


Trustworthy Computing
Delivering secure, private, and reliable
computing experiences based on sound
business practices.

Europäischer Datenschutztag: Studie zur Online Reputation

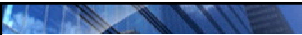
Recruiter / HR Professionals

Im Auftrag von: Trustworthy Computing Group, Microsoft
Durchgeführt von: Cross-Tab Marketing Services

Januar 2010



cross-tab
transforming market research



Inhalt

● Internetnutzung	4
● Auswirkung auf Einstellungschancen	8
● Online Reputation Management	27
● Demographie	28

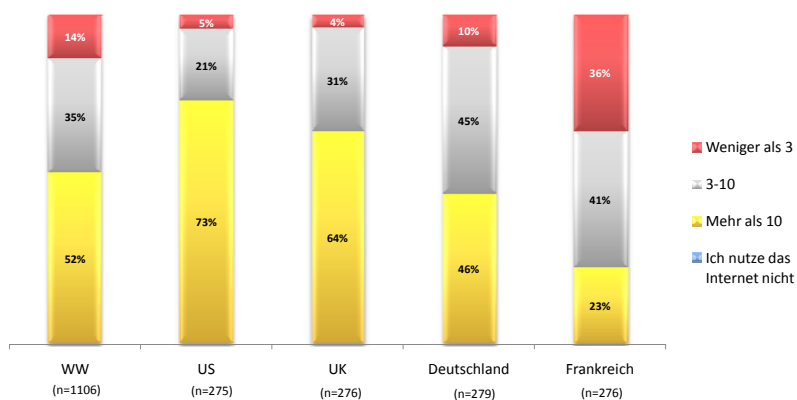
2

Internetnutzung

3

Internetnutzung

Fast die Hälfte der befragten deutschen Mitarbeiter in Personalabteilungen nutzt das Internet wöchentlich mehr als 10 Stunden für private Zwecke.



Frage 1: Wie viele Stunden verbringen Sie wöchentlich privat im Internet?

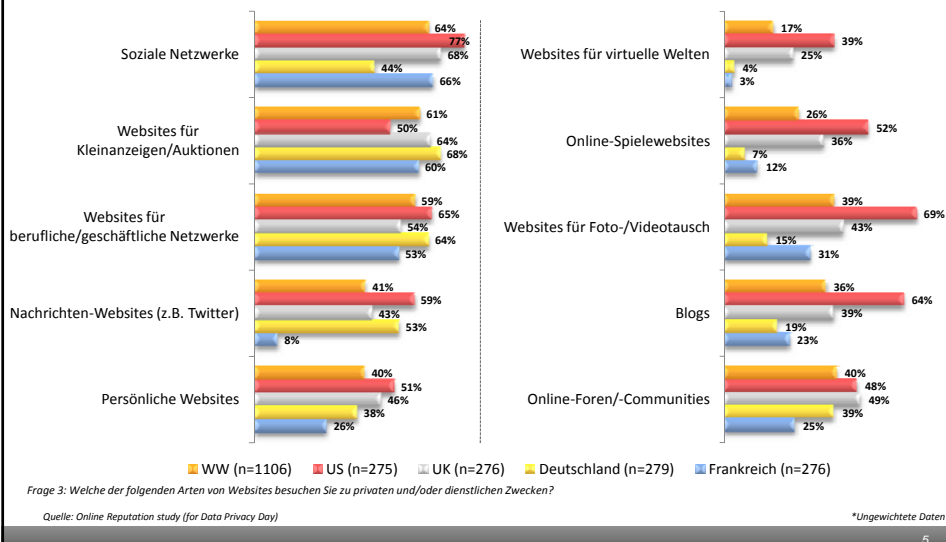
Quelle: Online Reputation study (for Data Privacy Day)

*Ungewichtete Daten

4

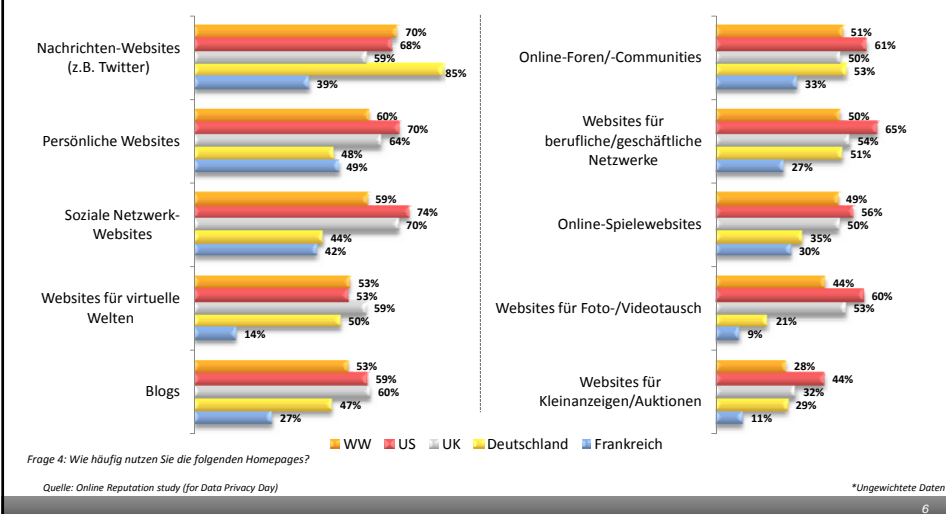
Arten der besuchten Websites

In allen Ländern außer Deutschland werden im Privaten Soziale Netzwerke am meisten genutzt. Hierzulande liegen Online-Auktionen/Shopping und Business-Netzwerke vorne.



