

Karrieremotor Internet

Geschickt genutzt, helfen Foren und Businessnetzwerke beruflich vorwärtszukommen

Vom Berater zum Spezialisten: Nach der Gründung von Bonvista Consulting stellte Hans-Jörg Zeese ein Profil bei Xing ein und eröffnete eine Gruppe, die sich mit den Wirtschaftsbeziehungen zu Brasilien beschäftigte. Kunden und Partner lud er ein, dort zu diskutieren; in Newslettern informierte er sie über eigene Angebote. Heute versammelt Zeese mehr als 4.000 Geschäftleute aus Brasilien und Deutschland online. Der Berater gilt überregional als Spezialist für Fragen rund um Brasilien und avancierte zum gefragten Vortragsredner. „Das



Spiegelbild: Online kann jeder sein Image kontrollieren und pflegen

Kommunikationsagentur Textur. Auch wer nur selten im Netz agiert, ist eventuell auf Bildern von Freunden bei Flickr oder Youtube und in Hinweisen bei Communities wiederzufinden. Unabsichtlich. Nicht immer vorteilhaft. Reicht eine Bitte an Freunde und Bekannte oder den Betreiber der Webdienste nicht aus, Unvorteilhaftes oder Negatives zu löschen, helfen Dienste wie Myonid, Dein-Guter-Ruf oder Username weiter. Sie vereinfachen die Imagepflege, indem sie laufend nach Hinweisen suchen, die von ihren Teilnehmern online erscheinen.

Internet hilft enorm, einen Expertenstatus zu etablieren“, stellt der Münchner fest.

Marketing in eigener Sache betreiben – das funktioniert nirgendwo so einfach wie im Internet. Angestellte können sich mit einem Profil in Business- und Branchennetzwerken oder mit intelligenten Beiträgen in Foren künftigen Arbeitgebern empfehlen. Selbstständige auf dieselbe Art Auftraggeber finden. „Die Besetzung einer Stelle ist eine Investitionsentscheidung“, weiß Andreas Lutz, Gründer des Portals Gruendungszuschluss.de. „Sicherheitshalber vergeben Unternehmen Positionen über Beziehungen oder Empfehlungen.“

Immer mehr zählt in der Wirtschaft auch Medienkompetenz. Folglich überprüfen Personaler und Unternehmer in Communitys oder über Google die Namen von Bewerbern. Neben aussagekräfti-

gen Profilen punkten Blog- oder neuerdings auch Twitterbeiträge, die auf Erfahrung und Know-how basieren. „Online identifizierbar zu sein, gibt der Karriere einen Kick“, beobachtet Klaus Eck, Chef der Beratung Imagecapital. Er fordert: „Es wird immer wichtiger, seinen Ruf im Internet zu kontrollieren und zu pflegen.“

Cleveres Onlinemarketing in eigener Sache beginnt mit Ego-Googlen in Such- und Personensuchmaschinen und mit dem Überprüfen der so aufgespürten Informationen. „Man wird sich wundern, an welchen Stellen Informationen über einen auftauchen“, sagt Christiane Gierke, Inhaberin der Kölner

„Selbstmarketing online zu betreiben, heißt, Verzicht zu üben“, empfiehlt Gierke. „Privates muss privat bleiben.“ Wer im Internet einen guten Ruf hinterlassen will,



„Im Internet sollte man sich nicht zu emotionalen Diskussionen hinreißen lassen.“

ANDREAS LUTZ
Geschäftsführer Gruendungszuschluss.de

sollte sich gut überlegen, ob Ärger über Kollegen, der Film von der Sause mit Freunden oder wirklich alle Bilder vom Nachwuchs präsentiert werden müssen. Kommentare zu Onlinespielen, die als brutal oder ordinär gelten, zu gastronomischen Favoriten, die andere geschmacklos finden, oder zu Hobbys, die seltsam anmuten, können durchaus auch unter Pseudonym abgegeben werden. Sicher ist, im World Wide Web geht keine Information verloren. Egal ob sie einem einmal peinlich sein oder potenzielle Auftraggeber zu falschen Schlüssen animieren könnte. „Was ich im Internet schreibe, muss in großen Buchstaben auf einem Werbeplakat stehen können, das neben meiner Wohnung steht und von Nachbarn oder Freunden gelesen werden kann“, folgert Lutz daraus.

Im Brasil-Business-Forum von Hans-Jörg Zeese sind persönliche Standpunkte ausdrücklich erwünscht – aber nur zum Thema. So fokussiert hat sich das Marketing in eigener Sache ausgezahlt. „Die besten Kunden“, freut sich der Berater, „habe ich online und über Xing gefunden.“ 15

Onlinemarketing in eigener Sache: wenig Mühe, viel Wirkung

Den eigenen Namen bei Google oder auch Personensuchmaschinen wie Yasni.de oder 123People.de eingeben. Veraltete Hinweise oder negative Infos bei Sitebetreibern sperren.

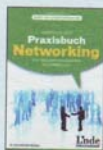


Tricks für Imagepflege und Akquise in Xing bietet „Xing optimal nutzen“ (Linde, 14,90 Euro). Die Autoren vermitteln ihr Wissen zudem in Workshops. Infos: www.gruendungszuschluss.de



Wie Personen ihre Qualitäten im Internet vermarkten können und welche Fehler sie vermeiden sollten, ist in „Karrierefalle Internet“ zu lesen (Hanser, 19,90 Euro). Dazu auch das Interview rechts.

Vorsicht bei Kommentaren: Sachlich und niemals emotional formulieren. Streitfälle persönlich und nicht öffentlich online regeln.



Netzwerken und Kontakte pflegen ist Teil des Selbstmarketings und funktioniert nicht nur online. Was dabei zu beachten ist, steht im „Praxisbuch Networking“ (Linde, 14,90 Euro).

Profile in den wichtigen Netzwerken der Branche einstellen und regelmäßig aktualisieren. In „Suche nach“-Feldern bewusst Ziele formulieren; die Kontaktdaten für alle Teilnehmer freischalten lassen.