



Leitfaden zur Kalkulation von interaktiven Projekten ▶

Das Standardwerk: Formulare zur detaillierten Planung und aktive Steuerung der Kosten in Online- und Multimedia-Projekten. Für Agenturen, Freelancer, Publisher und Shopbetreiber. [Hier bestellen](#)



Neu: Jetzt auch mit App-Honoraren ▶

Der iBusiness Honorarleitfaden liefert auf 140 Seiten die aktuellen Honorare zu den 87 Dienstleistungen der Interaktiv-Branche. [Hier bestellen](#)

Digital Reputation: Wie man die richtigen Spuren in seiner Online-Vita zieht









08.08.11 Gerade erst hochmotiviert in den neuen Job gestartet - wer denkt da schon an die nächste Stelle? Doch diese Kurzsichtigkeit gegenüber der eigenen Reputation ist fatal, wer den Wert der eigenen Marke im Web steigern will.








[Weiterleiten](#)

[Artikel merken](#)





Robert Scoble hat alles richtig gemacht. In der Branche ist der Tech-Blogger inzwischen besser bekannt als [Scobleizer](#)  und weniger als Microsofts ehemaliger Star-Blogger. Er hat das, was man als "starke Eigenmarke" bezeichnet und zwar als Tech Evangelist und weniger als Ex-Microsoft-Mitarbeiter. Eine starke Marke hatte Vivian Pein [XING](#)  als Community Managerin bei Xing auch. Die war aber unmittelbar mit [Xing](#)  verknüpft. An der Abnabelung vom ehemaligen Arbeitgeber knabbert sie auch in ihrer neuen Position beim Logistikunternehmen [Hermes](#)  noch, wie sie in einem [Interview](#)   klagt: "Egal, wo ich hinkomme - viele begrüßen mich so, als sei ich noch immer bei Xing."

(Bild: Susan Rönisch)

Reputation Management ist beileibe kein neues Thema, es gewinnt nur durch die neuen Kommunikationskanäle an Fahrt. Patchworking und Jobwechsel gehören fast schon zum guten Ton einer jeden Vita, Stillstand ist Rückschritt. Die Entwicklung der eigenen Biografie müssen natürlich auch sämtliche Online-Profilen widerspiegeln, sei es über Xing, [LinkedIn](#) , [Twitter](#) , [Facebook](#) , [Google+](#)   oder den eigenen Blog. Die Pflege der eigenen Profile ist trivial, wenn auch nicht selbstverständlich weil zeitaufwändig: "Es ist ratsam, sämtliche Profile in sozialen Netzwerken mit den Daten des neuen Arbeitgebers zu aktualisieren. Neben dem tabellarischen Lebenslauf ist es ideal, in Netzwerken oder auch im eigenen Blog eine persönliche Kurzbeschreibung der eigenen Person einzustellen. Aus der Beschreibung sollte klar die ehemalige Tätigkeit hervorgehen, damit die neuen Kontakte auf einen Blick erkennen können, dass die gesuchte Person tatsächlich jene in XY-Position war, über die noch so viel im Internet zu finden ist. Ebenso wie die Motivation für die neue Aufgabe, dabei sollte man auch auf Ziele und Visionen eingehen. Das schärft das Profil und prägt sich neuen potenziellen Kontakten ein", rät Mario Grobholz [XING](#) , Geschäftsführer von [MyOn-ID](#) , Dienstleister für Online Reputation Management.



