



Das Internet vergisst nichts.  
Bewerbungen und Beförderungen im Zeitalter des "elektronischen Vorlebens"

Konsumenten und Arbeitnehmer im Internet-Zeitalter,  
eine Veranstaltung der Paulus-Akademie

Dienstag, 24. September 2013

Hotel Glockenhof Zürich

Sabine Steinhorst, Associate

---

# Agenda

1. Dr. Bjørn Johansson Associates AG - Executive Search 3
2. Neues Zeitalter in der Rekrutierung? 4
3. Trends in der Rekrutierung 5
4. Soziale Business-Netzwerke - Beispiele LinkedIn und XING 7
5. Chancen und Risiken für Bewerber 10
6. Management der digitalen Identität 12
7. Allgemeine Tipps zur Erhöhung der eigenen Visibilität 16

# 1. Dr. Bjørn Johansson Associates AG - Executive Search

- 1993 von Dr. Bjørn Johansson in Zürich gegründet
- Fokus: nationale und internationale vertrauliche Direktsuche im Klientenauftrag nach den Leistungsträgern von morgen für ausgewählte führende Unternehmen und Organisationen
- Spektrum unserer Klienten: von grossen multinationalen Konzernen über mittelständische Unternehmen bis hin zu Start-up-Firmen und Non-Profit-Organisationen, quer durch alle Branchen
- Funktionen: erste Führungsstufe, d. h. Chief Executive Officers, Mitglieder des Top-Managements sowie Board of Directors (Verwaltungsrat bzw. Aufsichtsrat)

Heute zählt Dr. Bjørn Johansson Associates zu den führenden Executive-Search-Boutiquen weltweit.

## 2. Neues Zeitalter in der Rekrutierung?

"Leider müssen wir Ihnen mitteilen, dass wir Ihrer Bewerbung bei uns nicht entsprechen können. Wie unsere Internetrecherche ergeben hat, passt Ihr persönliches Profil nicht zu dem unseres Unternehmens."

### 3. Trends in der Rekrutierung (I)

#### **Web 1.0 / Rekrutierung 1.0** (wenig Produzenten, viele User; seit ca. 1993):

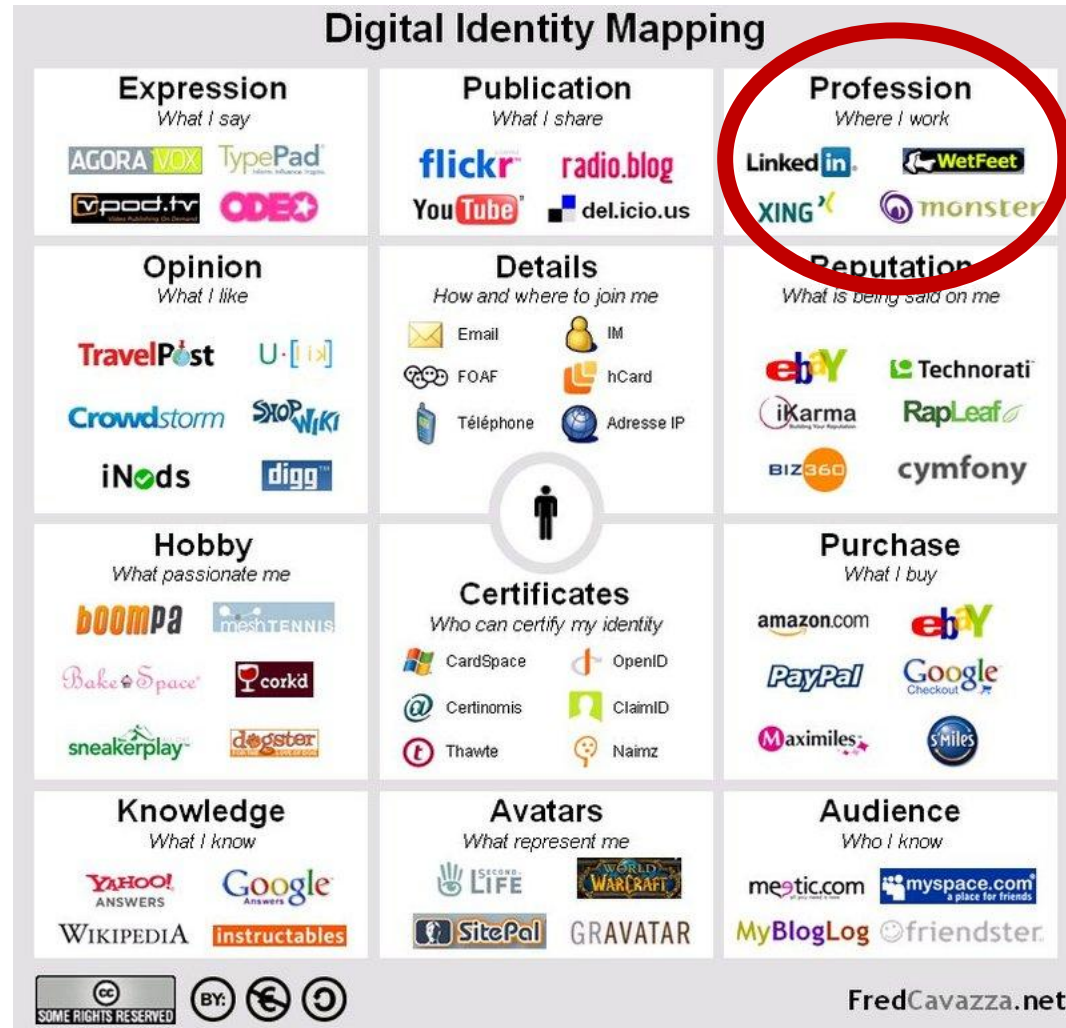
- Online-Stelleninserate: Bis zu neun von zehn freien Stellen werden auf der eigenen Unternehmens-Webseite veröffentlicht; ca. 70% aller Vakanzen werden in Internet-Stellenbörsen ausgeschrieben (2012)
- Online-Bewerbung (E-Mail, Webformular): ist Standard, postalische Bewerbung die Ausnahme

