

In eigener Sache: Personal Branding

Online hat heute jeder einen «digitalen Fussabdruck». Für Recruiting und die Positionierung als Dienstleister bieten Social Media neue Möglichkeiten.

Im Internet ist heute jeder mit seinem eigenen Namen eine Marke. Auch wer die populären Social Networks wie Xing, LinkedIn oder Facebook nur zurückhaltend oder gar nicht nutzt, wird trotzdem via Google gefunden. Wer seine «persönliche Marke» systematisch überwacht und pflegt, betreibt Personal Branding. Die eigene Online-Reputation im Griff zu haben, lohnt sich: Social Media spielen im Recruiting eine immer grössere Rolle. Aber auch wer sich als Berater oder Dienstleister positionieren will, hat online gute Möglichkeiten, sein Profil zu schärfen. Mit gezieltem Personal Branding lassen sich auch unvoreilhaft Suchergebnisse bei Google am besten gezielt verdrängen.

Social Media und Recruiting

Die Nutzung von Social Networks liegt sowohl für Stellensuchende als auch für das Recruiting voll im Trend. Dies ist ein Ergebnis des Trend Report Online Recruiting Schweiz 2010. In den USA setzen gemäss dem Social Recruiting Survey von Jobvite sogar über 80 Prozent aller Unternehmen auf Social Media für die Suche nach geeigneten Arbeitnehmern. Wirft

man einen Blick auf sogenannte Karriere-Pages von grossen Unternehmen auf Facebook, erkennt man schnell, dass häufig Employer Branding im Vordergrund steht. Die Stärke von Social Media liegt im direkten Dialog. So verspricht beispielsweise BMW den Kontakt zu Mitarbeitern, Erfahrungsaustausch für Studenten sowie Einblicke in die Arbeitswelt. Bei der Baloise Group nutzt man Xing aktiv mit einem Unternehmensprofil für die Suche nach passenden Kandidaten für Kaderstellen. «Durch die persönliche Ansprache über Xing konnten wir bereits mehrere Personen für die Baloise Group und unsere offenen Stellen begeistern», sagt Lena Schwerzmann, Careers Online Media Manager bei der Baloise Group.

Googeln von Kandidaten

Für den einzelnen Stellensuchenden viel interessanter ist jedoch die Frage nach dem «Googeln» von Kandidaten. Für JobCoach und Personalberater Marcel Widmer bietet die Onlinerecherche nach einer bestimmten Person Chancen und Risiken: «Online komme ich schnell zu erweiterten Informationen über eine Person. Aber ich

muss mir auch immer die Frage nach der Qualität der gefundenen Informationen stellen.» Er gibt auch zu bedenken, dass Kandidaten dieselben Möglichkeiten haben, im Internet zu recherchieren. «Beide Seiten haben also gleich lange Spiesse und können mehr Informationen nutzen, um einen Entscheid zu fällen.» Ähnlich sieht man es bei der Baloise Group. «Letztendlich dienen insbesondere die sozialen Medien sowohl uns als Unternehmen als auch Interessierten, um ein authentischeres Bild voneinander zu zeichnen», sagt Lena Schwerzmann. Auch andere Unternehmen nutzen Social Media als Informationsquelle. Beim Pharmaunternehmen Roche ist man ebenfalls dort präsent, wo die potenziellen Kandidaten aktiv sind: auf Stellenportalen, in Social Media und in Foren. Neben der Präsenz in Online-Medien legt man zusätzlich jedoch grossen Wert auf persönliche Gespräche und gezielte Interviews, um Kandidaten zu bewerten, erklärt Mediensprecherin Silvia Dobry.

Was das Googeln von Bewerbern anbelangt, kommt eine aktuelle deutsche Studie der Universität Erfurt und des Bewer-

Die IBZ-Schulen bilden Sie weiter.



www.ibz.ch

IBZ Schulen für Technik Informatik Wirtschaft
Telefon 062 836 95 00, E-Mail ibz@ibz.ch

NDS «Betriebswirtschaftslehre für Führungskräfte» eidg. anerkanntes Diplom HF-NDS

Sie haben eine technische Ausbildung, besetzen eine Führungsposition und möchten Ihre Managementkompetenz ausbauen? Die IBZ Schulen verleihen Ihrer Karriere den nötigen Schub!

- 3 Semester, freitags und samstags (2x/Monat)
- Kursorte: Aarau, Bern und Zug

Infoabende: siehe www.ibz.ch
Beratungsgespräche jederzeit möglich!

IBZ



Das eigene digitale Erscheinungsbild kann man mit Hilfe von Social Media aktiv gestalten.

bungsportals monster.de zum Schluss, dass dies in den Personalabteilungen nur selten praktiziert werde. Die berühmten Partybilder spielten ebenfalls nur eine geringe Rolle. Generell zeichnen verschiedene Umfragen zum Thema ein sehr uneinheitliches Bild. Der Social Media HR Report 2010 kommt beispielsweise zum Schluss, Unternehmen hätten wegen schlechter Online-Reputation auch schon Kandidaten ablehnt.

Bauen Sie Ihre persönliche Marke auf

Die persönliche Online-Reputation ist nicht nur im Zusammenhang mit Recruiting relevant. Man kann ruhig davon ausgehen, dass man auch als potenzieller Geschäftspartner oder Auftragnehmer googelt wird. Der amerikanische Personal-Branding-Experte Dan Schawbel spricht in diesem Zusammenhang von einer «Reputation Economy», in der Berufstätige aufgrund ihrer Reputation bewertet werden. Social Media bieten eine Vielzahl von

Möglichkeiten, das eigene digitale Erscheinungsbild aktiv mitzugestalten. Gerade für berufsbezogene Informationen eignen sich die beiden Businessnetzwerke Xing und LinkedIn dafür sehr gut, aber auch die Nutzung von Facebook für berufliche Zwecke sollte man nicht von vornherein ausschliessen. Für Marcel Widmer ist ein authentisches Auftreten der Schlüssel zur erfolgreichen Online-Präsenz. «Wer sich im Netz bewegt, wird gar nicht anders können, als authentisch zu bleiben. Sonst merkt man schnell, dass etwas nicht zusammenpasst.»

Eigene Reputation pflegen

Kaderleuten und eigentlich jedermann ist zu empfehlen, regelmässig den eigenen Namen zu googeln oder auf personenbezogene Informationen spezialisierte Suchmaschinen wie 123people.ch oder yasni.ch zu nutzen. Dienste wie myonid.com bieten umfangreiche Möglichkeiten, die eigene Online-Reputation zu pflegen und zu

überwachen. Für den Umgang mit negativen Einträgen gibt es grundsätzlich zwei Strategien: Löschung und Verdrängung. Viele Experten bevorzugen die Verdrängungstaktik, bei der man mit dem Einsatz von Social Media und Suchmaschinenoptimierung «positive» Suchergebnisse möglichst weit oben in den Suchergebnissen platziert und damit das eigene Online-Erscheinungsbild beeinflusst.

KARSTEN FÜLLHAAS

Berater für Online-Kommunikation und Reputation Management. Er unterstützt Unternehmen bei Aufbau und Umsetzung einer professionellen Social-Media-Kommunikation.



karsten@fuellhaas.com
www.fuellhaas.com