



Reputation im Internet

Der persönliche Ruf bei der Arbeitssuche:
Welche Gefährdungen gibt es und welche
Massnahmen können getroffen werden?

Matthias Diez, 10-726-255

Nico Rutishauser, 09-706-821

Dominik Schöni, 10-738-607

Informatik, Ethik und Gesellschaft

Universität Zürich

28. März 2012

Betreuer: Prof. Dr. Lorenz M. Hilty

Abstract

Dieses Paper befasst sich mit den folgenden zwei Fragestellungen:

- Wie beeinflusst die Online-Reputation die Arbeitsuche?
- Welche Massnahmen lassen sich ergreifen um die eigene Online-Reputation zu schützen?

Dabei wurde versucht sowohl einen Abriss über die gängigen Gefahren einer schlechten Online-Reputation zu geben, wie auch sinnvolle und praktische Massnahmen zu sammeln um den Herausforderungen entgegenzutreten.

Inhaltsverzeichnis

Einleitung.....	3
Einfluss der Online-Reputation bei der Arbeitssuche.....	4
Massnahmen für eine bessere Online-Reputation.....	5
Fazit	7
Literaturverzeichnis	9

Einleitung

Die Gesellschaft des 21. Jahrhunderts ist schnelllebiger als je zuvor. Zeit scheint für die industrialisierte Welt zum wichtigsten Gut zu werden. Bald dahinter folgt ein noch diffuseres Gut, welches den Menschen schon sehr lange begleitet – die Reputation. Während vor einigen hundert Jahren der gute Ruf über Leben oder Tod entscheiden konnte, sind seine Auswirkungen heute diffuser. Noch immer ist es aber möglich, dass die gesellschaftliche Wahrnehmung es stark erschwert einen Job zu finden oder auch private Beziehungen zu Familie und Freunden beeinflusst.

Ob jemand eine „gute“ oder eine „schlechte“ Reputation hat, entscheidet die Person selten selbst, denn die gesellschaftliche Sicht auf das Individuum bestimmt über dessen Ruf. Dabei wirkt dieses Gut als Türöffner und schafft Möglichkeiten, welche der Person üblicherweise versperrt wären, oder wirkt als blockierende Kraft, welche Chancen verunmöglicht.

Das Internet verändert unsere Gesellschaft im Moment wie es kein anderes Massenmedium vor ihm tat. Mit dieser Veränderung halten auch neue Verhaltensweisen und Möglichkeiten Einzug, welche es dem Individuum erschweren seine eigene Reputation zu schützen, gleichzeitig aber allen anderen ermöglichen sich eine erste Meinung über jemanden zu bilden. Gerüchte und Gesagtes werden zu Mitteilungen und Schriftdokumenten, verblassen nicht in den Erinnerungen der Gesellschaft sondern werden konserviert und erscheinen auch nach Jahren noch so frisch wie am Tag der Veröffentlichung. Das Internet zwingt dabei auch Grössen aus Politik und Gesellschaft in die Knie. Der ehemalige deutsche Verteidigungsminister Dr. Karl-Theodor zu Guttenberg stolperte über die Unzulänglichkeiten der eigenen Doktorarbeit, welche die Internetgemeinde schonungslos sezierte und ihn damit nicht nur zum Rücktritt zwang, sondern auch in eine beruflich schwierige Lage brachte. Schnell wurde klar, dass auch vergangene Fehler durch das Internet nachhaltige Rufschädigungen zur Folge haben können. Andere nutzen das Internet als Sprungbrett – beispielsweise die Kampagne des US-Präsidenten Barack Obama, welcher durch seinen gelungenen Einsatz des Mediums Internet Stimmen aktivierte, welche seine Konkurrenten durch herkömmliche Mittel nicht erreichten. Seine Reputation und die Verteidigung durch die Netzgemeinde halfen ihm dabei, Vorwürfe seiner Konkurrenten zu entkräften und aus Angriffen gestärkt hervorzugehen.

Hall [9] meint: „Einer Umfrage unter Führungskräften zufolge gilt Reputation inzwischen als wichtigstes immaterielles Gut, das in der Lage ist, zukünftig entscheidende Wettbewerbsvorteile zu schaffen.“ Gerade weil der Reputation eine so grosse Bedeutung im Berufsleben beigemessen wird, ist es unabdingbar mit der nötigen Sorgfalt an die Pflege der selbigen heranzugehen. Denn mehr als je zuvor hat es der Mensch selbst in der Hand durch verschiedene Massnahmen, seine gesellschaftliche Wahrnehmung zu steuern.