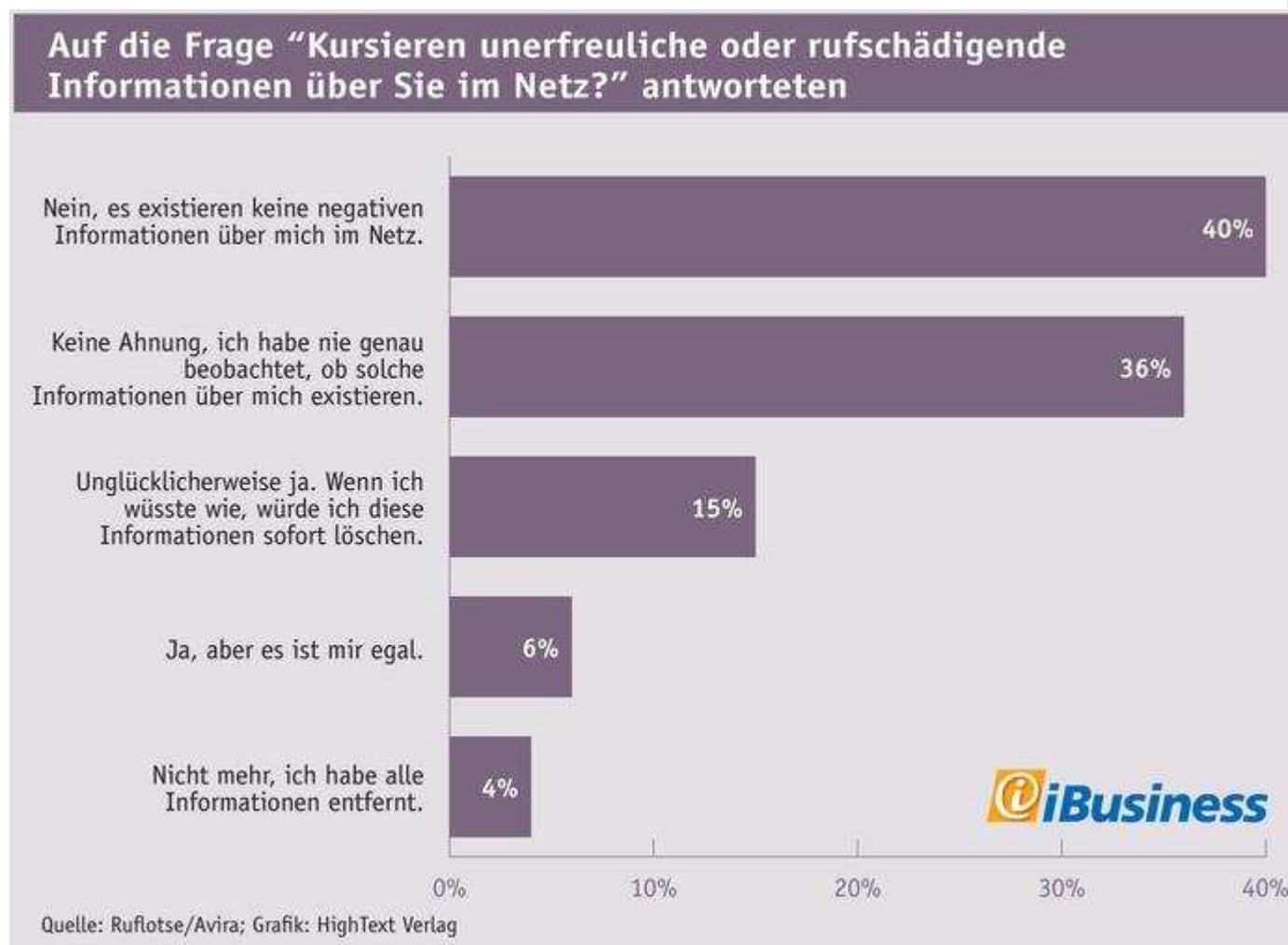
Mario Grobholz
(Bild: MyOn-ID)

hervorgehen, damit die neuen Kontakte auf einen Blick erkennen können, dass die gesuchte Person tatsächlich jene in XY-Position war, über die noch so viel im Internet zu finden ist. Ebenso wie die Motivation für die neue Aufgabe, dabei sollte man auch auf Ziele und Visionen eingehen. Das schärft das Profil und prägt sich neuen potenziellen Kontakten ein", rät Mario Grobholz [XING](#) , Geschäftsführer von [MyOn-ID](#) , Dienstleister für Online Reputation Management.

Wer schreiben kann, ist klar im Vorteil

Es klingt ganz logisch und stellt doch viele schon vor unüberwindbare Hürden. Der Lebenslauf ist verfügbar, schließlich hat man sich damit gerade erst erfolgreich beworben. Aber Beschreibung der bisherigen Tätigkeit, Verdienste, Motivation für den Stellenwechsel, Ziele und Visionen? Wer nicht gerade ein gewisses Schreibtalent vorweist und dies auch gerne online einsetzt (via Blog o.ä.), scheitert am Verfassen solcher Texte im Dienste der Eigen-PR. Das Formulieren des Bewerbungsanschreibens war schon zäh und zeitaufwändig genug. Zeit und Energie, die man nun lieber in die neue Aufgabe steckt und nicht in Profile,

die einen auf eine potenzielle neue Stelle vorbereiten oder gar ins Monitoring, was im Web über einen kursiert. Den meisten ist das eh egal, hat eine Umfrage des IT-Sicherheitsdienstleisters [Avira](#) zusammen mit [Ruflotse](#), dem Reputationsservice aus dem Hause MyOnID, ermittelt.



