

CARL HANSER VERLAG

Peter Felixberger

Networking im Beruf
Jobbörsen, Stellenportale, Karrierenetzwerke

3-446-21740-1

www.hanser.de

I. Networking – das Lebenselixier der NewConomy

*Die Freiheit des Menschen liegt nicht darin,
dass er tun kann, was er will, sondern dass
er nicht tun muss, was er nicht will.*

Jean-Jaques Rousseau

*Ein Mensch hat Erfolg, wenn er morgens aufsteht und abends zu Bett geht
und in der Zwischenzeit genau das tut, was er tun will.*

Bob Dylan

Um was es konkret geht?

Dieses Buch will zeigen, warum Networking Ausdruck eines grundlegenden Wandels in Wirtschaft und Gesellschaft ist. Online-Netzwerke sprießen derzeit überall. Besonders stark wachsen die Stellen- und Karrierebörsen im Internet. Dieses Buch widmet sich diesem bedeutungsvollen Segment für Beruf und Karriere als Paradebeispiel für Networking mit Hilfe neuer Medien. Und zwar mit vier großen Blickwinkeln:

*Besonders stark
wachsen die
Stellen- und
Karrierebörsen
im Internet.*

1. Eine grundlegende Erörterung, was unter der Neuen Ökonomie überhaupt zu verstehen ist und warum Networking das Lebenselixier dieser neuen Wirtschaftskultur ist. Zum besseren Verständnis wird hier der Begriff NewConomy verwendet, der in einem anderen Sinne verwendet wird als die amerikanische New Economy, die derzeit zu Recht abgestraft und gemaßregelt wird.
2. Ein repräsentatives Beispiel, das näher vorgestellt wird. Ausgewählt wurde die Münchner manager-lounge AG,

da sie im Moment dabei ist, nicht nur einen neuen Industriestandard zu setzen, sondern auch ein Vorbild für alle möglichen Job-Communitys werden zu können – für das Recruiting im Großkonzern ebenso wie als Branchenportal für arbeitskraftmäßig angespannte Berufszweige. Es spielt dabei keine Rolle, dass hier ein Netzwerk für Topmanager ausgesucht wurde. Es könnte genauso gut auf Arbeitslose und Arbeitssuchende jeder Richtung übertragen werden.

Human Resources Management wird immer mehr eine bedeutende Fragestellung.

3. Jobportale sind längst nicht alles. Human Resources Management in der NewConomy wird immer mehr eine bedeutende Fragestellung. Personalverantwortliche oder HR(Human Resources)-Manager arbeiten längst an der strategischen Unternehmensplanung mit. Im Internet gibt es erste Portale, die HR-Manager differenziert unterstützen und sie mit Handwerkszeug ausstatten wollen.
4. Ist E-Cruiting Personalmarketing mit Zukunft? Ein Wachstumsmarkt oder Seifenblase der New Economy? In Zusammenarbeit mit dem Lehrstuhl Personalmanagement der Universität Augsburg wurde eine erste komplette Übersicht über Internetportale mit Stellenmarkt und Karriere-Online-Netzwerke in Deutschland, Europa und Nordamerika erstellt. So erfährt man endlich mehr über die wichtigsten Wettbewerber und ihre Marktstrategien sowie über die Strategien der klassischen Personalberater.

Der Aufbau des Buches ist damit klar: Zunächst wird das Prinzip Networking in der Neuen Ökonomie näher untersucht, im Folgenden einer der derzeit besten Networker unter den Stellenbörsen und Karrierenetzwerken porträtiert, dann das Spektrum auf das Human Resources Management erweitert und zum Abschluss ein voller Überblick über alles gegeben, was im Netz diesbezüglich Rang und Namen hat.

Die Erstellung des Buches ist ebenfalls das Ergebnis von Networking. Nochmals vielen Dank an die Gesprächspartner, die Einblicke gewährten, die sonst eher akribisch gehütet werden. Etwa Heike Gorges von HRblue, die ein neues und wegweisendes Verständnis von HR-Management vertritt. Oder meine beiden Kolleginnen beim Online-Magazin changeX, Heike Littger und Sylvia Englert, die für einzelne Abschnitte wertvolle Hinweise gaben. Ebenso Dr. Christoph Fingerle, Rechtsanwalt in Freiburg, der tiefer Einblicke in die juristische Seite des Themas gewährte. Und schließlich Micha Pawlitzki und sein Studententeam von der Universität Augsburg, die wochenlang das Internet nach relevanten Beispielen durchforstet haben. Ihre Auflistung im letzten Teil des Buches ist Ergebnis dieser filigranen Fleißarbeit.