Nutzungsintensität

Deutsche HR-Spezialisten und Recruiter legen ihren Nutzungsschwerpunkt auf Newsdienste wie Twitter. Soziale Netzwerke nutzen sie dagegen deutlich weniger intensiv als ihre Kollegen aus Großbritannien und den USA.

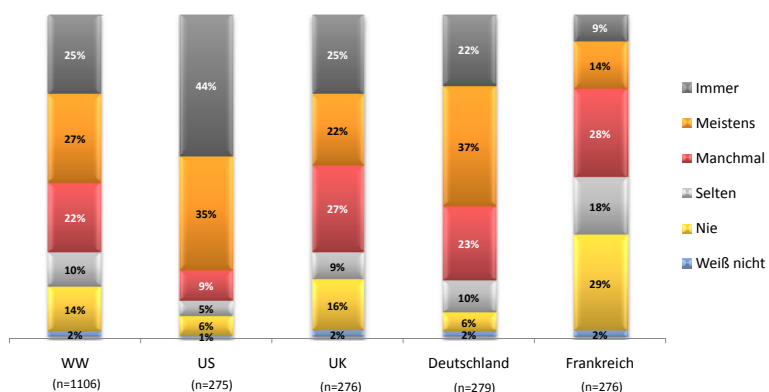


Auswirkungen auf Einstellungsaussichten

7

Nutzung von Informationen zur Online Reputation

Nur sechs Prozent der deutschen Recruiter nutzen keine Informationen zur Online Reputation von Kandidaten, wenn sie sich mit einer Bewerbung beschäftigen. Noch ist diese Entwicklung aber nicht so weit wie in den USA: Dort gaben 79 Prozent der Befragten an, meistens oder immer online Informationen einzuholen.



Frage 6: Prüfen Sie Informationen zur Online-Reputation von Kandidaten, wenn Sie sie für eine mögliche Einstellung/Hochschulzulassung auswerten?

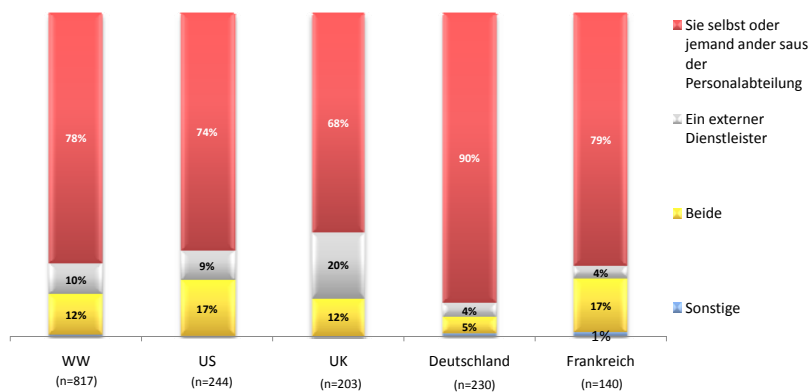
Quelle: Online Reputation study (for Data Privacy Day)

*Ungewichtete Daten

8

Nutzung von Informationen zur Online Reputation - Fortsetzung

Das Einholen dieser Informationen ist in Deutschland üblicherweise Sache der Personalabteilung. In Großbritannien ist es dagegen nicht unüblich, dafür einen Dienstleister zu verpflichten.



Frage 7: Wer führt diese Überprüfung in der Regel durch?

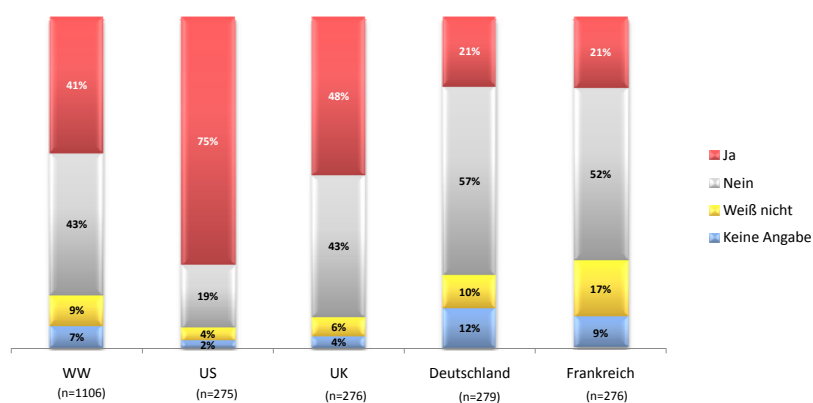
Quelle: Online Reputation study (for Data Privacy Day)

*Ungewichtete Daten

9

Online Reputation & Unternehmensprozesse

Während in den USA die Überprüfung der Online Reputation längst Teil des formalen Bewerbungsprozesses zu sein scheint, ist das Vorgehen in Europa noch kaum in den Prozessen verankert. Deutschland bildet dabei das Schlusslicht.