(Bild: Ruflotse/Avira, Grafik: HighText Verlag)







Dabei gibt es bereits eine Reihe von Tools, die einem das Monitoring erheblich erleichtern:

- [Google Alerts](#) durchsucht Blogs, Foren und Websites
- [Socialmention.com](#), das *Google Alerts für Social Media* durchforstet gratis 80 Netzwerke
- [Broadtracker.com](#) scannt Foren und
- [Twitalyzer.com](#) analysiert Tweets

Personen, die den Job wechseln, sollten sich präsent im Internet darstellen und dabei, so weit wie nötig, durchsichtig zeigen, rät Grobholz: *"Ohne eine Online-Historie wirkt man rasch eher suspekt als positiv interessant."* Das gilt für moderne Wissensarbeiter und vor allem ab einer gewissen Hierarchieebene. Beim Vertriebsmitarbeiter oder der Zahntechnikerin ist ein monothematisches Branding bezogen auf eine Branche und Fachqualifikation nachvollziehbar. Bei Führungskräften jedoch sind auch eine Reihe weicher Faktoren entscheidend: Wie strategisch kann ich denken? Welche Fähigkeiten habe ich in Bezug auf Führungsstil? Welche Change-Prozesse habe ich in dem Unternehmen, in dem ich vorher tätig war, initiiert? *"Dies sind gute Faktoren, die am Ende dazu führen, dass ich eine Branche wechsele und mir jemand in einem anderen Bereich eine ähnlich gute Performance zutraut"*, betont Christian Scherg [XING](#), Geschäftsführer von [Revolvermänner](#), Düsseldorfer Agentur für Reputation Management.





Rebranding funktioniert bei Personen nicht



"Wenn man geht, muss man den Abschied gut managen, um später davon zu profitieren", rät auch [Reputation- und Kommunikationsberater](#) Klaus Eck [XING](#). Brüche im Lebenslauf seien normal und ein Stück weit auch erwünscht, weil man sich weiterentwickle. Wichtig dabei ist, dass die Suchergebnisse in Google die aktuelle Entwicklung widerspiegeln, mahnt Eck: *"Die neuen Aufgaben sollten auf den vorderen Trefferplätzen zu finden sein. Wenn nur die alten Aktivitäten oben stehen, hat man beim Branding nicht aufgepasst."* Sind sämtliche Online-Profile auf den neuesten Stand, ist es im nächsten Schritt ratsam,

aktiv zu den neuen Themen zu kommunizieren, am besten über das eigene Blog. Darüber findet man inzwischen auch [Vivian Pein in der Google-Suche](#)   an erster Stelle. *"Im Zentrum aller Branding-Aktivitäten sollte etwas Eigenes stehen"*, empfiehlt Richard Joerges [XING](#)  , Inhaber der Kommunikationsagentur [Becker.Joerges](#)  . Wer sich nur auf soziale Netzwerke verlasse, unterliege drei Gefahren:



Klaus Eck
(Bild: Klaus Eck)

1. Es ist nicht zweifelsfrei geklärt, wem der Content dort gehört.
2. Der eigene Blogname kann nicht in allen sozialen Netzwerken frei eingesetzt werden, wie jüngst der [Streit zwischen Google+ und dem Inhaber eines Pseudonym-Accounts](#)   zeigte.
3. Soziale Netzwerke sind keine festgefügte Landschaft: Vor zwei Jahren war [Myspace](#)   noch das Maß aller Dinge bei Social Networks, inzwischen spielt es kaum mehr eine Rolle.

Wenn man also schon viel Zeit und Energie in die Eigen-PR im Web steckt, dann am besten über eigenen Content, den man per Facebook, Twitter etc. promoten kann. Content heißt an erster Stelle: Text. Denn der hat deutlich mehr Suchmaschinenrelevanz als beispielsweise Videos. So generiert man neue Inhalte, die in den Suchmaschinen langsam nach oben wandern. Das braucht allerdings seine Zeit. Auch "Scobleizer" hatte schon vor fünf Jahren seinen Schreibtisch bei Microsoft geräumt und wird auch heute noch [unmittelbar mit dem Softwareriesen in Verbindung gebracht](#)  .