Dieses kurze Paper möchte aufzeigen, welchen Einfluss die Online-Reputation in der heutigen Zeit auf die Arbeitssuche nehmen kann und wie mithilfe konkreter Mass-

nahmen und Hilfestellungen die eigene Online-Reputation geschützt oder sogar verbessert werden kann.

Einfluss der Online-Reputation bei der Arbeitssuche

Mit der zunehmenden Verbreitung von sozialen Netzwerken kommen auch immer mehr deren Schattenseiten ans Licht. Es ist von Leuten die Rede, die ihren Job oder ihren Partner verloren haben, von Leuten, welche für einen schlechten Scherz im Gefängnis landeten und von solchen, deren politische Karriere mit einem Schlag beendet wurde - alles aufgrund von unbedachtem Gebrauch von sozialen Netzwerken. Vielen Internetnutzern ist nicht bewusst, in welchem Ausmass sie Spuren im Netz hinterlassen, welche jahrelang gespeichert und gefunden werden können. Insbesondere Beiträge im Internet, die mit dem eigenen, richtigen Namen assoziiert sind, können kritisch sein und später - wenn man sich an diese Postings mitunter gar nicht mehr erinnert - zu weitreichenden Problemen führen. In diesem Abschnitt möchten wir im Besonderen auf den Einfluss der durch dieses Verhalten tangierten Online-Reputation bei der Arbeitssuche eingehen.

Arbeitgeber werden immer sensitiver in Bezug auf Social Media. Es wird dem Arbeitgeber von heute sehr leicht gemacht, private Informationen über seine Bewerber im Internet zu finden. Entsprechend geben auch 28% der befragten Firmen aus Deutschland im Artikel der Zeitung "Zeit" an, dass sie das Internet nutzen, um mehr über Ihre Bewerber in Erfahrung zu bringen [6]. Es ist zu vermuten, dass die Zahlen in der Schweiz ähnlich aussehen und dass diese Zahlen in Zukunft noch weiter ansteigen werden. Allerdings scheinen, wenn überhaupt, vor allem Kandidaten für Kaderpositionen gegooglet und bei sozialen Netzwerken durchleuchtet zu werden. Für eine Online-Suche zu jedem Bewerber fehlt es den Personalverantwortlichen schlichtweg an Zeit [3]. Massgebend für einen guten ersten Eindruck im Internet sind gemäss PR-Experte und Autor Klaus Eck vor allem die ersten 30 Suchergebnisse bei Google [5][8].

In den meisten Fällen handelt es sich bei diesen Informationen, um freiwillig veröffentlichte Informationen - sei es auf Blogs, in sozialen Netzwerken oder anderen Web 2.0-Applikationen. Was vielleicht zum Zeitpunkt der Veröffentlichung noch lustig und angebracht erscheint, wirkt insbesondere einige Jahre später nur noch peinlich und unangebracht. Dieser Effekt verstärkt sich zusätzlich, wenn das Bild oder Video aus dem Zusammenhang gerissen gezeigt wird. So passiert auch beim kanadischen Regionalpolitiker Ray Lam, welcher durch anzügliche Fotos mit Mitstudentinnen aus seiner College-Zeit eingeholt und schlussendlich zum Rückzug seiner Kandidatur gezwungen wurde [4]. Auch bei Bewerbungsgesprächen kann es zu peinlichen Situationen kommen, wenn der Arbeitgeber mehr über den Bewerber weiss, als diesem lieb ist und man letzteren darauf aufmerksam macht, dass die Aussage von gerade eben nicht ganz der Wahrheit entspricht.

Als Grundregel muss daher laut Sicherheitsexperte beim Software-Hersteller Sophos, Graham Cluley, gelten: „Was man nicht mit dem Megaphon in die Welt schreien will, sollte man nicht auf Facebook posten“ [10]. Selbst wenn die Privatsphäre-Einstellungen entsprechend gesetzt wurden, muss immer damit gerechnet werden,

dass Informationen auch Personen erreichen können, für welche sie eigentlich nicht gedacht waren. Auch die von Social Network-Betreibern angebotenen neuen Möglichkeiten im Bereich der Privatsphärenkontrolle (beispielsweise die Circles in Google+) garantieren keine absolute Kontrolle darüber, wen die Information schlussendlich wirklich erreicht. Je länger man ein Profil bereits pflegt und je mehr das Netzwerk inzwischen gewachsen ist, desto schwieriger wird es, die Reich- und Tragweite von Veröffentlichungen abschätzen zu können.