Frage 8: Ist die Prüfung der Informationen zur Online-Reputation von Bewerbern Bestandteil des formalen Einstellungs-/Zulassungsverfahrens Ihrer Firma/Ihrer Hochschule?

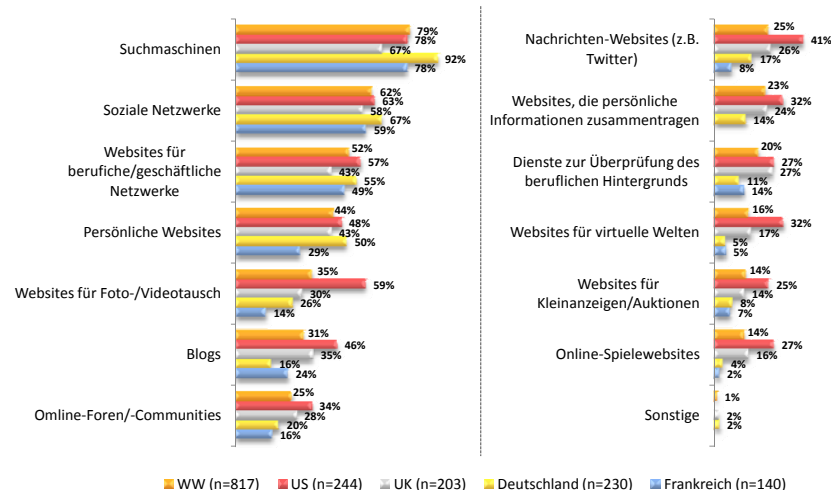
Quelle: Online Reputation study (for Data Privacy Day)

*Ungewichtete Daten

10

Quellen von Informationen zur Online Reputation

Suchmaschinen werden am häufigsten genutzt, um den Background des Bewerbers zu überprüfen. An zweiter Stelle folgen bereits Soziale Netzwerke.



Frage 9: Welche Quellen nutzen Sie, um sich online über Bewerber zu informieren?

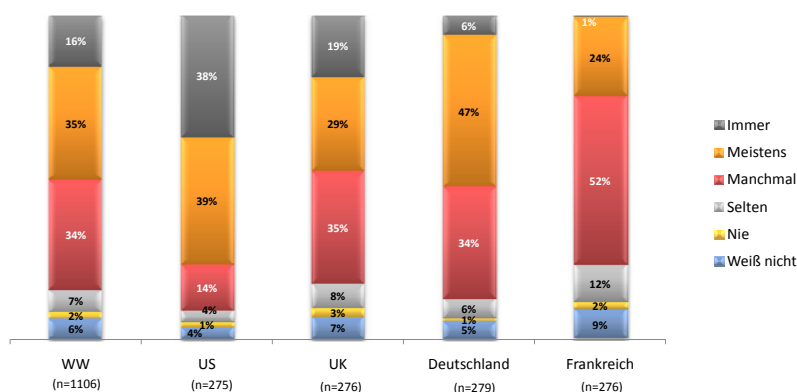
Quelle: Online Reputation study (for Data Privacy Day)

*Ungewichtete Daten

11

Nutzung von Informationen zur Online Reputation – Einschätzung

Der Großteil der deutschen Recruiter geht davon aus, dass die Kollegen wenigstens manchmal Informationen über die Online Reputation ihrer Bewerber einholen. Dennoch ist diese Praxis offensichtlich noch nicht in dem Maße in der Branche anerkannt wie in den USA.



Frage 10: In welchem Umfang glauben Sie, dass Informationen zur Online-Reputation von anderen in Ihrem Beruf verwendet werden, wenn sie Bewerber für eine offene Stelle/Hochschulzulassung auswerten?

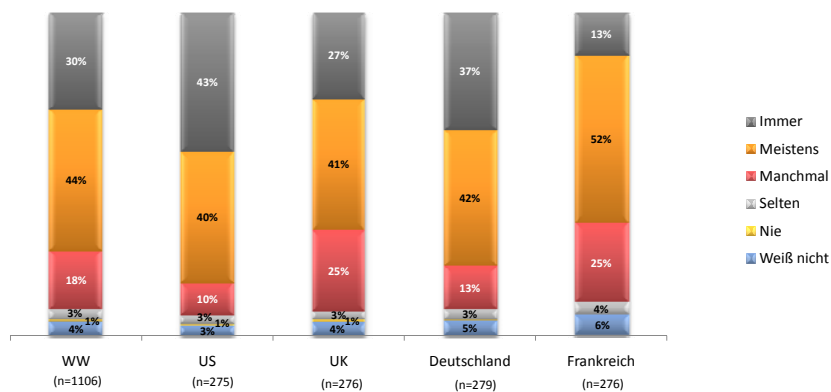
Quelle: Online Reputation study (for Data Privacy Day)

*Ungewichtete Daten

12

Nutzung von Informationen zur Online Reputation – Ausblick

Deutsche Recruiter gehen von einer deutlichen Zunahme der Nutzung von Informationen zur Online Reputation im Bewerbungsprozess innerhalb der kommenden fünf Jahre aus – und liegen damit im europäischen Trend.



Frage 11: In welchem Umfang werden Ihrer Meinung nach die Informationen zur Online-Reputation von anderen in Ihrem Beruf in fünf Jahren bei der Auswertung von Bewerbern für eine offene Stelle / Hochschulzulassung verwendet werden?

