

| | | | |
|-------------------------------|------------|-----------------|--------|
| Markt&Technik - de | | Print | |
| Medientyp: | Fachpresse | Gedr. Auflage: | 32007 |
| Erscheinungsdatum: | 25.07.2008 | Verk. Auflage: | 1789 |
| Seite: | 82-85 | Verbr. Auflage: | 31444 |
| | | Reichweite: | 125472 |

Recruiting per Netzwerke auf dem Prüfstand

Wer kennt wen?

Dürfen Headhunter und Personalchefs einfach bei den Mitgliedern von Xing, Wer-kennt-wen, StudiVZ oder Experteers anklopfen und zum Stellenwechsel verführen? Dürfen sie auf der privaten Webseite von Arbeitnehmern ihre Angeln auswerfen? Ja, das alles dürfen sie, und sie machen es längst. Die begehrtesten Jagdobjekte sind Informatiker und Ingenieure.

Der Wiesbadener Kai Friedrichs ist zwar erst 20 Jahre jung und zudem noch in der Ausbildung zum Fachinformatiker, trotzdem kennt er schon diverse Headhunter mit Namen. Im Mai schickten sie ihm fünf, im Juni acht und im Juli drei Stellenangebote ins Haus.

Gemeint ist damit sein elektronisches Postfach bei Xing, das der junge Mann vor einem halben Jahr eingerichtet hat. Unter einem Alibinamen allerdings, denn auf die Bekanntschaft mit Hinz und Kunz legt er keinen Wert. Personalberater Hinz und Recruiter Kunz mit ihm aber schon. Deshalb hat sich der angehende IT-Fachmann genervt wieder von Xing verabschiedet. »Es hätte mich ja gar nicht gestört, wenn sich die Leute meinen hinterlegten Lebenslauf näher angesehen und mir gezielt Angebote für nächstes Jahr geschickt hätten«, zeigt sich Friedrichs begrenzt verständnisvoll, »aber das hier ist nur noch blöd.«

Mehr als 8 Millionen Deutsche sind derzeit in sog. sozialen Netzwerken im Internet registriert, Tag für Tag kommen Hunderte neuer Nutzer hinzu. Ganz vorne in der Gunst der berufstätigen Deutschen steht das Business-Netzwerk Xing. Die Plattform dient der geschäftlichen Kontaktpflege, worunter mehr und mehr Jobvermittler in erster Linie die

billige und gebilligte Kontaktabahnung zu potenziellen Kandidaten verstehen.

Es wird ihnen ja auch leicht gemacht. Viele Profile enthalten den kompletten Lebenslauf des Xing-Mitgliedes einschließlich seiner beruflichen Fortbildungen, detaillierter Freizeitpräferenzen und verblümt bekundeter Veränderungsabsichten. Bei so viel Plakatierfreude müssen Headhunter nur noch nach Ausbildung und Berufserfahrung filtern und zugreifen.

Und sie tun es mit hemmungsloser Freude. »Klar nutzen wir auch diese Kanäle«, sagt Heide Huck von der SCS Personalberatung in Frankfurt. »Die Menschen, die sich innerhalb dieser Netzwerke bewegen, bringen mit ihrer Teilnahme und ihren hinterlegten Vitae schließlich klipp und klar zum Ausdruck, dass sie von uns angesprochen werden wollen.«

So was lässt sich kein Researcher zwei Mal sagen. Welch eine Arbeitserleichterung im Vergleich zu früher, als man sich noch mühsam an das interne Telefonverzeichnis heranschleichen, die Durchwahlen abtelefonieren und in Frage kommenden Kandidaten ihre Berufsstationen aus der Nase ziehen musste.

Gestern noch bei StudiVZ und Facebook eingeschrieben, sind viele Studierende an Hochschulen

und Berufsakademien ebenfalls bei Xing angekommen. Manche wollen sich nur einen professionellen Anstrich geben, nicht wenige freilich hoffen auf attraktive Praktika- und Jobofferten. Der Status »Absolvent/Student« ermöglicht die Einbettung des individuellen Bildungshintergrunds in das eigene Profil. Damit können Studenten und Studentinnen Anschluss an mögliche Arbeitgeber finden, weltweit Alumni kontaktieren und so schon lange vor dem Examen ihre Karriere planen. »Professionelles Networking beginnt schon während des Studiums«, versichert Lars Hinrichs, Gründer und Vorstandsvorsitzender der Xing AG und plustert seine Kontaktbörse angelegentlich noch ein wenig stärker auf: »Ein Profil auf Xing ebnet zukünftigen Akademikern den Einstieg in ein erfolgreiches Berufsleben.«

Besonders beliebt bei Beratern und Rekrutierern ist die Jobbörse Experteers. Hier ist das Gefundenwerden geradezu Programm. Anonymisiert stellen wechselwillige Arbeitnehmer ihre Lebensläufe auf die Plattform und harren der Direktansprache. Die ist hier wie bei Xing, LinkedIn, StudiVZ, Myjobvideo, Germany's next Top Ingenieure, MySpace, Wer-kennt-wen und all den anderen Beziehungsnetzwerken völlig legal. Nur wer sich in seinem Profil aus-

drücklich die Kontaktaufnahme von Personalern und Jobvermittlern verbittet, hat ein Recht zur Klage.