"Unterdessen heißt es, selbst aktiv auf die neuen Kontakte zuzugehen und sich mit ihnen in sozialen Netzwerken zu vernetzen, ihnen auf Twitter zu folgen und mit ihnen zu kommunizieren, um ihre Aufmerksamkeit zu wecken. Denn wer bereits mit wichtigen Branchenvertretern vernetzt ist, wird auch von deren Kontakten leichter gefunden. So entsteht ein Schneeballeffekt, der es zunehmend leichter macht, von den richtigen Personen gefunden zu werden", erklärt Grobholz.

Mit allen neuen Aktivitäten die alten Spuren verwischen zu wollen - wenn man nicht gerade peinliche Partyfotos oder Posts vergessen machen will - hält Christian Scherg für Unsinn: *"Die alten Aktivitäten waren ja ein Grund, warum ich die neue Position habe. Wichtiger ist, die neuen Stationen in die Vita zu integrieren und sie zu erklären."* Denn im Unterschied zu einer normalen Marke kann man Personen nicht rebranden. Heute weiß keiner mehr, warum Raider zu Twix wurde. *"Bei einer Person funktioniert Rebranding nicht. Sie schleppt ihre Vita ja immer mit"*, gibt Scherg zu bedenken. Hinzu kommt: Das Web vergisst nicht. *"Kaum einer macht sich Gedanken um seinen digitalen Nachlass. Kaum einer denkt darüber nach, was passiert, wenn man seine Profile online noch stehen hat, aber es diese faktisch nicht mehr gibt"*, mahnt Eck.



Richard Joerges
(Bild: Xing)

Digitale Vita langfristig auch privates Thema

Doch für die meisten Arbeitnehmer stellt sich das Problem der Neupositionierung nicht - zumindest noch nicht. *"Wer vorher keine Marke hatte, braucht sich auch keine Sorgen um eine Neupositionierung zu machen"*, stellt Joerges lakonisch fest. Die meisten, die soziale Netzwerke betreten, machen sich im Vorfeld keine Gedanken darüber, was sie wem gegenüber mitteilen wollen und welche Richtung sie ihre Profile lenken wollen. Da ist das eigene Profil Schulfreunden ebenso zugänglich wie Sportkameraden, Arbeitskollegen und dem Ex-Chef. *"Es gibt keine Strategie dahinter, was im ersten Schritt für die meisten auch ok ist"*, räumt Scherg ein. *"Nicht jeder, der einen neuen Job antritt, braucht ein völlig durchstrukturiertes Internetprofil."*

Das wandelt sich auf Führungsebene grundlegend. Die Manager der DAX-100-Unternehmen stellen alle eigene Marken dar, die über den Lebenslauf geschaffen werden. Und während Privatpersonen die Kontrolle über das habe, was ich dem Web anvertraue, können Führungskräfte nicht kontrollieren, was andere in Medien und Blogs über sie schreiben. Wenn die erst schmerzhaft Erfahrung gemacht ist, werden dann die Reputation-Dienstleister zu Hilfe gerufen, meist einen Schritt zu spät, seufzt Scherg: *"Es wäre gut, wenn man sich im Vorfeld schon mal Gedanken machen würde, wie man sich online positionieren möchte: Für was stehe ich? Werde ich den online geschürten Erwartungen auch im direkten Kontakt gerecht?"* Der Reputation Manager lotet dann aus, was für diese Person möglich ist, welche Darstellung ihr entspricht und wo man eventuell offline das Persönlichkeitsspektrum noch erweitern muss.

Langfristig wird das auch in anderen Bereichen ein wichtiges Thema, ist sich Scherg sicher: *"Man googelt Leute auch, wenn man sie privat kennen lernt."* Deshalb wird es auch für Otto-Normalnutzer wichtiger sich zu fragen, was er mit seinen privaten Fotos macht, wem er sie zeigt und was die Dinge, die er kommuniziert, über ihn aussagen, mittelbar und unmittelbar. Scherg: *"Schließlich würde niemand seine Urlaubsfotos auf der Hauptverkehrsstraße plakatieren. Und dort sehen sie noch weit*



weniger Leute als im Web." (cr)

Christian Scherg
(Bild: Revolvermänner)

1 | 2 | weiter

1. Teil: Digital Reputation: Wie man die richtigen Spuren in seiner Online-Vita zieht

2. Teil: Christina Rose: Öffentlichkeit hat ihren Wert

Gefällt mir

Zeige deinen Freunden, dass dir das gefällt.