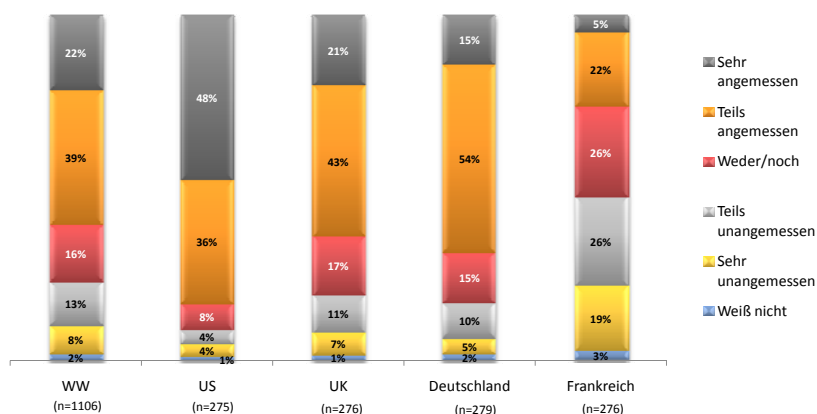
Quelle: Online Reputation study (for Data Privacy Day)

*Ungewichtete Daten

13

Persönliche Informationen – Angemessenheit der Nutzung

Darüber, dass es angemessen ist, persönliche Informationen zu nutzen, um sich über einen Bewerber zu informieren, herrscht relativ breiter Konsens. Nur ein Achtel der deutschen Recruiter hält diese Vorgehensweise für unangemessen. Am skeptischsten sind die Franzosen.



Frage 12: Für wie angemessen halten Sie es, dass Arbeitgeber/Mitarbeiter der Hochschulzulassungsabteilungen **persönliche** Informationen zur Online-Reputation bei der Auswertung von Kandidaten berücksichtigen? (z. B. Fotos, persönliche Profile, Videos usw.)

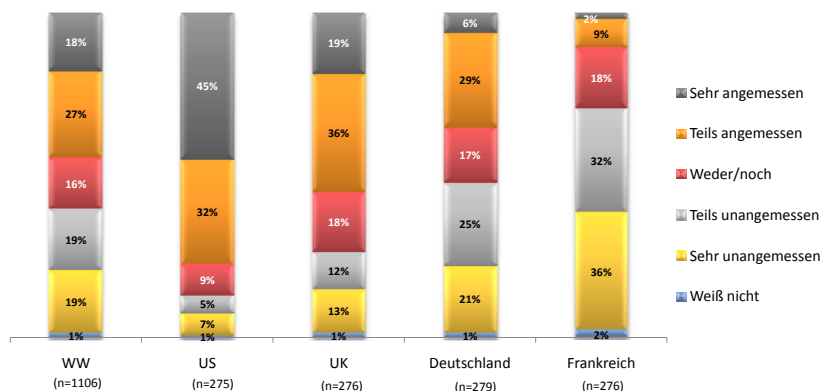
Quelle: Online Reputation study (for Data Privacy Day)

*Ungewichtete Daten

14

Finanzielle Informationen – Angemessenheit der Nutzung

Deutlich mehr Zurückhaltung erwartet die Branche bei der Nutzung finanzieller Informationen. Während in den USA die Meinung herrscht, auch diese Daten in die Recherchen mit einbeziehen zu können, hält fast die Hälfte der deutschen Recruiter das für unangemessen.



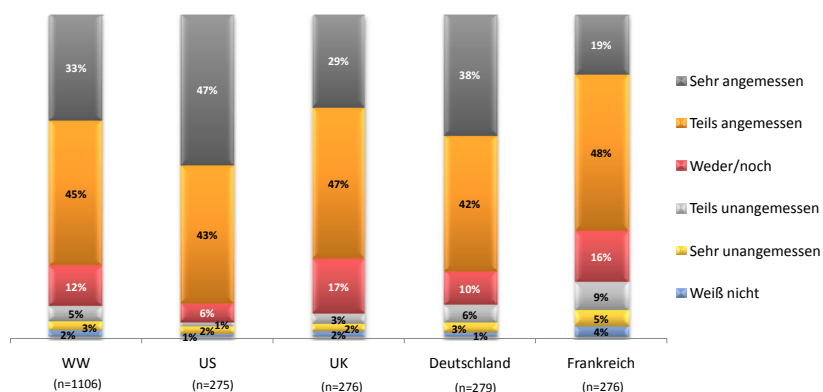
Frage 13: Für wie angemessen halten Sie es, dass Arbeitgeber/Mitarbeiter der Hochschulzulassungsabteilungen **finanzielle** Informationen zur Online-Reputation bei der Auswertung von Kandidaten berücksichtigen? (z. B. Kreditberichte, Käufer-/Verkäuferbewertungen auf Versteigerungs-/Anzeigen-Websites usw.)
Quelle: Online Reputation study (for Data Privacy Day)

*Un-weighted data

15

Berufliche Informationen – Angemessenheit der Nutzung

Dass Informationen aus hauptsächlich beruflich genutzten Netzwerken wie Xing oder LinkedIn in angemessener Weise in die Bewertung von Bewerbern einfließen, ist von einer breiten Mehrheit akzeptiert. Das gilt für alle Länder, in denen die Umfrage durchgeführt wurde.