Neben einer bewussten und selbst verursachten Publikation von reputationsschädigenden Informationen, kann es auch zu böswilliger Reputationsschädigung durch Dritte kommen. Einerseits können negative und unter Umständen unwahre Artikel oder News zur eigenen Person veröffentlicht werden. Andererseits kann dies sogar soweit gehen, dass unter falschem Namen rufschädigende Aktionen im Internet vorgenommen werden. Genau das ist der Betreiberin des Blogs bewerberblog.de passiert: Sie wurde erst durch "self-googling" darauf aufmerksam, dass ein "Stalker sich ein Benutzerkonto mit ihrem Namen [bei Wikipedia] angelegt hatte und in ihrem Namen Nazi-Propaganda, verbotene Bilder, Symbole und ähnlich krankes Zeug verbreitete". Durch die gute Inhaltsüberprüfung bei Wikipedia waren die Inhalte zwar schnell gelöscht - was aber blieb und in den Suchergebnissen erschien, waren Mitteilungen wie „Der Benutzer Nadia Kittel wurde wegen Einstellung verbotener Inhalte gesperrt.“ [11]

Massnahmen für eine bessere Online-Reputation

Eine negative Online-Reputation kann, wie im vorherigen Abschnitt beschrieben, verschiedene Formen haben. Die Massnahmen müssen daher differenziert betrachtet werden. Wichtig ist, sich als Bewerber in die Lage der Rekrutierer zu versetzen und auf die selbe Weise nach Informationen über sich zu suchen, wie diese es auch tun würden. So erhält man sehr schnell einen groben Überblick über sein eigenes Erscheinungsbild im Internet. Grob können die Massnahmen in zwei Bereiche geteilt werden: *Reaktive* Massnahmen werden getroffen, wenn man auf bereits im Internet publizierte Inhalte reagiert. Von *proaktiven* Massnahmen wird gesprochen, wenn man aus eigener Motivation positive Inhalte von sich im Internet verbreitet. Letzteres kann auch als Vorsorge betrachtet werden, die getroffen wird, damit Rekrutierer genau diese positiven Inhalte finden.

Wenn die Reputation bereits von negativem Material wie unangebrachten Fotos, Kommentaren oder Videos geschädigt ist, muss dieses unkenntlich, unauffindbar oder gar entfernt werden. In einigen Fällen wie z.B. bei Facebook reicht manchmal schon das Aktivieren einiger Privatsphäreneinstellungen. Dies garantiert jedoch nicht, dass andere Nutzer auf derselben Plattform rufschädigende Inhalte über jemanden veröffentlichen.

Google und Yahoo haben den weltweit grössten Marktanteil am Suchmaschinenmarkt [12]. Auch Rekrutierer benutzen vorwiegend diese, zusätzlich aber auch spezialisierte Personensuchmaschinen wie Pipl. Suchmaschinen sind aber lediglich Repräsentanten dafür, was im Internet zu finden ist. Die Verantwortung für den Inhalt liegt bei den gefundenen Seiten selbst. Als reaktive Massnahme für die Entfernung

von unerwünschtem Material können die Seitenbetreiber oder Administratoren kontaktiert werden [13]. Ganz nach dem Motto "Das Internet vergisst nie", werden die Inhalte jedoch auch nach dem Entfernen noch von Suchmaschinen gefunden, auch wenn die Links zu leeren Seiten führen. Die Suchmaschinen - hier am Beispiel Google - speichern eine Kopie jeder Website, welche in der Suche gefunden werden kann, in einem Cache [1]. So können bereits gelöschte Inhalte trotzdem gefunden und angezeigt werden. Der Cache wird überschrieben, sobald die Suchmaschinen die Indizes neu bilden. Während bei Yahoo schlichtweg Geduld gefragt ist [15], bietet Google ein Webmaster-Tool an, mit welchem die entfernten URLs per Antrag aus dem Index gelöscht werden können.

In den letzten Jahren ist dieser reaktive Prozess zu einer Geschäftsidee geworden. Gegen Bezahlung kann man von sogenannten "Reputation Defenders" seinen Online-Ruf aufbessern und pflegen lassen. Ebenso bieten sie einen Benachrichtigungsservice zu neuen Inhalten, welche die Suchmaschinen mit dem eigenen Namen assoziieren. Einen solchen Benachrichtigungsservice bietet Google mit GoogleAlerts auch von Haus aus an.

