

Pressemitteilung

Selbstmarketing im Internet ist für Manager selbstverständlich

- **Studie: 90 Prozent verfolgen ihre Online-Reputation**
- **Trend zum Personal Branding nimmt zu**

Düsseldorf, 01. Juni 2009

Neun von zehn Führungskräften beschäftigen sich damit, welche Informationen im Internet über sie vorliegen. Das sind 11 % mehr als noch vor knapp zwei Jahren. Ein Drittel der Manager verfolgt sein Online-Image sogar regelmäßig. Das sind Ergebnisse des 17. LAB Managerpanel, durchgeführt von der internationalen Personalberatung LAB Lachner Aden Beyer & Company in Kooperation mit der „Wirtschaftswoche.“

Die Führungskräfte nehmen ihre Online-Reputation sehr ernst: 71 % beurteilen sie als wichtig oder sehr wichtig. „Sie ist schließlich die persönliche Visitenkarte“, begründet einer der Teilnehmer. Konsequenz: 48 % der Manager gestalten ihren Ruf im Internet mit, etwa durch Pflege eigener Blogs und Websites, durch Einträge bei Online-Communitys oder Kommentierungen von Blog-Einträgen. Vielfach geschieht das Online-Branding jedoch auch nur reaktiv. „Wirklich wichtig ist eine defensive Sichtweise, nämlich die Sicherstellung, dass keine falschen und privaten Infos im Netz auftauchen“, sagt einer der Teilnehmer. Ein anderer: „Wichtig ist die Kontrolle der verfügbaren Informationen.“

„Dieser Ansatz ist so verständlich wie hoffnungslos“, sagt Klaus Aden, Geschäftsführender Gesellschafter von LAB & Company. „Das Internet ist unkontrollierbar.“ Er empfiehlt daher einen aktiven Ansatz. „Eine Menge positiver Einträge bewirkt, dass nachteilige Informationen verdrängt werden.“ Auch sein Unternehmen verfolgt das Online-Image potenzieller Kandidaten. „Viele Auftraggeber prüfen unsere Empfehlungen über Google & Co. Da müssen wir wissen, welchen Ruf unsere Kandidaten im Netz besitzen.“ Da Spitzenmanager zunehmend zur Marke würden, sei auch der Online-Wert dieser Marke wichtig.

Das sehen auch die befragten Führungskräfte so. 90 % glauben die Bedeutung der Online-Reputation werde zunehmen. „Da sich das Internet immer mehr zur bevorzugten Informationsquelle entwickelt, wird neben dem persönlichen und physischen auch das virtuelle Erscheinungsbild wichtiger“, sagt stellvertretend einer der Befragten.

Ergebnisse des Managerpanels zum Download unter: www.labcompany.net

Für Rückfragen: Klaus Aden, LAB & Company, Tel. 0211/159 799 10, E-Mail aden@labcompany.net

Zum LAB Managerpanel: Für die Umfrage von LAB & Company in Kooperation mit der „Wirtschaftswoche“ wurden 1.200 Führungskräfte der deutschen Wirtschaft befragt. Davon haben sich 334 Manager, überwiegend aus der ersten und zweiten Hierarchieebene, mit Antworten beteiligt. Die Umfrage zum Thema Online-Reputation ist die Folgestudie zu einer nahezu identischen LAB Umfrage vom Oktober 2007.

Zum Unternehmen LAB: LAB Lachner Aden Beyer & Company ist eine international tätige Personalberatung, spezialisiert auf die Suche und Auswahl von Top-Führungskräften in allen wichtigen Marktsegmenten. LAB gehört zu den Top 15 der führenden Personalberatungen in Deutschland. Die Gesellschaft verfügt über Büros in Düsseldorf, München, Hamburg und Frankfurt. LAB & Company ist Mitglied des globalen Netzwerks Penrhyn International sowie des weltweit bedeutendsten Verbands für Personalberatungen, der Association of Executive Search Consultants (AESC).