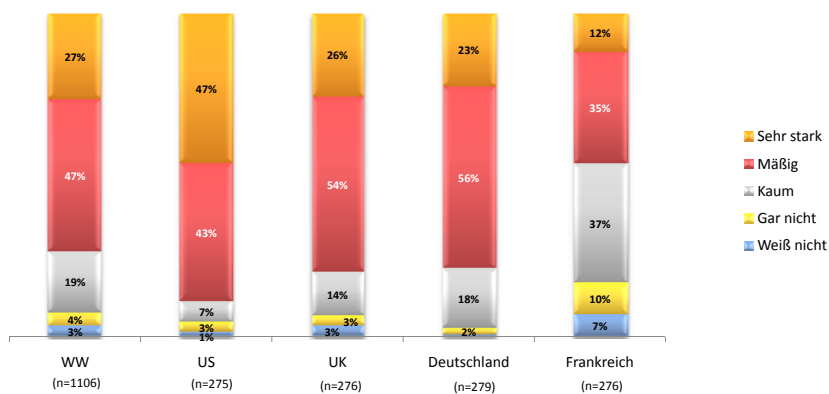
Frage 14: Für wie angemessen halten Sie es, dass Arbeitgeber/Mitarbeiter der Hochschulzulassungsabteilungen **berufliche** Informationen zur Online-Reputation bei der Auswertung von Kandidaten berücksichtigen? (z. B. LinkedIn usw.)
Quelle: Online Reputation study (for Data Privacy Day)

*Ungewichtete Daten

16

Glaubwürdigkeit der Daten

Zwar nutzen Recruiter verstärkt Informationen zur Online Reputation, aber gleichzeitig sind Zweifel weit verbreitet, ob die Informationen authentisch sind. Lediglich in Frankreich halten sich diese Zweifel in Grenzen.



Frage 15: Wie stark beunruhigt Sie die Möglichkeit, dass die Online-Reputation eines Kandidaten nicht authentisch ist?

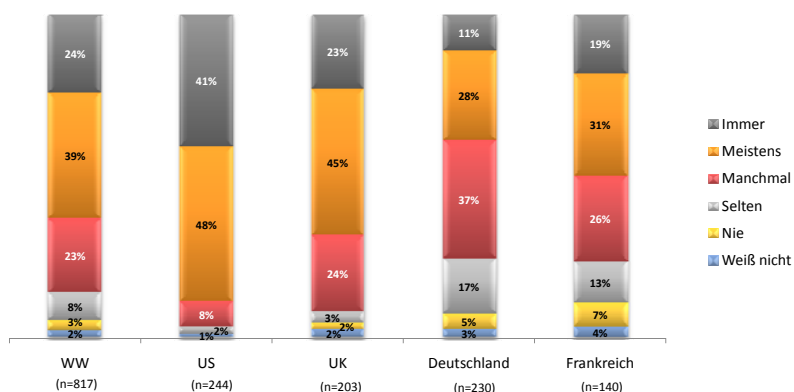
Quelle: Online Reputation study (for Data Privacy Day)

*Ungewichtete Daten

17

Überprüfung der Daten

Trotz der Zweifel an den Daten ist eine regelmäßige Überprüfung der gefundenen Online Reputation in deutschen Personalabteilungen nicht selbstverständlich. Nur 39 Prozent überprüfen immer oder meistens.



Frage 16: Unternehmen Sie Schritte zum Überprüfen der Informationen zur Online-Reputation eines Kandidaten, die Sie herausgefunden haben?

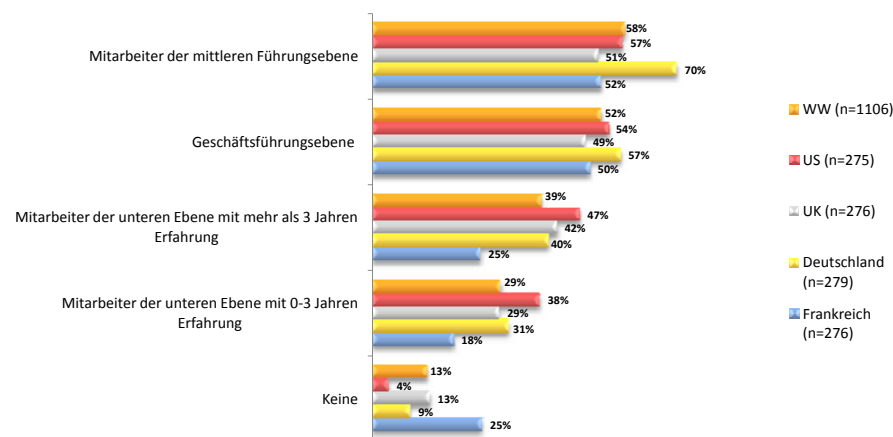
Quelle: Online Reputation study (for Data Privacy Day)

*Ungewichtete Daten

18

Informationen zur Online Reputation & berufliche Position

Besonders wichtig scheinen Informationen über die Online Reputation für Stellen im mittleren und gehobenen Management zu sein.



Frage 17: Für welche Mitarbeiterebene halten Sie die Informationen zur Online-Reputation für wichtig im Auswertungsverfahren für einen Kandidaten?