Anstatt zu versuchen, den eigenen Ruf durch gezieltes Entfernen von Links zu verbessern, kann auch die Verdrängungstaktik verwendet werden. "Unliebsame Suchergebnisse", so Experte Thomas Hutter, "verdrängt man, indem man bei angesehenen sozialen Netzwerken Beiträge kreiert" [7]. Es wird versucht, negative Inhalte in der Suchmaschine durch positive nach hinten zu drängen. Es ist also gleichzeitig eine proaktive sowie eine reaktive Massnahme.

Auf der anderen Seite ist es in der heutigen Zeit nicht förderlich im Internet total unbekannt zu sein. Eck [5] rät ganz allgemein: "In Zukunft verbessern Sie Ihre Einstellungschancen dadurch, dass Sie Ihre Bewerbungsmappen durch eine professionelle Website ergänzen und deutlich machen, dass Sie über ein fundiertes Netzwerk verfügen." Plattformen wie LinkedIn oder Xing sind auf den sozialen Kontakt auf beruflicher Ebene spezialisiert. Ein potentieller Bewerber veröffentlicht dort proaktiv Informationen über seinen Werdegang, seine Kompetenzen und Ausbildung. Der Rekrutierungs-Blog Prospective bezeichnet dies als "Signaling" [14]. Daher ist es wichtig diese Profile zu pflegen und plattformübergreifend miteinander zu verlinken. Ein weiterer Vorteil solcher Business-Netzwerke ist, dass die Profile, im Gegensatz zu beispielsweise Facebook, geschlossener und privater gehalten werden können, indem dort nur enge Bekannte als Freunde akzeptiert werden. Somit ist eine bessere Kontrolle über die veröffentlichten Informationen möglich.

Je nach Berufsfeld variiert der Einfluss des Signaling. Speziell in der IT-Branche ist es wichtig, eine gute Internetpräsenz zu besitzen. Die Aufgaben eines Informatikers können wegen der zunehmenden Globalisierung immer einfacher an billigere Arbeitskräfte im Ausland delegiert werden. Es spielt kaum mehr eine Rolle, wo die Arbeitskraft vor dem Bildschirm sitzt. Dank E-Mail, Skype und weiteren CSCW-Tools ist die verteilte Zusammenarbeit viel einfacher geworden. Für die lokalen, teuren Mitarbeiter ist es darum besonders wichtig, ein gutes Bild von sich verkaufen zu können. Um sich von der "Masse" abheben zu können, rät die Zeitschrift Computerworld, einen eigenen Blog zu starten - natürlich unter dem vollen Namen. Ebenso

sei es von Vorteil, als Entwickler bei Open-Source Projekten mitzuwirken und Interesse daran zu zeigen [2].

Ein ganz anderer Ansatz ist, die negativen Inhalte im Internet zu akzeptieren und zu den Fehlern zu stehen, anstatt sie zu verwischen. Es kommt immer auf den Kontext an. Beispielsweise ist ein Foto von einer Gruppe von Personen, die etwas Verbotenes macht, weniger schlimm, als wenn nur eine einzelne Person darauf abgebildet ist. Da heutzutage das Internet viele Personen zu einem schlechten Ruf bringt, sticht man nicht mehr aus der Masse, sondern es ist wichtig, wie mit den Inhalten umgegangen wird. Ein klärender Kommentar hilft bei negativen, überspitzten oder gar falschen Darstellungen. Der betroffenen Person sollte bei der Arbeitssuche bewusst sein, dass der Arbeitgeber beim Bewerbungsgespräch durchaus auf solche Inhalte eingehen kann. Mit einer guten Erklärung kann man zusätzlich eventuell ein paar Sympathiepunkte gewinnen.

Wenn alle obigen Massnahmen fehlschlagen, wäre die amtliche Namensänderung die radikalste reaktive Lösung. Der Aufwand dafür ist um einiges grösser, sodass es sich wirklich nur als letzte Möglichkeit lohnt. Nach Vollzug würde allerdings zu Beginn wieder die Anonymität im Internet zum Problem, da auch positive Einträge im Web "verloren" gehen.

