

Hochschule Hannover
Fakultät IV - Wirtschaft und Informatik
Abteilung Wirtschaft

Virtuelle soziale Netzwerke - Nutzbarkeit für das Human Resource Management

Bachelorarbeit

Verfasserin: Elisabeth Orzel

Erstprüfer: Prof. Dr. Sven Litzcke

Zweitprüfer: Prof. Dr. Matthias Pletke

18. August 2010

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	IV
Abbildungs- und Tabellenverzeichnis	V
Kurzfassung/ Abstract	VII
1 Einleitung.....	1
2 Theorie	3
2.1 Aufgabenfelder des Human Resource Managements.....	3
2.2 Web 2.0.....	11
2.3 Virtuelle soziale Netzwerke	15
2.4 Virtuelle soziale Netzwerke - Human Resource Management	19
2.5 Virtuelle soziale Netzwerke - Beurteilung.....	22
2.5.1 Kriterien zur Beurteilung von virtuellen sozialen Netzwerken.....	23
2.5.2 XING	25
2.5.3 Facebook	27
2.6 StudiVZ als Beispiel	29
2.6.1 StudiVZ - Detailanalyse.....	32
2.6.2 Die Aussagekraft eines StudiVZ Profils über die Persönlichkeit.....	37
3 Methodik	39
3.1 Forschungsfrage	39
3.2 Testpersonen	40
3.3 Versuchsplan	41

4	Ergebnisse	50
4.1	Rekonstruierbarkeit eines Lebenslaufs anhand eines Profils.....	55
4.2	Persönlichkeitseinschätzung.....	60
4.2.1	Persönlichkeitseinschätzung anhand von Profilen.....	61
4.2.2	Persönlichkeitseinschätzung anhand von Testergebnissen.....	64
4.2.3	Vergleich beider Persönlichkeitseinschätzungen.....	67
5	Diskussion	73
	Quellenverzeichnis	78

Abkürzungsverzeichnis

DGFP	Deutsche Gesellschaft für Personalführung
EDV	Elektronische Datenverarbeitung
HRM	Human Resource Management
IHK	Industrie- und Handelskammer
NEO	Neurotizismus-Extraversion-Offenheit für Erfahrungen
PC	Personal Computer
RSS	Really Simple Syndication
SMS	Short Message Service
VZ	Verzeichnis

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

Abbildung 1: Aufgabenfelder des Human Resource Managements	Seite: 5
Abbildung 2: Merkmale des Web 2.0	Seite: 13
Abbildung 3: Web 2.0 - Social Software - Virtuelle soziale Netzwerke	Seite: 16
Abbildung 4: Die zehn beliebtesten sozialen Netzwerke im Internet	Seite: 18
Abbildung 5: Ausschnitt eines XING Profils	Seite: 25
Abbildung 6: Ausschnitt eines Facebook Profils	Seite: 27
Abbildung 7: Ausschnitt eines StudiVZ Profils	Seite: 30
Abbildung 8: Allgemeine und persönliche Daten im StudiVZ Profil	Seite: 30
Abbildung 9: Pinnwand, Gruppen, Freunde im StudiVZ Profil	Seite: 34
Abbildung 10: StudiVZ Pinnwand	Seite: 36
Abbildung 11: Versuchsaufbau	Seite: 42
Abbildung 12: Mustervorlage Persönlichkeitseinschätzung	Seite: 43
Abbildung 13: Mustervorlage Rekonstruktion Lebenslauf	Seite: 46
Abbildung 14: Nutzung virtueller sozialer Netzwerke	Seite: 50
Abbildung 15: eingeschränkte/ uneingeschränkte StudiVZ Profile	Seite: 52
Abbildung 16: Ergebnisse der Studie über Datenfreigabe	Seite: 54
Abbildung 17: Anteil der Rekonstruierbarkeit von Lebensläufen	Seite: 57
Abbildung 18: Rekonstruktion eines Lebenslaufs mit StudiVZ	Seite: 58
Abbildung 19: Rekonstruierbarkeit nach Geschlecht	Seite: 59
Abbildung 20: Persönlichkeitseinschätzung anhand von Profilen	Seite: 63
Abbildung 21: Ergebnisse des Persönlichkeitstests (A-E)	Seite: 65
Abbildung 22: Ergebnisse des Persönlichkeitstests (F-I)	Seite: 65
Abbildung 23: Testergebnisse Extraversion, Offenheit für Erfahrungen, Verträglichkeit	Seite: 67