Was bedeutet eigentlich New Economy?

Vernetztes Immer und Überall

Kein Tag ohne New Economy. Der Begriff begegnet einem seit geraumer Zeit auf Schritt und Tritt: Bei der Morgenlektüre der Zeitung genauso wie im Gespräch mit Berufsberatern oder am Arbeitsplatz mit Kollegen. Das Auffällige ist nur: Viele reden mit beim Thema New Economy, aber vieles ist noch unklar. In den Feuilletons wird kübelweise Spott ausgeschüttet, nur weil die Aktienkurse ins Schlingern gerieten. Weitblick, Fehlanzeige! An den Stammischen wird aus dem gleichen Grund die Faust geballt, nur weil die prall gefüllten Aktiendepots dahinschwanden. Ein seltsamer Schleier der Ahnungslosigkeit hat sich über das Thema gelegt.

Wo aber liegen die Wurzeln? In den Wissenschaften ist man ebenso ratlos. Man leugnet vielerorts das Phänomen

In den Feuilletons wird kübelweise Spott ausgeschüttet, nur weil die Aktienkurse ins Schlingern gerieten.

oder tituliert es gar mit anderen Begriffen. Der Münchner Betriebswirt Arnold Picot spricht stellvertretend für viele seiner Zunft nicht von New Economy, sondern von einer Internet-Ökonomie, die sich als neue Qualität manifestiert hat. »Das Internet als Infrastruktur für viele Transaktionen im privaten, geschäftlichen und beruflichen Bereich bringt keine völlig neuen Regeln des Wirtschaftens hervor, so dass im engeren sicherlich nicht von einer New Economy gesprochen werden kann.«¹

Ein Blick über den großen Teich hilft auch nur wenig weiter. In den USA wird New Economy häufig nur als Ökonomie im Internet interpretiert, die als Exportschlager und



Die USA betrachten die New Economy als ihre eigene Erfindung, die der Weltwirtschaft zur dauerhaften Genesung verhelfen soll. Ein fataler und falscher Ansatz!

Wundermittel für die Weltwirtschaft glorifiziert wird. Nur wenig ist dort zu hören vom Wandel der Arbeitsgesellschaft und den Umbrüchen in Management und Kultur. Die Debatten sind stark fokussiert auf die Ökonomisierung der Arbeits- und Lebenswelten. Der Dollarblick verstellt den Weitblick.

Die US-New Economy will die Menschheit auf den richtigen Zukunftspfad führen. Erst wenn die Mission erfüllt ist, kann die Umklammerung wieder gelöst werden. Doch die Mission erweist sich als zunehmend »impossible«. Dies hängt mit der kulturellen Vielfalt zusammen, die weltweit an vielen Orten auf Eigenständigkeit pocht. Da wirkt die Vorstellung von den USA als Mitte der Welt geradezu antiquiert. Das Zeitalter der kulturellen und wirtschaftlichen Hegemonie ist vorbei. Die Luft wird immer dünner für Monopole und Kartelle aller Art. Den Taktstock für Welt-

wirtschaft und -kultur schwingen zu wollen ist nicht mehr zeitgemäß. Das wirft neue Fragen auf: Sind die Europäer womöglich besser auf die Globalisierung – also auf das Management kultureller Unterschiede und individueller Lebensstile in Wirtschaft und Gesellschaft – vorbereitet als die Amerikaner? Sollten sie in den Debatten um die zukünftigen Herausforderungen und Entwicklungen nicht viel selbstbewusster auftreten?

Ein erster Schritt wäre die Anerkennung des Umstands, dass New Economy als Sowohl-als-auch funktioniert. Einerseits als ökonomische Globalisierung mit immer größeren Konzernverschmelzungen, andererseits aber auch als kleinräumige Verästelung im längst unübersichtlichen Wirrwarr des Internets. Die US-Lesart der New Economy repräsentiert trotz ihrer gigantischen Anstrengungen in Form von gewaltigen Investitionen in die virtuellen Marktplätze eines weltumspannenden Kapitalismus nur einen Teil der Heterogenität des Wandels in Wirtschaft und Gesellschaft. Und ob diese New Economy letztlich für mehr Wohlstand und Wirtschaftswachstum sorgen wird, ist noch unentschieden. Dafür sorgen will – und da sind sich die US-Strategen hoffnungsfroh einig – ein Räderwerk innovativer Ideen und Technologien, die im Internet ihre kostengünstige und allmächtige Aktionsplattform findet. So wie es beispielsweise die kanadische Erfolgsautorin Nuala Beck kolportiert, die sich hierfür gleich die lukrative Website www.neweconomy.com gesichert hat.