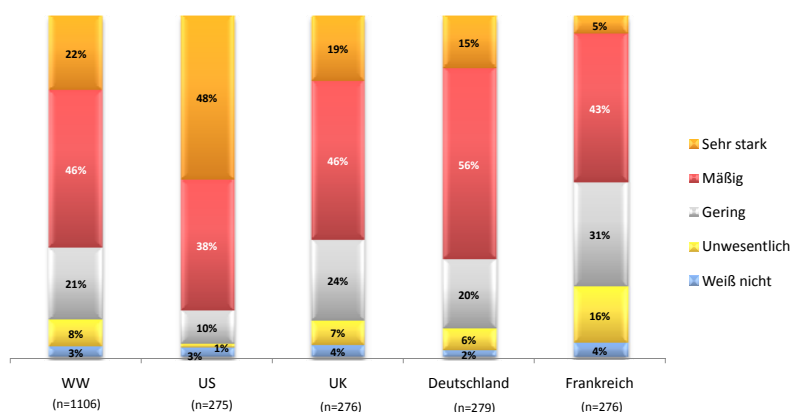
Quelle: Online Reputation study (for Data Privacy Day)

*Ungewichtete Daten

19

Einfluss der Online Reputation

Mehr als zwei Drittel der deutschen Recruiter gehen davon aus, dass die Online Reputation eine Auswirkung auf die Einstellungschancen eines Kandidaten hat. Nur sechs Prozent sind überzeugt, dass sie keinerlei Auswirkungen hat.



Frage 18: Wie stark ist Ihrer Meinung nach der Einfluss einer positiven Online-Reputation auf die Bewerbung eines Kandidaten?

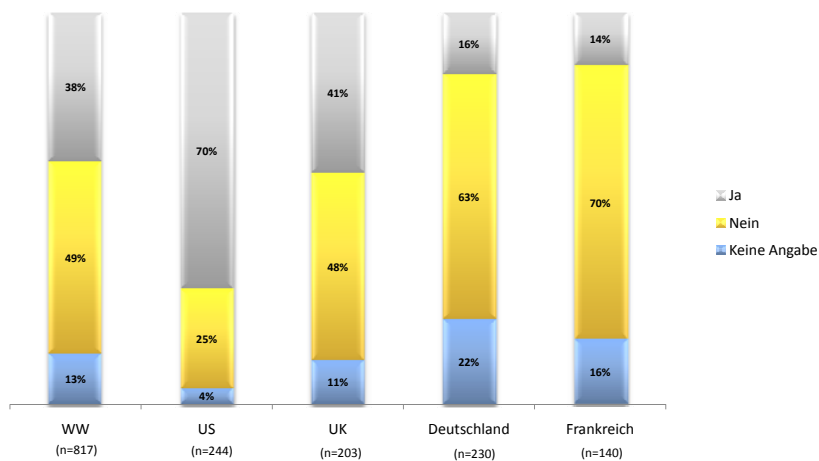
Quelle: Online Reputation study (for Data Privacy Day)

*Ungewichtete Daten

20

Ablehnung wegen Online Reputation

Ablehnungen wegen einer schlechten Online Reputation sind in Deutschland und Frankreich noch die Seltenheit. In USA geben dagegen 70 Prozent der Recruiter an, bereits Kandidaten wegen schlechten „Online-Leumunds“ abgelehnt zu haben.



Frage 19: Haben Sie je einen Kandidaten aufgrund seiner/ihrer Informationen zur Online-Reputation abgelehnt?

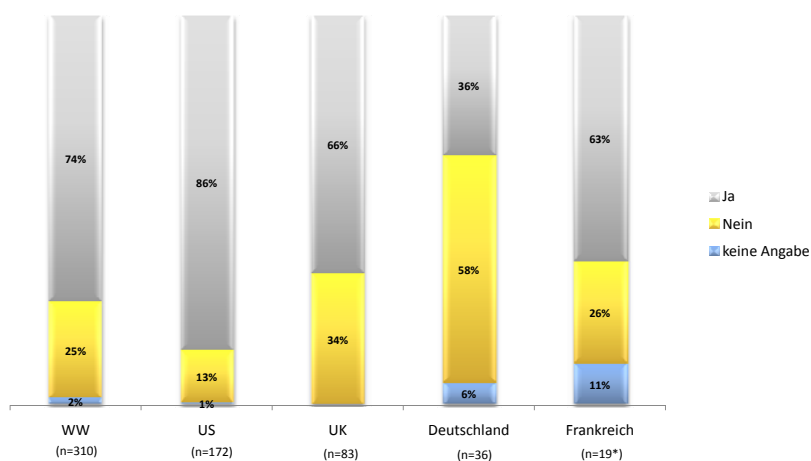
Quelle: Online Reputation study (for Data Privacy Day)

*Ungewichtete Daten

21

Wurde der Kandidat über diesen Ablehnungsgrund informiert?

Deutschland scheint Schlusslicht bei der Offenheit gegenüber den Kandidaten zu sein. Nur in gut einem Drittel der Fälle wurde den Kandidaten mitgeteilt, dass sie abgelehnt wurden, weil ihre Online Reputation nicht zur Stelle passte. In allen anderen Ländern sind die Quoten wesentlich höher.