Abbildung 24: Persönlichkeitsmerkmal Extraversion	Seite: 68
Abbildung 25: Persönlichkeitsmerkmal Offenheit für Erfahrungen	Seite: 70
Abbildung 26: Persönlichkeitsmerkmal Verträglichkeit	Seite: 71
Tabelle 1: Punktetabelle zur Bewertung des Lebenslaufs	Seite: 48
Tabelle 2: Gesamtbeurteilung	Seite: 49
Tabelle 3: Rekonstruierbarkeit der Lebensläufe	Seite: 56
Tabelle 4: Gegenüberstellung Extraversion	Seite: 69
Tabelle 5: Gegenüberstellung Offenheit für Erfahrungen	Seite: 70
Tabelle 6: Gegenüberstellung Verträglichkeit	Seite: 72

Kurzfassung/ Abstract

Virtuelle soziale Netzwerke gewinnen im Bereich des Human Resource Managements an Bedeutung. In der vorliegenden Arbeit wird die Nutzbarkeit von virtuellen sozialen Netzwerken für das Human Resource Management systematisch untersucht. Die vorliegende Arbeit liefert zunächst theoretische Grundlagen in Bezug auf die verschiedenen Aufgabenfelder des Human Resource Managements und virtuelle soziale Netzwerke. Der Schwerpunkt der Arbeit liegt jedoch in der Rekonstruktion eines Lebenslaufs und einer Persönlichkeitseinschätzung mit Hilfe der Angaben aus virtuellen sozialen Netzwerken zu dieser Person.

Virtual social networks and human resource management are becoming more and more important. The present work analyzes systematically the usability of virtual social networks with regard to human resource management. Firstly, the present work gives significant theoretical basics with regard to the different functions of human resource management. After that the present work gives theoretical basics with regard to virtual social networks. In this context the main focus is on the reconstruction of a curriculum vitae and a characterization of a personality on the basis of virtual social networks.

1 Einleitung

Das Internet als Medium zur Kommunikation und zum Austausch von Informationen ist schnelllebig. Dabei hat sich das Web 2.0 in den vergangenen Jahren zu einem wichtigen Bestandteil des Internets entwickelt. Vor allem erfreuen sich die virtuellen sozialen Netzwerke zunehmender Beliebtheit. Sie haben sich zum Motor des Trends Web 2.0 entwickelt (Kammer für Arbeiter und Angestellte für Wien, 2009). Heutzutage zeichnen sich virtuelle soziale Netzwerke durch ein exponentielles Wachstum aus. Laut einer Studie von Datamonitor (2008) soll im Jahre 2012 bereits ein Viertel der Deutschen bei Portalen wie StudiVZ oder Facebook registriert sein. Virtuelle soziale Netzwerke werden also zunehmend fester Bestandteil unseres Lebens. Aber auch in verschiedenen Einsatzbereichen im Unternehmen gewinnen virtuelle soziale Netzwerke an Bedeutung (Gartner, 2007). So ist es heute keine Seltenheit mehr, dass das Human Resource Management beispielsweise neue Mitarbeiter mit Hilfe von virtuellen sozialen Netzwerken rekrutiert. Virtuelle soziale Netzwerke dienen längst nicht mehr nur der reinen Informationsgewinnung über zukünftige Mitarbeiter, sondern beispielsweise auch dazu, neue geschäftliche Kontakte zu knüpfen. Das Internet hat in den letzten Jahren nicht nur viele Bereiche der Personalarbeit durchdrungen, es hat die Personalarbeit auch verändert und neue Möglichkeiten geschaffen. Heutzutage gibt es beispielsweise auf dem deutschen Markt über 800 Jobbörsen, sie schaffen insgesamt mehr Transparenz im Talentmarkt (DGFP, 2008).

