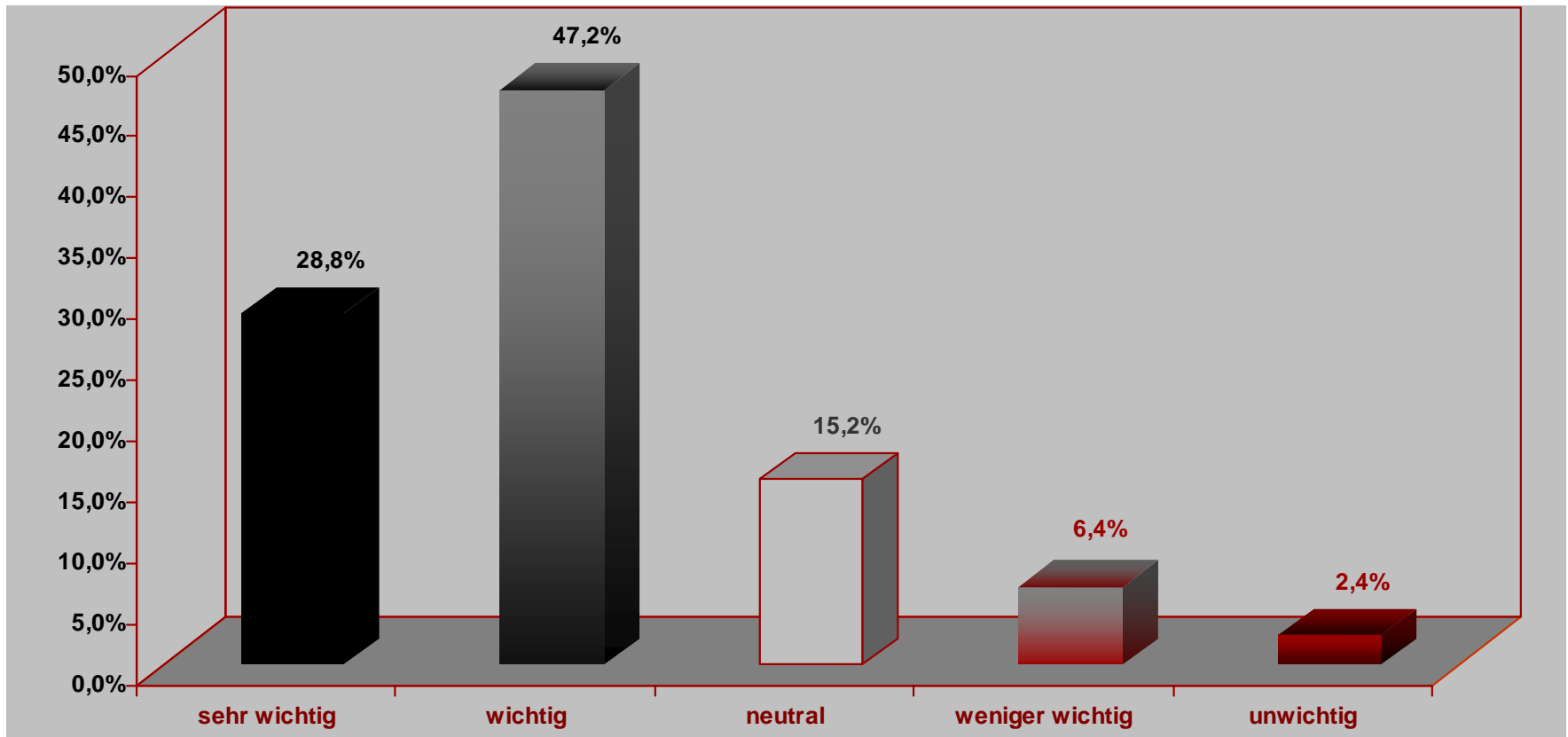
2. **Statistische Daten**

3. **Autoreninformationen**

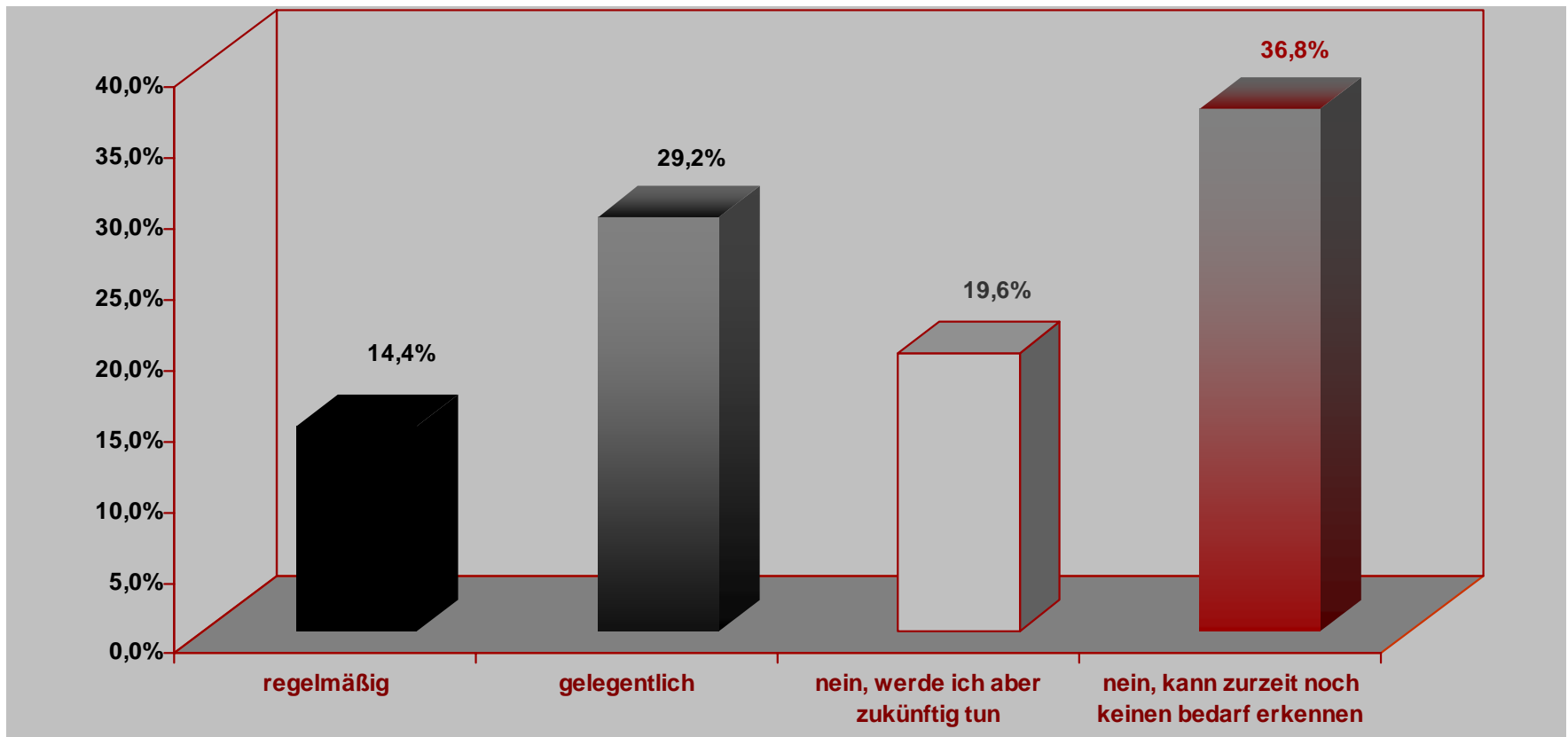
**1. Beschäftigen Sie sich damit, welche Informationen im Internet über Sie verfügbar sind?
Gesamt**