0

0

Marktzahlen zu diesem Artikel



Kursieren unerfreuliche oder rufschädigende Informationen über Sie im Netz (08.08.11)

Weitere Artikel zu diesem Themenbereich:

Reputation Management: Content ist oft selbst verursacht (19.04.11)

Online-Reputation: Banken und Versicherungen enttäuschen im Internet (06.09.10)

Wie man Online-Reputation und SEO miteinander verheiratet (10.05.10)

Die Einflussfaktoren auf die Online-Reputation einer Marke (30.03.10)

Online-Reputation: Internetnutzern ist ihr Ruf egal (01.10.09)

Online-Reputation-Management macht Karriere (04.08.09)

Online Reputation Management: Checkliste leistet Erste Hilfe (13.07.09)

Digitale Reputation: Deutsche googlen gerne ihren Namen (29.08.08)

Digital Reputation: Nutzer von Social Networks wollen mehr Kontrolle (06.06.08)

Studie: Reputations-Management kaum ein Thema für Manager (29.10.07)

Themenrelevante Dienstleister im iBusiness Dienstleisterverzeichnis

mehr

Büro für neues Fernsehen (DRM)

proZiel Marketing (Profil)

In diesem Beitrag genannt:

Personen: Vivian Pein Mario Grobholz Christian Scherg Klaus Eck Richard Joerges

Firmen und Sites: avira.com beckerjoerges.com boardtracker.com ennomane.de facebook.com
fluffylinks.com google.de hermespaketshop.de linkedin.com myonid.de mspace.com pr-blogger.de
revolvermaenner.com rufotse.de scobleizer.com socialmention.com twitalyzer.com twitter.com wiwo.de
xing.com

Tags: Reputation DRM Bewerbung Vita Lebenslauf Profil Patchworking Jobwechsel

Tag vorschlagen ▶

Trackbacks / Kommentare**Trackback-URL** **Permalink****Ihr Kommentar:**

Schreiben Sie Ihre Meinung, Erfahrungen, Anregungen mit oder zu diesem Thema. Ihr Beitrag erscheint an dieser Stelle.

Artikel Weiterempfehlen

Empfehlen Sie diesen Artikel an Kollegen oder Freunde weiter.

Alle Meldungen vom 08.08.11:

 Öffentlichkeit hat ihren Wert	(08.08.11)
 Digital Reputation: Wie man die richtigen Spuren in seiner Online-Vita zieht	(08.08.11)
US-Geheimdienst hat Zugriff auf Googles weltweite Nutzerdaten	(08.08.11)
Google und Simyo gehen zusammen in Sachen Chromebooks	(08.08.11)
Meltwater Group schluckt Social-Search-Anbieter	(08.08.11)
Anonymes Bloggen steht vielleicht vor dem Aus	(08.08.11)
Google Plus öffnet sich weiter	(08.08.11)
Steuerfreuer Lesespaß: New York befreit EBooks von Umsatzsteuer	(08.08.11)
Guardian setzt auf Realtime-Publishing	(08.08.11)
Groupon korrigiert Unterlagen für den Börsengang	(08.08.11)
 Ausschreibung: Internet-Loadbalancer	(08.08.11)
 Ausschreibung: Technische und gestalterische Umsetzung eines Internetportals	(08.08.11)
 Ausschreibung: Kundenspezifische Software	(08.08.11)
 Ausschreibung: Werbe- und Marketingdienstleistung	(08.08.11)
 Ausschreibung: IT-Dienste und Beratung, Internet	(08.08.11)
 Ausschreibung: Lieferung eines Dokumentenmanagementsystems	(08.08.11)
 Ausschreibung: Sicherheits-Dienstleistungen	(08.08.11)
 Ausschreibung: Druck und die Lieferung von Programmheften und Monatsleporcellos	(08.08.11)
 Ausschreibung: Druck eines Quartalsprogramms	(08.08.11)
 Ausschreibung: Migration von IT-Verfahren	(08.08.11)
 Ausschreibung: IT-Projekt	(08.08.11)
 Ausschreibung: Logistik-Dienstleistungen	(08.08.11)
 Ausschreibung: Sicherheitsdienstleistungen	(08.08.11)

© 2011 HighText Verlag. HighText und iBusiness sind eingetragene Marken des HighText Verlag Graf und Treplin OHG.

[Impressum](#) [Weiterempfehlen](#)

www.ibusiness.de - mobile.ibusiness.de - ibu.si - www.press1.de - www.video1.de

www.internetagentur-ranking.de