Inhalt dieser Arbeit ist die Beurteilung von virtuellen sozialen Netzwerken in Bezug auf die Nutzbarkeit für das Human Resource Management. Da in der Literatur noch keine eindeutigen Antworten auf die Nutzbarkeit virtueller sozialer Netzwerke für das Human Resource Management zu finden sind, wurde dies zum Anlass genommen, einen Beitrag zu leisten, diese Lücke mit Hilfe der vorliegenden Arbeit ein Stück weit zu schließen.

Die Zielsetzung dieser Arbeit verfolgt in erster Linie, einen theoretischen Einblick in die Thematik der virtuellen sozialen Netzwerke und die Schnittstelle zum Human Resource Management aufzuzeigen. Da die existierende Sekundärliteratur für den Untersuchungszweck nicht ausreicht, ist ein weiteres Ziel dieser

Arbeit, die Durchführung einer Untersuchung in Bezug auf die Nutzbarkeit virtueller sozialer Netzwerke für das Human Resource Management. Auf Basis der Untersuchung werden dann wesentliche Ergebnisse und Erkenntnisse in Bezug auf die Nutzbarkeit virtueller sozialer Netzwerke für das Human Resource Management abgeleitet.

Im Folgenden wird die Struktur der Arbeit aufgezeigt. Im ersten Teil dieser Arbeit werden wesentliche theoretische Grundlagen aufgezeigt. An dieser Stelle werden die Aufgabenfelder des Human Resource Managements erläutert und eine Einführung in das Thema Web 2.0 gegeben. Anschließend widmet sich die Arbeit den virtuellen sozialen Netzwerken und der Schnittstelle zum Human Resource Management. Im weiteren Verlauf der Arbeit wird der Schwerpunkt auf die Beurteilung der virtuellen sozialen Netzwerken, XING, Facebook und StudiVZ gelegt. Im Zuge dessen werden vorab wesentliche Kriterien zur Beurteilung von virtuellen sozialen Netzwerken vorgestellt. Zudem wird StudiVZ beispielhaft im Hinblick auf die Nutzbarkeit für das Human Resource Management analysiert. Anzumerken ist, dass die Beurteilung der virtuellen sozialen Netzwerke und die Detailanalyse von StudiVZ auf der Arbeit *Nutzbarkeit virtueller sozialer Netzwerke für die Personalauswahl* (Orzel, 2010) aufbauen. Die Arbeit wurde durch die Autorin angefertigt und soll in diesem Zusammenhang als theoretische Grundlage dienen. Im letzten Abschnitt dieser Arbeit wird der Fokus auf eine konkrete Untersuchung zur Nutzbarkeit virtueller sozialer Netzwerke für das Human Resource Management gelegt. So wird zunächst die Methodik der Untersuchung dargestellt. In diesem Zusammenhang werden die Forschungsfrage und der Versuchsplan vorgestellt. Darüber hinaus erfolgt eine Beschreibung der Testpersonen. Im nächsten Kapitel werden die wesentlichen Ergebnisse dargestellt und diskutiert. Aus den gewonnenen Ergebnissen wird anschließend eine Bewertung der Nutzbarkeit virtueller sozialer Netzwerke für das Human Resource Management vorgenommen. Das letzte Kapitel gibt eine Zusammenfassung und einen Ausblick.

2 Theorie

Im ersten Teil dieses Kapitels werden die Aufgabenfelder des Human Resource Managements erläutert. Anschließend werden die Begriffe Web 2.0 und virtuelle soziale Netzwerke genauer ausgeführt. Im weiteren Verlauf werden verschiedene Anwendungsbereiche der virtuellen sozialen Netzwerke in Bezug auf das Human Resource Management aufgezeigt. Im letzten Teil des Kapitels werden drei virtuelle soziale Netzwerke, anhand von vorher festgelegten Kriterien, auf die Nutzbarkeit für das Human Resource Management überprüft. Dabei wird das Hauptaugenmerk auf StudiVZ gelegt.