Fazit

Das Internet bringt den Umgang mit dem eigenen Ruf auf ein neues Level. Es gibt den Menschen die Möglichkeit das Ansehen anderer zu schädigen und vereinfacht es, Informationen zeitnah zu verbreiten. Das Management der eigenen Reputation wird somit komplexer und von mehr Faktoren abhängig als nur der reinen Wahrheit. Durch geschicktes Streuen von Gerüchten, Identitätsdiebstahl etc. lassen sich Probleme schaffen, welche selbst durch intensives Beobachten der Netzwelt nicht verhindert werden können.

Gleichzeitig gibt das World Wide Web den Menschen die Möglichkeit, die Wahrnehmung der eigenen Person durch Dritte zu steuern wie nie zuvor. Denn geschriebene Worte lassen sich sehr gut selektieren und auf dem eigenen Internetauftritt überwiegt das positive. Mittlerweile lassen sich in sozialen Netzwerken wie Facebook und Google+ selbst die Statusnachrichten an ausgewählte Menschen verschicken – dadurch kann dem Arbeitgeber nur das Positive gezeigt werden, während Freunde und Verwandte "alles" erhalten. Selbstverantwortung und Aufklärung sind hierbei die Stichworte nach denen sich die Internetnutzer von heute richten sollten. Durch diese proaktiven Massnahmen lässt sich das äussere Erscheinungsbild optimal beeinflussen.

Es ist immens wichtig, dass Internetnutzern bewusst wird, dass das Internet nie vergisst - Geschriebenes bleibt oft jahrelang abrufbar und lässt sich nur schwer entfernen. Und durch die immer effizienteren Suchmaschinen lassen sich auch die allerletzten Informationshappen finden, vergleichsweise ohne grossen Aufwand.

Wer also ein Interesse an seiner Online-Reputation hat, dem sei ans Herz gelegt, sich intensiv damit zu befassen und sich darum zu kümmern. Entweder indem man gar

keine Spuren hinterlässt, nur die richtigen, oder versucht die falschen wieder loszuwerden. Wobei gerade ersteres in der zunehmend digitalisierten Gesellschaft die Ausnahme bilden dürfte und je länger je mehr, auch unmöglich werden wird.

Literaturverzeichnis

- [1] Blachman, N. / Peek, J. (2011). Cached Pages. Aufgerufen am 24.3.2012, www.googleguide.com
- [2] Brandel, M. (2007). Web anonymity can sink your job search. Aufgerufen am 19.3.2012, www.computerworld.com
- [3] Boenisch, V. (2010). Datenschutz: Googlen Sie Ihre Bewerber? Aufgerufen am 26.3.2012, www.zeit.de
- [4] CBC News, (2009). Candidate's racy Facebook photos showed 'lack of judgement': B.C. NDP leader. Aufgerufen am 27.3.2012, www.cbc.ca
- [5] Eck, K. (2008). Karrierefalle Internet: Managen Sie Ihre Online-Reputation, bevor andere es tun! München: Carl Hanser Verlag
- [6] Fröhlich, D. (2010). Reputation: Politur am virtuellen Image. Aufgerufen am 27.3.2012, www.zeit.de
- [7] Grassegger, H. (2012). Das Internet als Visitenkarte. Aufgerufen am 28.3.2012, www.tagesanzeiger.ch
- [8] Grosse Klönne, L. (2009). Eine gute Online Reputation erhöht die Chancen auf dem Arbeitsmarkt. Aufgerufen am 28.3.2012, www.absolventa.de
- [9] Hall, Richard (1992): The Strategic Analysis of Intangible Resources, in: Strategic Management Journal, 2
- [10] Jeitziner, D. (2012). TV-Kritik: Facebook ist an allem schuld. Aufgerufen am 25.3.2012, www.tagesanzeiger.ch
- [11] Kittel, N. (2007). Rufschädigung im Internet. Aufgerufen am 22.3.2012, www.bewerberblog.de
- [12] Luna-park, (2011). Suchmaschinen Marktanteile weltweit: Die grössten Internationationen der Welt. Aufgerufen am 28.3.2012, www.luna-park.de
- [13] Microsoft, (2010). Microsoft-Studie zum Datenschutztag: Online Reputation beeinflusst Job-Chancen. Aufgerufen am 19.3.2012, www.microsoft.com
- [14] Prospective, (2011). Gibt es den googlenden Personaler wirklich? Aufgerufen am 27.3.2012, www.blog.prospective.ch
- [15] Yahoo, (2007). Wenn ich nach meinem Namen suche, erhalte ich Ergebnisse, die ich als anstössig empfinde. Kann ich sie aus dem Yahoo! Index entfernen lassen? Aufgerufen am 23.3.2012, www.help.yahoo.com