Was die Aktien- und Finanzmärkte als Einfüllstutzen für Schmiermittel in den New Economy-Motor betrifft, ist dieser weltweit im Frühjahr 2001 gehörig ins Stottern geraten. Es hat ordentlich gekracht im Auspuff. Alles normal, erwidert Artur P. Schmidt, einer der führenden New Economy-Experten in Deutschland. Er sieht im globalen dot.com-Crash bereits den Keim für den kommenden Aufbruch zu neuen Ufern: »Das Jahr 2000 ist als das Jahr der

Ob diese New Economy für mehr Wohlstand sorgen wird, ist noch unentschieden.

Desillusionierung der Internet-Ökonomie in die Geschichte eingegangen, aber trotz aller Unkenrufe werden weiter neue Unternehmen gegründet, und eine Vielzahl der Firmen im Technologiesektor wird zukünftig sogar zu den dominierenden Firmen der Welt heranwachsen. Was an den Neuen Märkten passiert, ist im Grunde genommen nichts anderes als das Experiment des Überlebens, oder anders gesagt: die Überprüfung der Lebensfähigkeit einer Geschäftsidee. Deshalb bringt ein Gründerboom in aller Regel nach einer gewissen Zeit eine hohe Sterblichkeitsrate



Die Neuen Märkte erleben gerade eine Überprüfung der Lebensfähigkeit ihrer Geschäftsideen.

an Unternehmen hervor. Danach, in der Phase des starken Marktwachstums, sinkt die Sterblichkeitsrate und die New Economy wird als solche lebensfähig. Das Unternehmenssterben setzt erst dann wieder ein, wenn in größerem Umfang eine Sättigungsphase von Märkten erreicht ist und sich eine neue New Economy am Horizont abzeichnet.«² Ein kurzer Blick zurück: Bis zum Sommer 2000 brummte die US-Wirtschaft – noch. Vier Prozent jährliches Wachstum seit 1994, die kleinste Inflationsrate seit 34 Jahren und sinkende Arbeitslosigkeit sollten den Rest der Welt von der Brillanz des New Economy-Plans überzeugen. Das erklärte Ziel: Jeder auf dem Erdball soll nach der amerikanischen Pfeife tanzen. Konkret: die Finanzmärkte noch enger an den Technologiepush binden, starre Strukturen auflösen (Deregulierung um jeden Preis) und den totalen Wettbewerb zulassen.

Jetzt werden die erfolgsverwöhnten Start-ups der ersten Euphoriewelle einer ersten Überprüfung ihrer Überlebensfähigkeit unterzogen. Sind sie überlebensfähig in der

Krise? Der New Economy-Zug hat tatsächlich einen Stopp eingelegt, die Passagiere laben noch ihre Wunden. Doch der Lokomotivführer plant schon wieder den Fahrkurs in neue unbekannte und unerforschte Weiten virtueller Kontinente. Artur P. Schmidt gibt einen interessanten Fahrplan vor. Fünf Haltestellen oder Megatrends liegen seiner Ansicht nach auf der Strecke.

1. Mobile Business oder Mobile Commerce: »Der Trend geht in die Richtung, Transaktionen von jedem beliebigen Ort zu jeder beliebigen Zeit von jedermann durchführen zu können. Diese Mobilität ist insbesondere für das Transaktionsgeschäft wie etwa den Aktienhandel oder das Wireless Shopping von fundamentaler Bedeutung. Hierbei wird nicht nur ein Mehr an Umsatz möglich, sondern es wird ein neuartiger drahtloser Marktplatz entstehen, der durch einen flexiblen Zugang und Offenheit geprägt ist.«
2. Business Ökosysteme: »Nutzen-Nutzen-Relationen sind im Internet die entscheidende Voraussetzung, damit Teilnehmer dort Win-Win-Spiele spielen können. Mit derartigen Spielen gelingt es, die Zahl der Verlierer und den Grad des Verlierens zu minimieren. Diese Überlegung steht im Gegensatz zur Wirtschaftsweise der Old Economy und der mittlerweile von den neoliberalen Regeln der Old Economy dominierten New Economy, wo im Rahmen eines gnadenlosen Wettbewerbs die Zahl der Verlierer maximiert wird.«
3. E-Learning: »Die Halbwertszeit des Wissens wird innerhalb weniger Jahre nur noch einige Wochen betragen und im Laufe der nächsten Jahrzehnte wird sich das gesamte menschliche Wissen sogar innerhalb von wenigen Tagen verdoppeln. In Norwegen wurde deshalb jüngst ein von der Firma Saba Software (Nasdaq: SABA) entwickeltes landesweites E-Learning-Netzwerk in Be-