### 3. Trends in der Rekrutierung (II)

**Web 2.0 / Rekrutierung 2.0** (interaktives Medium mit zahlreichen Usern, die Content konsumieren UND produzieren; seit ca. 2003/2004):

- Soziale Business-Netzwerke haben Rekrutierung stark verändert:
  - Executive Search: schnelle Identifikation und diskrete Ansprache von Kandidaten weltweit
  - Unternehmen: direkte Ansprache von potenziellen künftigen Mitarbeiterin (Active Sourcing)
    - ⇒ Kannibalisierung des Geschäftsmodells der Personalberatung, v.a. Lower / Middle Management
  - Unternehmen: zielgruppengerechtes Employer Branding über Kanäle wie Facebook oder XING sehr effektiv
- Bewerber: Bereits ca. 30% der Personalverantwortlichen informieren sich über das Internet über Bewerber; je höher / repräsentativer die Position, desto umfassender!

# 4. Soziale Business-Netzwerke (I)



## 4. Soziale Business-Netzwerke (II) - Beispiel LinkedIn

- LinkedIn ist ein webbasiertes soziales Netzwerk zur Pflege bestehender Geschäftskontakte und zum Knüpfen von neuen Verbindungen
- Mit über 238 Millionen registrierten Nutzern in mehr als 200 Ländern (Stand: September 2013) die derzeit grösste Plattform dieser Art
- LinkedIn bietet u. a. folgende Funktionen für Nutzer:
  - Erstellung eines Profils mit Lebenslauf in mehreren Sprachen
  - Knüpfen neuer Kontakte
  - Austausch von Nachrichten mit anderen Mitgliedern
  - Mitgliedschaft und Gründung von Themengruppen
  - Organisation von Veranstaltungen
  - Empfehlung anderer Mitglieder und deren Kompetenzen
  - Interessante Suchfunktionen, z. B. nach neuem Arbeitgeber über Branchensuche, Ortssuche oder Mitglieder mit ähnlichen Qualifikationsprofilen





## 4. Soziale Business-Netzwerke (III) - Beispiel XING

- XING ist ein webbasiertes soziales Netzwerk zur Pflege bestehender Geschäfts- und privater Kontakte sowie zum Knüpfen von neuen Verbindungen
- Mit über 13.8 Millionen registrierten Nutzern (Stand: August 2013) die derzeit grösste Plattform dieser Art in der DACH-Region
- XING bietet u. a. folgende Funktionen für Nutzer:
  - Erstellung eines Profils mit Lebenslauf in mehreren Sprachen
  - Knüpfen neuer Kontakte
  - Austausch von Nachrichten mit anderen Mitgliedern
  - Mitgliedschaft und Gründung von Themengruppen
  - Organisation von Veranstaltungen
  - Interessante Suchfunktionen, z. B. nach neuem Arbeitgeber über Branchensuche, Ortssuche oder Mitglieder mit ähnlichen Qualifikationsprofilen



