Kein Profil, kein Job

Karrieren Berufsportale wie LinkedIn oder Xing haben den Talentmarkt revolutioniert. Wer sich nicht digital vermarktet, wird leicht übersehen.

Konstantin Guericke, 48, muss sich nirgends mehr bewerben. Gerade hat der Mitgründer des digitalen Karrierenetzwerks LinkedIn seine letzten Firmenanteile veräußert. Die Erlöse aus den Aktienverkäufen reichen dem gebürtigen Hamburger inzwischen aus, um sich und seiner Familie ein sorgloses Leben in Kalifornien zu finanzieren.

Der Zeitpunkt des Ausstiegs war günstig. Anfang der Woche verkündete der Softwarekonzern Microsoft, das Karriereportal kaufen zu wollen, für 26 Milliarden Dollar. Die LinkedIn-Aktie stieg daraufhin um fast 50 Prozent.

Der Milliardendeal hat nicht nur Guerickes Vermögen vermehrt. Er zeigt, welche gewichtige Rolle digitale Jobnetzwerke inzwischen spielen: für den IT-Konzern Microsoft, der mit den Nutzerdaten Geld verdienen will; vor allem aber für Hunderte Arbeitgeber von Apple über Siemens bis ZF Friedrichshafen. Sie verlassen sich auf LinkedIn oder den kleineren deutschen Konkurrenten Xing, wenn sie Fachkräfte anheuern wollen.

Die Netzwerke bieten gegen Bezahlung Einblick in ihre Datenbanken – und damit die Möglichkeit, binnen weniger Stunden geeignete Kandidaten für eine freie Stelle aufzuspüren.

Für die Arbeitnehmer bedeutet das: Wer auf Jobportalen nicht präsent ist, spielt bei Suchprozessen für Fach- oder Führungskräfte oft keine Rolle mehr. Oder er wird nachträglich aussortiert, weil er kein digitales Profil unterhält. „Wenn jemand nicht auf LinkedIn zu finden ist, wundern sich die Personalbeauftragten“, sagt Guericke, „das kann schädlich für die Karriere sein.“

Personalmanager großer Unternehmen teilen die Einschätzung. Sie setzen Social-Media-Kompetenz und Sichtbarkeit auf einschlägigen Plattformen voraus. „Die analoge Ansprache wird zunehmend durch die digitale ersetzt“, sagt Matthias Malessa, langjähriger Adidas-Personalchef, heute Dozent und Berater. Seiner Meinung nach führt dies zu einem „radikalen Wandel des gesamten Talentmarktes“.

Unternehmen können heute rücksichtslos bei der Konkurrenz wildern, denn nie war die Kontaktaufnahme einfacher. Früher galt es als Tabu, Beschäftigte von Wettbewerbern am Arbeitsplatz anzurufen. Heute erlaubt LinkedIn Firmen, Mitarbeiter gezielt abzuwerben, indem sie ausgewählten Mitgliedern in bis zu hundert Unternehmen Botschaften senden können.

Die totale Transparenz der Mitarbeiterdaten führt jedoch auch dazu, dass Bewerber schnell wieder wechseln können, wenn der neue Arbeitgeber nicht den Wünschen entspricht. Die Loyalität zur Firma sinkt.

Die Deutsche Telekom macht sich deshalb beim Kandidatencheck oft die Mühe, deren LinkedIn-Kontakte zu durchforsten. Die Logik dahinter: Wer Telekom-Beschäftigte im Bekanntenkreis hat, lässt sich womöglich leichter in den Betrieb integrieren – und verschwindet beim nächsten Jobangebot nicht gleich wieder.

Viele Arbeitgeber nutzen Karriereportale vor allem dazu, knappes Fachpersonal aufzuspüren. BMW zum Beispiel fahndet gezielt nach IT-Profis, die oft schon lukrative Jobs haben und daher auf Stellenanzeigen nicht reagieren. „So erreichen wir auch Wechselwillige, die nicht zwingend auf Jobsuche sind“, sagt Oliver Ferschke, Leiter Personalmarketing bei BMW.

Wie dominant LinkedIn und Xing auch in Deutschland einmal werden könnten, zeigt sich schon heute in den USA. Als Guericke und seine Kollegen das Jobportal im Jahr 2003 gründeten, bevorzugten viele Unternehmen noch konventionelle Bewerbungen auf wertigem Papier. Heute verschicken etliche Kandidaten nur noch den Link zum Profil. Wenn Unternehmen noch Lebensläufe auf Papier verlangen, erhalten sie eben einen Ausdruck der LinkedIn-Präsenz.

LinkedIn ist auf seinem Heimatmarkt mehr als ein digitaler Kontaktvermittler. Der Marktführer hilft zahlenden Mitgliedern bei der Karriereplanung. Studieninteressierte bekommen Unterstützung bei der Wahl der Universität. Nach erfolgreichem Uni-Abschluss schätzt dann ein Analyse-Tool die Chancen dafür ab, einen bestimmten Job zu bekommen. Dazu gleicht das Netzwerk das eigene Profil mit dem anderer Bewerber um die Stelle ab.

Neuerdings werden Nutzern automatisch teure Fortbildungen empfohlen, wenn ihnen bestimmte Qualifikationen angeblich noch fehlen. Nicht zufällig kaufte LinkedIn den Online-Weiterbildungsanbieter Lynda. Es gibt bereits Unternehmen, die prognostizieren, wie wahrscheinlich es ist, dass ein bestimmter Mitarbeiter demnächst die Kündigung einreichen wird – auch anhand von LinkedIn-Daten.

Der Nachteil all dieser Bequemlichkeit: Bewerber begeben sich zunehmend in Abhängigkeit zum Karriereportal aus Kalifornien. Im Mai mussten LinkedIn-Nutzer ihr Passwort ändern, als bekannt wurde, dass ein Hacker Millionen von Datensätzen geklaut und zum Kauf angeboten hatte.

Unklar ist zudem, wie der neue Eigentümer Microsoft mit den Daten umgehen wird. Womöglich werden Mitglieder künftig verstärkt mit Werbeangeboten belästigt.

Simon Hage, Martin U. Müller

LinkedIn
Unternehmenszahlen 2015

Umsatz	**3,0 Mrd. $**
Verlust	**165 Mio. $**
Mitarbeiter	**9372**
Aktive Mitglieder	**98,5 Mio.**



BRANT WARD / SAN FRANCISCO CHRONICLE / POLARIS / LAIF

LinkedIn-Mitarbeiterinnen in San Francisco: Wildern bei der Konkurrenz