Mit Win-Win-Spielen lässt sich die Zahl der Verlierer minimieren.

trieb genommen, welches als Kompetenz-Netz die norwegische Wirtschaft miteinander verbindet und mehr als vier Millionen Norwegern die Möglichkeit zur Online-Ausbildung und -Weiterbildung bietet.«

4. Peer-to-Peer-Netze: »Das World Wide Web wird häufig als Einbahnstraße bezeichnet, weil ungeachtet der Interaktivität Daten vorwiegend in eine Richtung, d. h. zum Nutzer, transportiert werden. P2P (Peer-to-Peer) hebt diese Beschränkung auf und erlaubt den unmittelbaren Datenverkehr zwischen Nutzergruppen. P2P ist hierbei längst nicht mehr auf die bekannten Tauschbörsen wie Napster, Gnutella oder Freenet beschränkt. Immer mehr Firmenlösungen entstehen auf Basis dieser Technologie. Webseiten, Dateien für den Download, selbst Datenbanken müssen nicht mehr auf Webservern im Internet gespeichert sein. Die P2P-Nutzer können die Dateien direkt von einem PC abrufen.«³
5. Open Source-Bewegung: »Mit der Open Source-Methode gibt es keine Monopolisierung des Quellcodes mehr. Es scheint so, als ob eine neuartige Demokratisierung bisherigen Herrschaftswissens eingeleitet wurde, die sämtliche Key-Player von Microsoft bis SAP herausfordert. Wenn der Code frei verfügbar ist, besitzt niemand das Franchise. Anstatt einem Kontrollpunkt gibt es zukünftig eine Art neuronales Netz an Usern, welches im Rahmen einer globalen Arbeitsteilung, die Verbesserung der Software vornimmt.«



Wer sich vernetzt, hat einen Wettbewerbsvorteil in der New Economy nach dem Internet-Crash. Dabei handelt es sich zunächst um eine digitale und organisatorische Vernetzung auf allen Ebenen.

Es steht außer Frage, und ist irgendwie beruhigend zu wissen: Die New Economy hat bisher eine heftige Berg- und Talfahrt hinter sich, und sie hat selbige wiederum noch vor sich. Sie konnte und kann weiterhin ebenso viele Erfolgswie auch Crashstories erzählen. Der erste Hype ist vorbei, vielerorts ist Ernüchterung eingekehrt. Doch immer noch oder sollte man sagen schon wieder entstehen täglich neue B2B- und B2C-Geschäftsideen in den Silicon Valleys und Business Incubators. Noch immer, oder sollte man sagen schon wieder, treten neue Dienstleister auf den Plan, die im Internet Handels- und Warenbörsen einrichten. Hier entlarvt sich das zweite Vorurteil gegenüber der New Economy. Sie sei gleichzusetzen mit E-Commerce und E-Business. Und wieder ist zu antworten: Sowohl als auch.

Denn New Economy ist mehr als schnöder E-Commerce und digitale Netzwerke. Der Managementberater Hermann Sottong hat dies treffend ausgedrückt: »Europas Strategie besteht darin, über unterschiedliche Kulturen ein Dach zu bauen, unter dem Differenz, Gemeinsamkeit, Abtreten von Autonomie und Betonung der Eigenheit immer neu ausgehandelt und ausbalanciert werden müssen. Für die Phase, die jetzt beginnt, scheint mir dies interessanter zu sein. Ein Grund: Das europäische System hält sozusagen permanent das Bewusstsein dafür wach, dass es stets Alternativen und unterschiedliche Optionen gibt, während das amerikanische System dahin zu tendieren scheint, unterschiedliche Fähigkeiten und Ideen letztlich immer in eine Einbahnstraßenphilosophie zu integrieren, die da heißt: schneller, größer, technischer.«⁴

