

# Den digitalen Spiegel checken und putzen

Wer im Netz keine Suchtreffer zusammenbringt, existiert praktisch nicht. Noch schlimmer für Individuen und Unternehmen ist aber ein angepatzter digitaler Ruf. Dessen Management wird zunehmend komplex.

Karin Bauer

Jugendsünden, im Taumel der Eitelkeiten selbst ins Netz gestellt oder als Mobbing-Attacken losgelassen, werden für zunehmend mehr Menschen unangenehm. Hacker missbrauchen Vertrauen in soziale Netzwerke, kapern Benutzerkonten. In Unternehmen beginnt sich der Job des Web-Reputation-Managers zu verbreiten, um den Ruf des Unternehmens in Facebook, Twitter, Myspace und auf

thode und Ultima Ratio der Personalauswahl. Aber: Bilder entstehen, erste Eindrücke fressen sich fest. Selbst der schlechte Ruf von Namensvettern und -basen schadet gelegentlich schon, da muss man noch gar nicht mit einem wü-

ten-

hat ebenso ein Problem. Der Wirklichkeitscheck erfolgt garantiert.

Dass es im Internet gar keine Privatsphäre mehr gebe und diese Entblößung, diese Nacktheit noch längst nicht ihren höchsten Grad erreicht habe, stellt Klaus Eck in seinem Buch *Karrierefalle Internet* sehr eindringlich dar.

Reputationsmanagement, also checken und Warten des digitalen Spiegels, ist großes Thema geworden. Glaubt man einer Studie der

nehmens, an das Internet wird dabei aber kaum gedacht - von irrtümlich weitergeleiteten Mails bis zu Kommentaren in Foren. Diese Befragung identifiziert Führungskräfte als „arglos“ bezüglich des Schadenspotenzials. So wie es derzeit aussieht, kommt das Geschäft



Foto: Fotolia

Kelzen zu checken und nötigenfalls zu reparieren.

Es nützt nichts: Auch wenn Unternehmen beginnen, Zugänge zu solchen Netzwerken vom Büro aus zu beschränken - es wird gepochelt, gebloggt, eingetragen, der bösen Erfahrung mit den Kollegen oder den Chefs Luft gemacht. Das auch immer häufiger zum eigenen Schaden, denn: Auch wenn die Relevanz der digitalen Identität gerne heruntergespielt wird, informieren sich Personalentscheider ja doch im Netz. Natürlich ist Googeln nicht anerkannte Recruitingme-

den Kommentar über den Exarbeitgeber hergezogen sein.

Dass Abmahnungen und sogar Kündigungen wegen negativer Online-Äußerungen laut Forrester-Studie zunehmen, mag dies belegen.

Aber auch die andere Seite schlägt schnell zurück: Wer den Surfurlaub am Comer See zum Managementtraining macht, Biografie und Persönlichkeit im Netz tunt,

solcher Berater ordentlich in die Gänge, auch jener, die den digitalen Fußabdruck kostenpflichtig „reparieren“ - denn: leicht rauszukriegen sind Einträge auch für kundige Laien nicht. „Die aktive Gestaltung des Online-Profiles ist die beste Verteidigung“, sagt Susanna Wieseneder, Personal Counselor und Buchautorin zum Thema („Reputationsmanagement“, Hanser-Verlag). „Reputation-Defender“ und „Reputation-Hawk“ etwa bieten Such- und Löschdienste an. Wieseneder empfiehlt aber im besten Fall für das Reputation-Management Positionieren, Aktualisieren und regelmäßiges Monitoring der beruflichen oder privaten Themen mittels kostenloser Dienste wie Google Alert, Google Blog Search, technorati, watch blogs oder spock.com.

Reputationsberater Weber Shandwick mit der Economist Intelligence Unit vom Februar des Jahres, dann ist Online-Reputation-Management eine „strategische Kernaufgabe“ für das Management, was den Unternehmensruf betrifft. Basis für diese Aussage sind Ergebnisse der Befragung von mehr als 700 Führungskräften in 20 Branchen und 62 Ländern: 84 Prozent erachten schlechte Berichterstattung in Medien als größte Gefahr für das Image des Unter-