## 5. Chancen und Risiken für Bewerber (I)

### Chancen

- Hohe Transparenz des Stellenmarktes weltweit (Meta-Jobsuchmaschinen, Unternehmens-Webseiten, Ausschreibungen über soziale Business-Netzwerke)
- Online-Bewerbung: geringerer Kosten- und zeitlicher Aufwand
- Marketing in eigener Sache über soziale Business-Netzwerke

### Risiken

- Weitreichende Einräumung von Rechten an die Seitenbetreiber (soziale Netzwerke)
- Publikation von persönlichen Daten, ohne Sicherheitseinstellungen anzupassen (Facebook, Twitter)
- Eigenleben der Daten - ins Netz gestellte Daten können ohne grossen Aufwand kopiert und weitergegeben werden, z. B. von unseriösen Personalberatern an künftige Arbeitgeber

## 5. Chancen und Risiken für Bewerber (II)

### Chancen

- Networking in eigener Sache über soziale Business-Netzwerke
- Soziale Business-Netzwerke als neuartige Informationsquelle

### Risiken

- Leichtfertiger Umgang mit Daten im persönlichen Umfeld, z. B. Gruppenfotos vom Vereinsfest auf Facebook
- Aktualität im Auge behalten, z. B. mehrere LinkedIn-Profile
- Aktivität kann bis zu gewissem Grad von Kollegen, mit denen man vernetzt ist, eingesehen werden (XING, LinkedIn)

Umkehrschluss: Wirkt es gar negativ heutzutage, wenn nichts über den Bewerber im Netz zu finden ist?

## 6. Management der digitalen Identität (I)

- Aktive Gestaltung des eigenen Online-Profiles (auch um Gefahr des falschen Eindrucks durch andere Online-Einträge zu bannen - Stichwort zoominfo.com)
- Regelmässiges Ego-Googling (Name in Anführungszeichen, um Anzahl der Ergebnisse zu begrenzen)
- Seitenbetreiber niemals weit reichende Nutzungsrechte einräumen bzw. diese widerrufen
- Zugriff für Aussenstehende einschränken (keine Informationen "public" machen; "Freunden von Freunden" keinen Zugang gewähren; Netzwerk "verbergen")
- Ggf. Webseiten-Betreiber bitten, gewisse Inhalte zu entfernen
- Aktualität der Daten stets im Auge behalten




**Vigilantia pretium libertatis - Wachsamkeit der Preis der Freiheit**

## 6. Management der digitalen Identität (II)


# SOCIAL SCREENING

HOW COMPANIES ARE USING SOCIAL MEDIA TO HIRE/FIRE EMPLOYEES



AND 5 WAYS TO ENSURE YOU NEVER GET HIRED

A new law was recently passed allowing third-party companies to begin compiling social media reports for other companies to use in order to screen potential hires. With this service becoming available in the near future, it's more important than ever to keep your social media presence as clean as possible – you never know if a future employer is going to find something that makes it believe you are not fit for the job, or the type of employee they are looking for. With that in mind, we wanted to see how companies are currently using social media to screen potential hires, and what employees can do to assure that they don't get hired.



---


### HOW COMPANIES ARE SCREENING

A survey conducted in 2009 by CareerBuilder gives us the dirt on how companies use social media to screen employees.