In Europa und speziell in Deutschland denkt man den Wandel in Wirtschaft und Gesellschaft deshalb komplexer. Eine, die selbigen publizistisch seit Jahren mit Feuereifer kommentiert, ist Dagmar Deckstein. Sie verweist darauf, den Begriff aus seinem engen Korsett zu befreien: »Was ist das für eine Revolution? Der Begriff New Economy, der erst

*New Economy
ist mehr als
schnöder E-Com-
merce und digi-
tale Netzwerke.*

gegen Ende des vorletzten Jahres aus den USA in unseren Sprachbereich schwappte, wird hierzulande nach wie vor in einem relativ verengten Sinne verwendet: Start-ups, Internet-Hype, Softwareentwicklung, E-Business, M-Commerce. Das aber sind lediglich die technischen Voraussetzungen für eine neue Art und Weise des ökonomischen und gesellschaftlichen Austauschs, der unser Zusammenleben ähnlich tief greifend verändern dürfte wie die Erfindung der Dampfmaschine und deren raumerobernde Mobilmachung auf Eisenbahnschienen.«⁵

Wir verfügen also über neue technische Möglichkeiten, die unser Arbeiten und Zusammenleben gründlich verändern. Wir verfügen aber nicht über eine Debatte, wie sich unsere Einstellungen und Mentalitäten dadurch verändern, welche Auswirkungen dies auf unsere Lebensqualität hat, wie wir unsere Lebensentwürfe verändern und anpassen oder ganze gesellschaftliche Bereiche dadurch umgekrempelt werden.

*Was fehlt?
Eine Debatte,
wie sich unsere
Einstellungen
und Mentalitäten
verändern
werden.*

Blicken auch wir zunächst auf die technischen Möglichkeiten: Stichwort Dematerialisierung und Digitalisierung. Aus physischen Atomen werden digitale Bits, physische Leistungen und Produkte wandern in virtuelle Räume ab. Über das Internet sind diese Räumlichkeiten weltweit miteinander vernetzt. Wir kommen deshalb auf virtuellem Weg sekundenschnell in die entlegensten Orte auf diesem Erdball. Große Datenmengen können darüber hinaus immer schneller und mit geringem Kostenaufwand individuell übermittelt werden. Die Transparenz in allen Wissenswelten ist dadurch dramatisch gestiegen. Immer und überall verfügbar. Die Konsequenz: Menschen können immer und überall darauf zugreifen. »Digitale Netzwerke wirken – unter anderem – wie Telefon und Buchdruck zusammengekommen, vermutlich sogar noch weitreichender und tief greifender. Denn während mit dem Telefon nur das Sprechen vom Ort unabhängig wurde, verliert mit

Computernetze lösen die Ortsgebundenheit auf. Die Folge: arbeiten immer und überall. Eine Befreiung oder eine Horrorvision?



Computernetzen eine unübersehbare Zahl weiterer menschlicher Tätigkeiten ihre Ortsgebundenheit.«⁶

Das mobile Internet in Form von M-Business und M-Commerce ist die nächste Stufe dieses Auflösungsprozesses der Einheit von Zeit und Raum. Während der PC noch an einen Schreibtisch zwingt, vergrößern Handys oder E-Books den Handlungsspielraum. Aber leider auch den Zugriff. Es wird schwieriger, sich zu entziehen. Weltweite Informationen sollen danach immer und überall zur Verfügung stehen. Ein Spiel ohne Grenzen, das in den Köpfen ihrer Vordenker, manchmal seltsame Blüten entstehen lässt. In einem Interview sagte mir Jörg Zobel von der Boston Consulting Group: »Durch Kontextspezifität wird die virtuelle mit der realen Welt verknüpft. Ein Beispiel: Ich gehe real durch eine Geschäftsstraße. Ein Kontextmenü ermöglicht mir die ständige Verbindung mit meiner Umgebung und versorgt mich mit Infos. Das Handy wird zum Zauberstab, der neue Möglichkeiten eröffnet. Beim Vorbeischlendern an einem Sportgeschäft erhalte ich das passende Sonderangebot. Gleichzeitig bekomme ich einen weiteren Tipp, nämlich, ob ich dasselbe Produkt in der Stadt noch billiger kaufen kann. Ubiquität meint das Immer-und-überall der Handytechnologie. Man hat es ja immer dabei.«⁷

Wandel der Einstellungen

Das heißt also: Wir haben in atemberaubender Geschwindigkeit digitale Netzwerke geschaffen, die zunächst unsere Rechner weltweit miteinander vernetzen und Wissen frei