Ebenso statthaft wie der kurze Anruf am Arbeitsplatz zum Zwecke einer weiteren Gesprächsverabredung ist die Mail an die Büroadresse und sogar an den privaten E-Briefkasten. Immerhin könne man darauf ja scharf oder gar nicht antworten, urteilten die Richter, mithin sei die bloße Anfrage, ob Interesse an einer neuen Position bestünde, durchaus zulässig. Ins Ungesetzliche drifft die Jagd erst dann ab, wenn trotz erklärter Ablehnung weiter gehöhrt würde. Gegen besonders aufdringliche Personalmakler kann der Angesprochene eine Unterlassungsverfügung erwirken. Doch so weit gehen Headhunter und betriebliche Personalbeschaffer kaum. Schließlich wollen sie ihre Beute einfahren und nicht gegen sich aufbringen.

Die Ansprache passiver Kandidaten wird immer wichtiger

Im Zuge des Fachkräftemangels wird die Ansprache passiver Kandidaten immer wichtiger. Deutschland gehört neben Frankreich und Großbritannien zu den wichtigsten und größten E-Recruitingmärkten in Europa, sowohl im Hinblick auf die Anzahl von Jobbörsen, professionellen Netzwerken und Kandidaten als auch in Bezug auf das Umsatzvolumen in diesem Marktsegment. Die Empfehlung allerdings, sich bei mangelndem Interesse an Jobangeboten erst gar nicht in solchen Netzwerken registrieren zu lassen, greift zu kurz. Denn die Sichtbar-

keit im Internet nimmt tatsächlich immer größeren Einfluss auf den beruflichen Erfolg. Das jedenfalls behauptet der Bundesverband Deutscher Unternehmensberater BDU e.V. aufgrund einer Umfrage unter knapp 300 Führungskräften bei Personalberatungsgesellschaften. Danach ist die Bedeutung der Online-Reputation für den künftigen beruflichen Aufstieg besonders bei Managern hoch. 64 Prozent der befragten Headhunter schätzen Informationen im Internet als sehr wichtig bis wichtig ein, bei den mittleren und unteren Führungskräften sind es 61 Prozent. Auf der Fachkräfteebene nimmt hingegen die Bedeutung merklich ab: »Sehr wichtig bis wichtig« nannten hier nur 37 Prozent.

Gut 80 Prozent der Karriereexperten sind der Meinung, dass Führungskräfte durch »eine geeignete Präsenz im Internet« ihre Aufstiegsoptionen aktiv gestalten – selbstverständlich spricht: sich finden lassen – sollten. BDU-Vizepräsident und Personalberater Joachim Staude: »Kandidaten müssen sich durch Kompetenz, Leistungsbereitschaft und soziales Engagement im Internet positionieren. Dies erhöht den Aufmerksamkeitsfaktor.« Vier von fünf Headhuntern raten zu Fachbeiträgen, gut drei Viertel befürworten die aktive Teilnahme an Online-Karrierenetzwerken. Von eigenen Manager-Blogs oder -Webseiten halten die Personalberater jedoch nicht viel. 90 Prozent würden ihrem besten Freund hiervon abraten.

In den Beziehungsnetzwerken freilich sind sie mehr als alle anderen Berufsgruppen zu Hause. Gut ein Drittel aller Personalberater nutzt Xing & Co. nicht nur für die Ansprache der Kandidaten,

sondern sieht darin auch ein gutes Werkzeug für die Überprüfung von Referenzen und fachlicher Eignung. 57 Prozent aller Berater haben aufgrund der Ergebnisse ihrer Internetrecherche auch schon mal einen Bewerber durchfallen lassen. Schuld daran sind neben peinlichen Privatfotos und unangemessenen öffentlichen Stellungnahmen oft die in Blogs oder Beziehungsnetzen geäußerten Kommentare von Berufskollegen – die Berater über Google leicht entdecken.

Darüber hätten die Personalberater übrigens zuerst den Tarnnamen von Informatik-Azubi Kai Friedrichs laufen lassen sollen, bevor sie ihm freundliche Angebote als Datenbankspezialist und Teamleiter unterbreiteten. Sein Name bei Xing, »Jag A. Okänt« stammt aus dem Schwedischen und lautet übersetzt: Ich bin unbekannt. (dc) ■



Ganz vorne in der Gunst der berufstätigen Deutschen steht das Business-Netzwerk Xing.



Tipps für ein optimales Xing-Profil

Das eigene Profil ist die zentrale Anlaufstelle für alle Kontakte. Xing-Experte Joachim Rumohr (www.rumohr.de) weiß, wie man sich richtig darstellt.

- ☛ Das Foto sollte unbedingt vom Profi sein.

- ☛ Zeigen Sie Persönlichkeit: Es geht nicht nur um Fakten und um Business. Im Networking ist der menschliche Faktor immens wichtig.

Sympathie und Charakter sind oft erfolgsentscheidend.

- ☛ Gemeinsame Interessen ermöglichen Anknüpfungspunkte für die Kontaktaufnahme und das erste Gespräch.

- ☛ Richten Sie eine »Über-mich«-Seite ein.

- ☛ Achten Sie auf die richtige Schreibweise Ihrer Adresse, da-

mit Sie erreicht werden können. Bei einem Schreibfehler in der Postadresse funktioniert die Standortanzeige im Xing-Kontaktprofil nicht richtig. Testen Sie es selbst, um ganz sicher zu gehen.

- ☛ Tragen Sie Ihre Organisationen und Hochschulen richtig ein. Verwenden Sie mehrere Schreibweisen, um gefunden werden zu können. (dc)