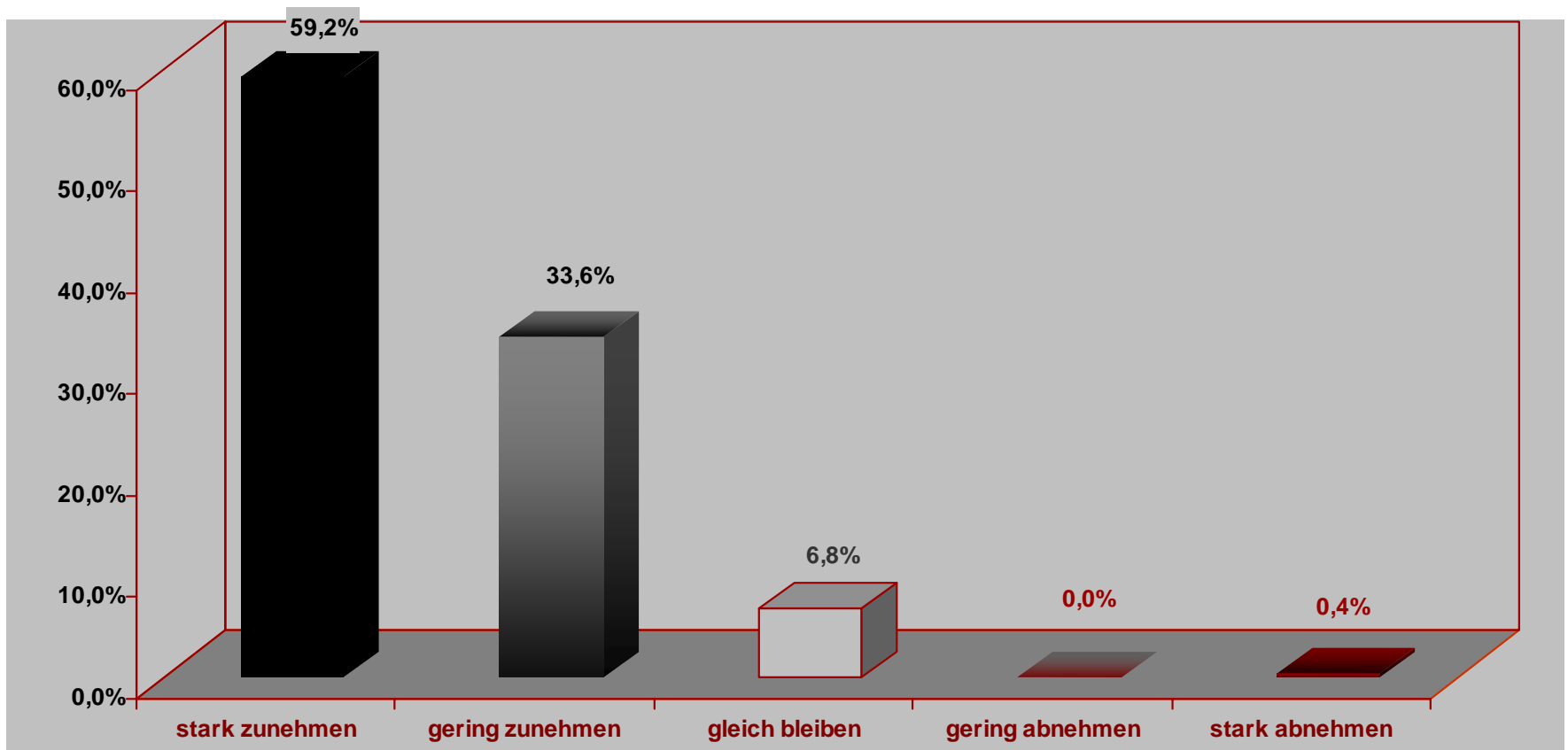
2. Wie wichtig ist Ihnen persönliche Reputation im Internet? Gesamt