### SOCIAL SITES EMPLOYERS LOOK AT

45%


use social sites to screen potential hires




Facebook 29%



LinkedIn 26%

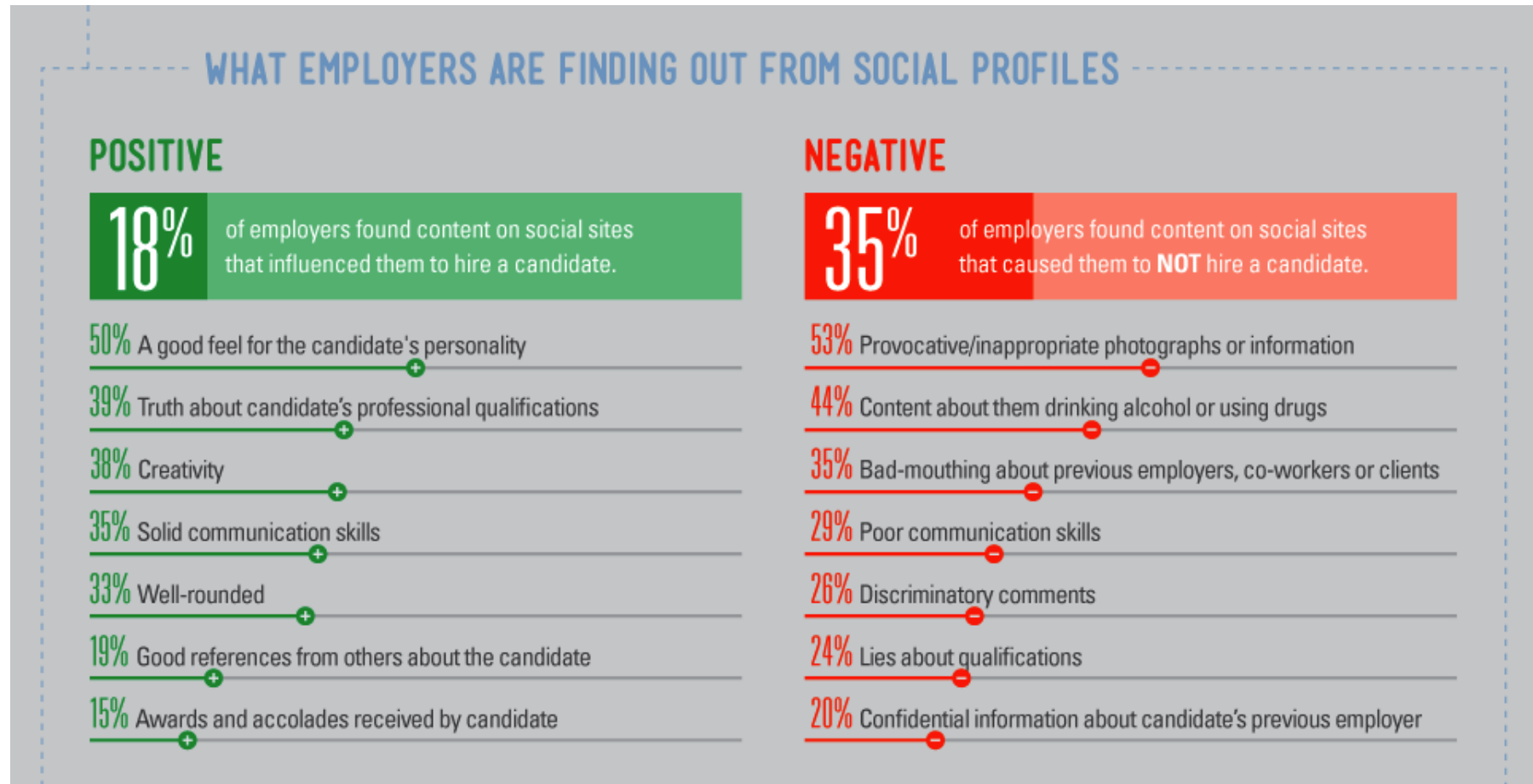


Twitter 7%



Blogs 11%

## 6. Management der digitalen Identität (III)



## 6. Management der digitalen Identität (IV)

**5 WAYS TO ENSURE YOU NEVER GET HIRED**

- 1 DIGITAL DIRT**  
You may have "digital dirt" lying all over the Internet – things like self-incriminating photos, discussion of your drug-induced night out at the club, etc. Make the dirt as dirty as possible, soiling all the major networks – Facebook, Twitter, LinkedIn, etc.  

- 2 TERRIBLE TROLL**  
Be sure to troll your social networks as much as possible – leaving as many annoying and pointless comments as possible on blogs, Twitter, etc. Don't forget to curse as much as possible.  

- 3 BIG MOUTH**  
Talk about your past employers in a negative light. Talk about how you hated your last job and how your boss was a "powermonger" and a poor excuse for a manager. If you really want to go all out, bring to light confidential information about your previous employers.  

- 4 COPIOUS CONTACTS AND COMMENTS**  
Add as many sketchy "people" to your networks as possible and solicit strange comments from them. It's especially good if all your "friends" post filthy content on your Facebook wall.  

- 5 POSITIVELY NEGATIVE**  
Keep everything negative. Don't post anything positive – including your achievements, awards, education, or skills.  


## 7. Allgemeine Tipps zur Erhöhung der eigenen Visibilität

Digital wie "face-to-face" gilt: Wer nicht da ist, wird nicht gesehen!

- Physisches firmeninternes UND externes Netzwerk - Aufbau braucht Zeit
- Soziale Business-Netzwerke (XING, LinkedIn)
- Online-Datenbanken (BlueSteps, Experteer)
- Alumni-Netzwerke, Organisationen des eigenen Fachbereichs
- Beiträge und Publikationen in (Online-)Fachforen, Zeitschriften, Blogs, Twitter
- Teilnahme an Konferenzen, Kongressen, Seminaren, am besten als Referent oder Workshop-Leiter
- Mit Vorsicht: Webpage / Kompetenzprofil
- Allgemein: "Network towards the Headhunters"