Frage 20: Haben Sie den Kandidaten darüber informiert, dass dies der Grund bzw. einer der Gründe für die Ablehnung war?

Quelle: Online Reputation study (for Data Privacy Day)

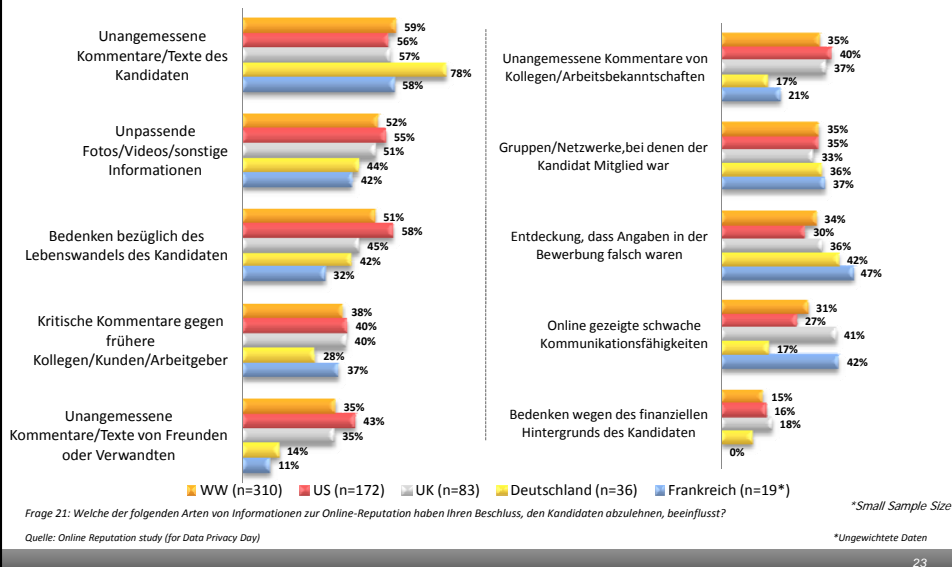
*Small Sample Size

*Ungewichtete Daten

22

Online Reputation und ihre Rolle bei der Ablehnung

Unangemessene Kommentare, Bilder und Videos, Bedenken bezüglich des Lebenswandels sowie die Entdeckung falscher Angaben in der Bewerbung waren die häufigsten Gründe für die Ablehnung eines Bewerbers in Deutschland.



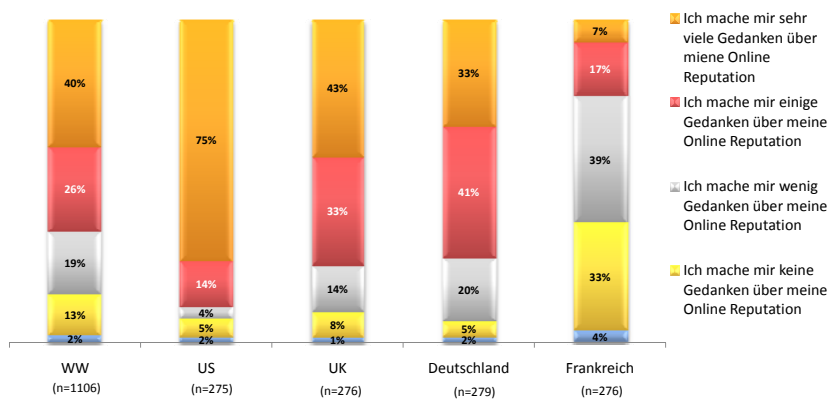
23

Online Reputation Management

24

Online Reputation

Obwohl viele deutsche Recruiter bei den Kandidaten auf die Online Reputation achten, gibt nur ein Drittel an, dass ihm die eigene Online Reputation sehr wichtig ist. Zum Vergleich: Drei Viertel der US-Recruiter bezeichnen ihre Online Reputation als sehr wichtig.



Frage 2: Welche der folgenden Aussagen beschreibt am besten, was Sie über ihre Online-Reputation denken?

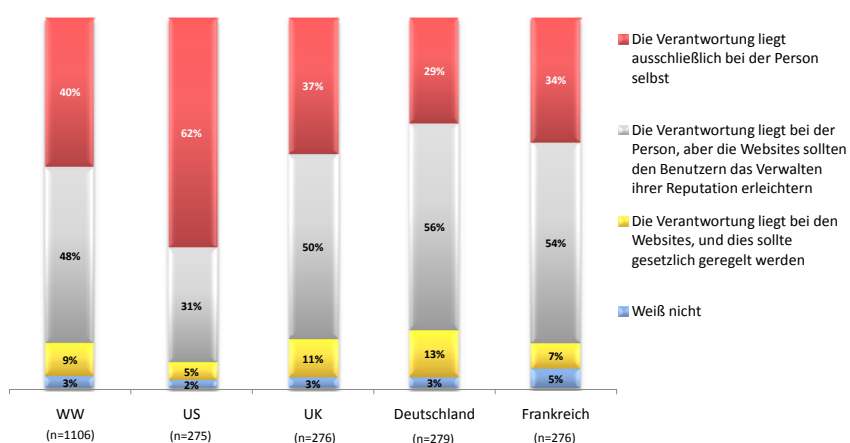
Quelle: Online Reputation study (for Data Privacy Day)

*Ungewichtete Daten

25

Verantwortung für den Schutz der Online Reputation

Klare Unterschiede zwischen Europa und den USA: Während der Großteil der Befragten in den USA die Verantwortung für die Online Reputation bei sich selbst sieht, erwarten die europäischen Recruiter mehrheitlich Unterstützung von Website-Betreibern und dem Gesetzgeber.