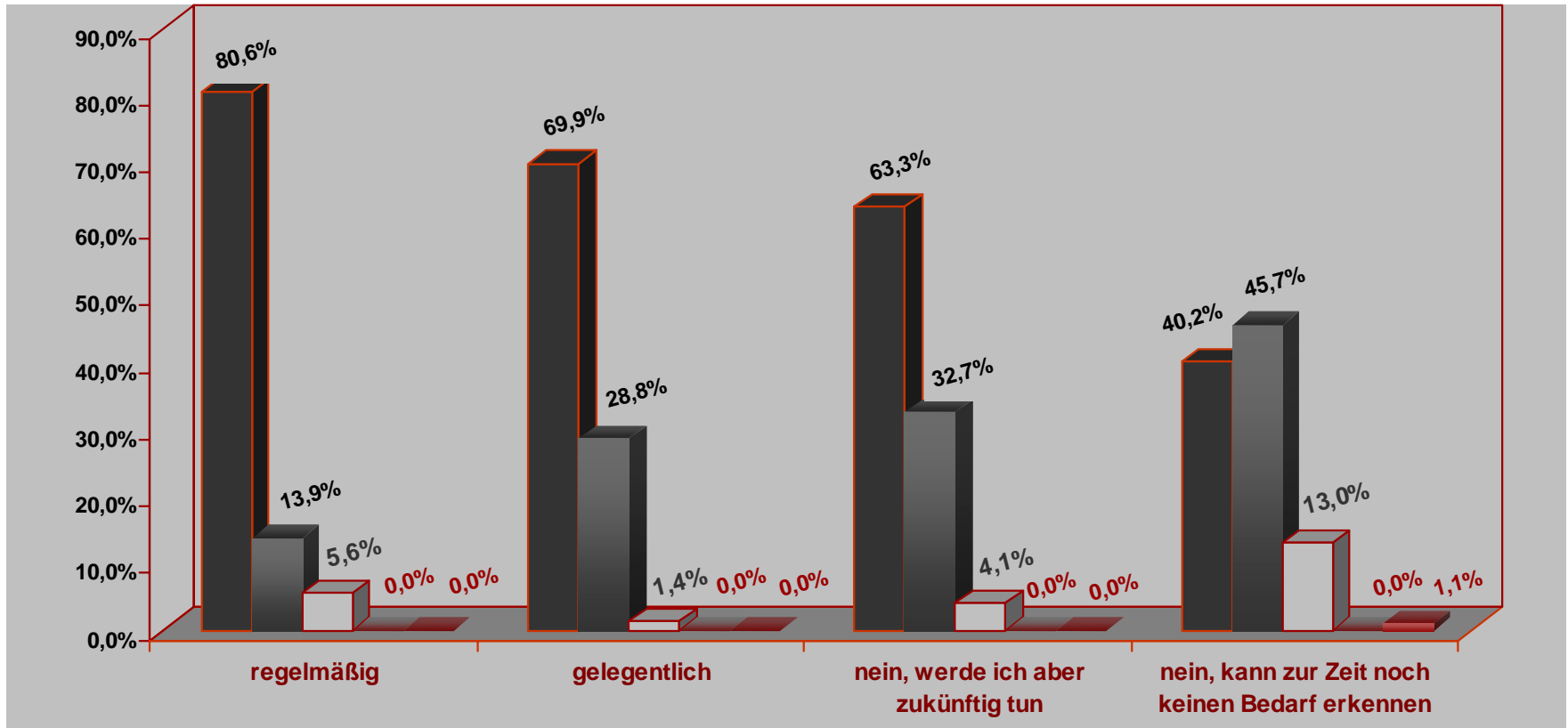
3. Gestalten Sie Ihre Online Reputation bereits aktiv mit? Gesamt



4. Was glauben Sie: wird die Bedeutung der Online-Reputation von Personen künftig zunehmen?
Gesamt



4. Was glauben Sie: wird die Bedeutung der Online-Reputation von Personen künftig zunehmen?
 nach Frage 3: Gestalten Sie Ihre Online Reputation bereits aktiv mit?



stark zunehmen
 gering zunehmen
 gleich bleiben
 gering abnehmen
 stark abnehmen

1. **Meine Reputation im Netz – ein unkalkulierbares Risiko?**

- Ergebnischarts
- **Zitate Panelteilnehmer**
- Thesen/Kommentar

2. **Statistische Daten**

3. **Autoreninformationen**

Zitate der Panelteilnehmer

Zu Frage 1: *Beschäftigen Sie sich damit, welche Informationen im Internet über Sie verfügbar sind? (1)*

- *Allerdings nur auf entsprechenden Plattformen. Ob die über das hinausgehenden Informationen überhaupt kontrollierbar sind muß wohl bezweifelt werden.*
- *Vor allem in den einschlägigen Foren meiner Branche wird ziemlich unkontrolliert Unsinn verbreitet.*
- *Ich habe keine persönliche Daten im Netz, da ich durch einen Internetauftritt meine Privatsphäre nicht schützen kann. Diese ist mir aber wichtig.*
- *Leider gehört es heute schon zu einem Hobby, nach Namen zu googeln und dann Informationen und Schlüsse daraus zu ziehen.*
- *Hin und wieder google ich meinen Namen, aber auch die Namen von Bekannten und Geschäftsfreunden. Auch bei Xing*
- *Habe es einmal getestet, ohne Informationen zu finden, da ich auch nicht Online aktiv bin*
- *Diese Recherche ist immer wichtig, wenn ich im beruflichen Zusammenhang Interviews gegeben habe oder Vorträge gehalten haben.*
- *War ein guter Hinweis, dieses Medium aktiv für sich zu nutzen*

Zitate der Panelteilnehmer

Zu Frage 2: *Wie wichtig ist Ihnen persönliche Reputation im Internet? (1)*

- *Am Beginn der beruflichen Laufbahn ist meine Priorität in diesem Punkt noch nicht sehr hoch. Sollte ich später eine wichtige Position inne haben, wäre mir dieser Punkt sehr wichtig*
- *Bedeutung hat sich in den letzten zwei Jahren markant verändert. Auch zielgruppengerechte Aufbereitung gewinnt m. E. an Bedeutung.*
- *Was meine geschäftlichen Aktivitäten anbelangt betrachte ich dieses Medium incl. meiner /unserer Reputation (Finden, Verfügbarkeit, Inhalte, Aussagen, etc.) als sehr wichtig.. Privat interessiert es mich eher wenig bis hin zu überhaupt nicht. Hier sollte ähnlich wie im normalen Leben auch das Thema Privatsphäre respektiert und gewahrt werden. Nicht zugelassene Veröffentlichungen über meine Person würde ich rechtlich verfolgen lassen.*
- *Leider wird immer wieder auch von "seriösen" Journalisten der Unfug aus den Foren als "Expertenmeinung" genutzt um selbst Meinung zu machen.*
- *Das Internet ist schnell und unpersönlich und bietet daher - im Fall der Fälle - wenig faire Möglichkeiten der Erklärungen oder Gegendarstellung; anders als z.B. ein Dialog oder Interviews*
- *Dieser Aspekt bekommt augenblicklich eine andere Bedeutung, sobald negative Informationen auftauchen.*

Zitate der Panelteilnehmer

Zu Frage 3: *Gestalten Sie Ihre Online Reputation bereits aktiv mit? (1)*

- *Einwirken auf den Prozess hat nur begrenzt Sinn, da sich dies nicht steuern läßt und selbst grober Unfug vom Netz nicht vergessen wird, egal wie schnell die eigentliche Quelle gelöscht wird.*
- *Die Gestaltung der Online-Reputation sollte durch Profis erfolgen, da man selbst "betriebsblind" ist und sehr schnell das Gegenteil bewirkt*
- *Hierzu benötigt man jedoch Unterstützung, sonst verschlimmbessert man das Thema noch.*
- *Auf jeder seriösen Plattform gibt es die Möglichkeit, eine Freischaltung der eigenen Informationen zu ermöglichen - oder eben nicht.*
- *Meines Erachtens ist dies der falsche Weg. Man wird relativ schnell erkennen, daß im Net "gepflegt" wird und dann verliert dieses Medium ganz schnell an Bedeutung.*