Frage 22: Wer trägt Ihrer Meinung nach die Verantwortung für den Schutz der Online-Reputation einer Person?

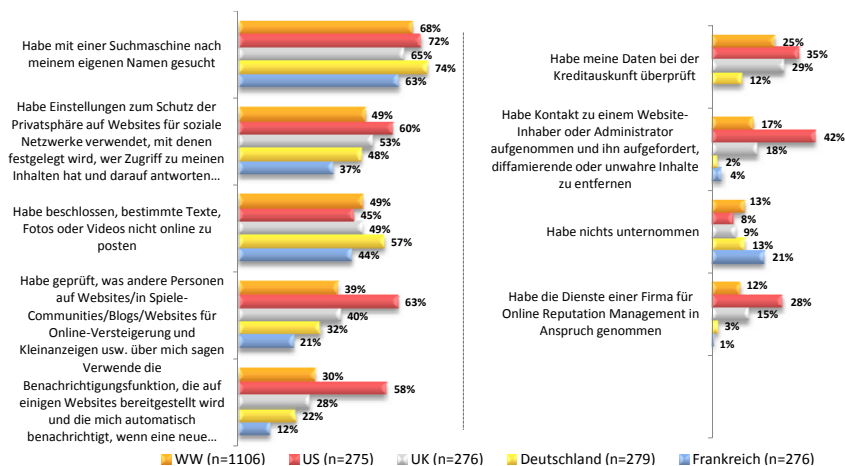
Quelle: Online Reputation study (for Data Privacy Day)

*Ungewichtete Daten

26

Maßnahmen, um die Online Reputation zu schützen

Obwohl die deutschen Recruiter sich eine stärkere Verantwortung der Website-Betreiber und des Gesetzgebers wünschen, achten sie besonders stark darauf, keine eventuell verfänglichen Daten, Bilder oder Videos zu publizieren. Dennoch ist hierzulande – wie überall – die Suche des eigenen Namens mit einer Suchmaschine die gängigste Form der Überprüfung der eigenen Online Reputation.



Frage 5: Welche der folgenden Maßnahmen haben Sie in den vergangenen 6 Monaten getroffen, um Ihre Online Reputation zu schützen?

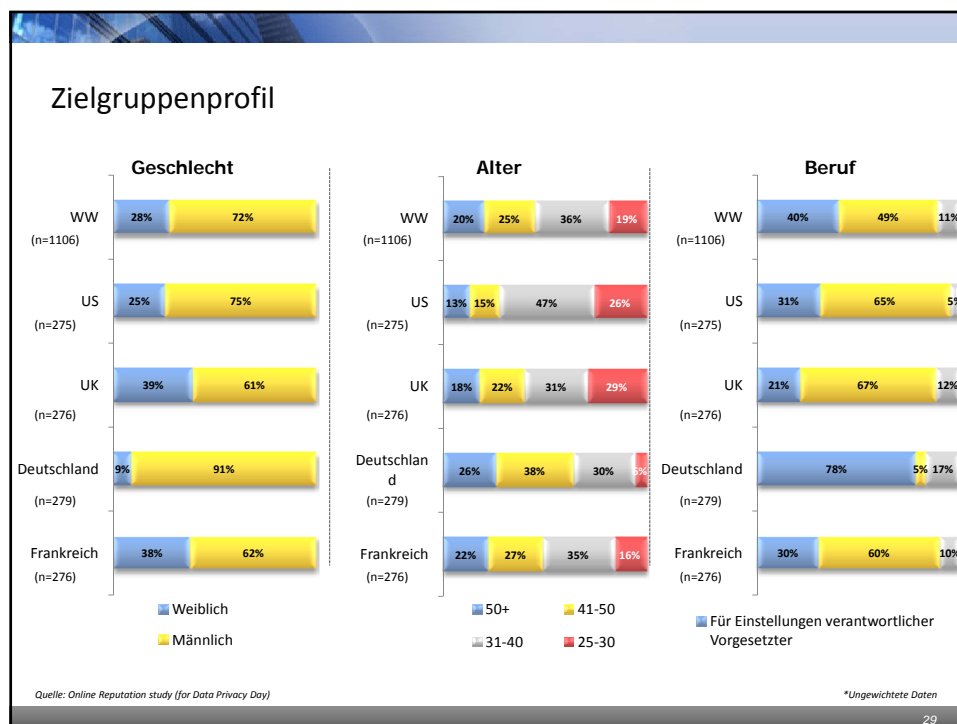
Quelle: Online Reputation study (for Data Privacy Day)

*Ungewichtete Daten

27

Demographie

28



Trustworthy Computing

Delivering secure, private, and reliable computing experiences based on sound business practices.

Vielen Dank

Gary Nearn
Client Services Director
g-nearn@microsoft.com

Ashok Varma
Sr. Research Manager
ashok@cross-tab.com