LAB-Kommentar:

„Mehrfach wurde in den Kommentaren der Teilnehmer auf das digitale Reputationsmanagement mit www.MyOnID.de als aktive Steuerungshilfe hingewiesen. Einige Teilnehmer betreiben dazu aktive Netzwerkbildung mit Xing oder anderen Social-Network-Instrumenten.“

Zitate der Panelteilnehmer

Zu Frage 4: Was glauben Sie: wird die Bedeutung der Online-Reputation von Personen künftig zunehmen? (1)

- *geschäftlich sehr stark privat weniger von Bedeutung. Lediglich im Bereich öffentlicher (prominenter) Personen. Was ich übrigens persönlich für unangebracht halte.*
- *Von Personalberatern weiss ich, dass sie sich auch mit Hilfe der Online Präsenz ein Bild über die Bewerber verschaffen.*
- *In jedem Fall wird sie das. Durch die zunehmende aktive Nutzung des Internets, getrieben durch das Web 2.0 Mitmach Web, wird es zukünftig möglich sein personenbezogene Informationen in immer größeren Umfang und immer einfacher zugänglich zu erhalten. Das wird für zahlreiche Anwendungsfälle eine Rolle spielen, Karriere, Bewerbung, Kinder, Erziehung, Kommunikation im allgemeinen, geschäftliche Kontakte und Erfolge, ... siehe hierzu auch der Blog: blog.myonid.de*
- *Da werden Meinungen gemacht und über andere Medien weiter verbreitet. Die Grenze zwischen den einzelnen Medien verschwimmt derzeit und wird ganz verschwinden.*

Zitate der Panelteilnehmer

Zu Frage 4: *Was glauben Sie: wird die Bedeutung der Online-Reputation von Personen künftig zunehmen? (2)*

- *Ich kann mir nicht vorstellen, dass es außer für Spitzenpositionen (Vorstand, Geschäftsführung, Schlüsselpositionen im Konzern) stark an Bedeutung zunimmt. Dafür sind die Informationen häufig zu gering und manipulierbar.*
- *Sie wird relativ kurzfristig stark zunehmen und, wie eine Welle, weiterziehen, resp. in der Bedeutungslosigkeit verschwinden...*
- *Der persönliche Kontakt bzw. das persönliche Kennen wird für die nächsten 5-10 Jahre der wichtigste Faktor bleiben*
- *Personaler recherchieren im Internet, und der Nachwuchs ist nur noch online unterwegs, am Thema kommt keiner vorbei*
- *Eine starke Zunahme sehe ich bei den Personen, die bereits heute sehr stark in der Öffentlichkeit stehen. Dies kann natürlich im Krisenfall jedem Manager sehr schnell passieren. Ohne den Krisenfall und in nicht öffentlichkeitswirksamen Unternehmen und Branchen seh ich nur eine geringe Zunahme.*

1. **Meine Reputation im Netz – ein unkalkulierbares Risiko?**

- Ergebnischarts
- Zitate Panelteilnehmer
- **Thesen/Kommentar**

2. **Statistische Daten**

3. **Autoreninformationen**

Meine Reputation im Netz – ein unkalkulierbares Risiko? **Kommentar Dr. Klaus Aden**

- „Online-Netzwerke wie Xing sind für Personalberater Fluch und Segen zugleich: Segen, weil sie den Zugang zu qualifizierten Informationen über Kandidaten erheblich erleichtern. Fluch, weil Beratungsunternehmen ohne persönliches Netzwerk auf den Markt drängen, die bevorzugt den einfachen Weg gehen und so das Image der ganzen Branchen gefährden.“
- „Gute Personalberater zeichnen sich dadurch aus, dass sie Informationen über Kandidaten nicht unreflektiert aus dem Netz übernehmen. Vielmehr entwickeln sie zusätzlich mit großem Aufwand ihre eigenen, originären Quellen.“
- „Wir beobachten einen klaren Trend, der sich weiter verstärkt: Top-Manager werden zunehmend zur Marke. Daher wäre es grob fahrlässig, die Markenführung in eigener Sache zu vernachlässigen. Zur erfolgreichen Markenbildung gehört zunehmend eine Pflege der Online-Reputation.“
- „Wenn Personalberater ihren Klienten eine hoch qualifizierte Führungskraft vorschlagen, die aber eine miserable Online-Reputation besitzt – berechtigt oder nicht – haben sie ein massives Argumentationsproblem. Im Zweifelsfall werden sie dann eher nach Alternativen suchen.“
- „Es gehört eigentlich zu den Pflichtaufgaben deutscher Führungskräfte, ihren Ruf und den ihrer Unternehmen im Netz systematisch zu verfolgen.“

1. **Meine Reputation im Netz – ein unkalkulierbares Risiko?**

- Ergebnischarts
- Zitate Panelteilnehmer
- Thesen/Kommentar

2. **Statistische Daten**

3. **Autoreninformationen**

Statistische Daten des Managerpanels

Mitglieder gesamt 850

I. Wie viele Mitarbeiter sind in Ihrem Unternehmen beschäftigt?

< 100	20,6 %
101 – 1.000	30,7 %
> 1.000	48,7 %

IV. Wie alt sind Sie?

bis 30 Jahre	3,0 %
31 – 39 Jahre	34,1 %
40 – 49 Jahre	51,0 %
50 – 59 Jahre	11,5 %
60 und älter	0,4 %

II. In welcher Hierarchieebene Ihres Unternehmens sind Sie tätig?

1. Hierarchieebene	26,1 %
2. Hierarchieebene	41,0 %
3. Hierarchieebene	23,6 %
4. Hierarchieebene	9,3 %

V. Welchem Geschlecht gehören Sie an?

männlich	92,3 %
weiblich	7,7 %

III. Wie hoch war Ihre ungefähre Gesamtjahresvergütung 2005 (inkl. variabler Bestandteile)?

bis 60.000 €	6,6 %
60.000 – 100.000 €	37,5 %
100.000 – 200.000 €	44,3 %
über 200.000 €	11,6 %

VI. Anzahl der Panelteilnehmer:

Teilnehmerzahl Panel Oktober 2007	250
Befragungszeitraum:	9. bis 15. Oktober 2007

1. **Meine Reputation im Netz – ein unkalkulierbares Risiko?**

- Ergebnischarts
- Zitate Panelteilnehmer
- Thesen/Kommentar

2. **Statistische Daten**

3. **Autoreninformationen**

Autoreninformation

Dr. Klaus Aden

Dr. Klaus Aden ist Geschäftsführender Gesellschafter der LAB Lachner Aden Beyer & Company. Bereits seit 1993 ist er als Personalberater aktiv. Vor seiner LAB-Zeit war er Partner bei Kienbaum und später bei Heidrick & Struggles, wo er unter anderem für die Leitung der European Energy & Utilities und die German Industry Practice verantwortlich war.

Die Schwerpunkte seiner Beratertätigkeit liegen im Bereich der Energie- und in der öffentlichen Wirtschaft, wo er seine Mandanten bei der Besetzung von Führungspositionen auf der ersten und zweiten Ebene unterstützt.

Dr. Klaus Aden

 Aden@LABcompany.net

LAB Lacher Aden Beyer & Company

LAB Lachner Aden Beyer & Company ist eine international tätige Personalberatung, spezialisiert auf die Suche und Auswahl von Top-Führungskräften in allen wichtigen Marktsegmenten. LAB gehört zu den Top 15 der führenden Personalberatungen in Deutschland (Süddeutsche Zeitung vom 1.12.2006). Die Gesellschaft verfügt über Büros in Düsseldorf, München, Hamburg und Zürich. LAB & Company ist Mitglied des globalen Netzwerks Penrhyn International sowie des weltweit bedeutendsten Verbands für Personalberatungen, der Association of Executive Search Consultants (AESC).