2.1 Aufgabenfelder des Human Resource Managements

Bevor die einzelnen Aufgabenfelder des Human Resource Managements erläutert werden, muss zunächst der Begriff Human Resource Management definiert werden. Der Bereich der Betriebswirtschaftslehre, der sich mit dem Produktionsfaktor Arbeit bzw. mit dem Personal beschäftigt, hat viele verschiedene Namen. In der Literatur ist von Personalwesen, Personalwirtschaft, Personalmanagement oder Human Resource Management die Rede. In der folgenden Arbeit wird der Begriff des Human Resource Managements verwendet. Für den Begriff des Human Resource Managements soll im weiteren Verlauf dieser Arbeit folgende Definition genügen: Das Human Resource Management umfasst alle mitarbeiterbezogenen Gestaltungsaufgaben einschließlich der entsprechenden Verwaltungsaufgaben. Zudem ist das Human Resource Management aktiver und integrativer Teil des Managementprozesses. Insgesamt beschäftigt sich das Human Resource Management mit der Beschaffung der Ressource Personal und der Steuerung ihres optimalen Einsatzes (Nicolai, 2009).

Heutzutage sieht sich die deutsche Wirtschaft mit vielen verschiedenen Herausforderungen konfrontiert. Die dramatische Verschärfung der internationalen Konkurrenz oder die führende Rolle im europäischen Integrationsprozess sind nur einige wenige Beispiele dafür, dass der optimale Nutzen der Ressource Personal zunehmend an Bedeutung gewinnt (Bühner, 2005). Demnach stellt das Human Resource Management eine entscheidende Funktion dar und ist mit

ihrer Personalstrategie zunehmend fester Bestandteil der Unternehmensstrategie. Gmür und Thommen (2007) beschreiben Personalstrategie als die mittel- und langfristige Planung zur Steuerung der Personalressourcen. Die Ziele des Human Resource Managements sind vielschichtig. Das Human Resource Management verfolgt u.a. zwei Zielbereiche, die wirtschaftlichen und die sozialen Ziele. Unter den wirtschaftlichen Zielen sind in erster Linie die Bereitstellung und der optimale Einsatz der Ressource Personal, die Steigerung der Arbeitsleistung und die Optimierung des Leistungsbeitrags zu verstehen. Die sozialen Ziele umfassen dagegen beispielsweise die Interessen, Forderungen und Erwartungen der Mitarbeiter und Gewerkschaften. Neben diesen zwei Zielbereichen gibt es weitere Ziele, die von verschiedenen Interessengruppen an das Human Resource Management herangetragen werden. Weitere Ziele sind volkswirtschaftliche Ziele, rechtliche Ziele, organisatorische Ziele und ethische Ziele. Unter den volkswirtschaftlichen Zielen ist zu verstehen, dass das Human Resource Management auch einen Beitrag zum volkswirtschaftlichen Gemeinwohl leistet, also beispielsweise die Schaffung von Arbeitsplätzen. Unter den rechtlichen Zielen ist die Bereitstellung der Rechtssicherheit in allen Arbeitssituationen für Mitarbeiter und Vorgesetzte zu verstehen. Die organisatorischen Ziele beinhalten, dass die Mitarbeiter mit ihren Qualifikationen und Bedürfnissen sinnvoll in die Organisationsstruktur eingegliedert werden. Abschließend verfolgen die ethischen Ziele, dass in jeder Entscheidung, die das Personal betrifft, Werthaltungen der Entscheidungsträger mit einfließen. Diese Ziele werden erreicht, wenn das Human Resource Management seine Aufgaben systematisch erfüllt (Nicolai, 2009). In der Literatur finden sich seit langem diverse Vorschläge die Aufgaben des Human Resource Managements auf einzelne Planungs- oder Managementfelder zu zuordnen (Scholz, 2000). Nicolai (2009) beschreibt die wesentlichen Aufgaben des Human Resource Managements in Abbildung 1. Diese Darstellung wurde aufgrund der vereinfachten und übersichtlichen Ausführung für diese Arbeit gewählt.

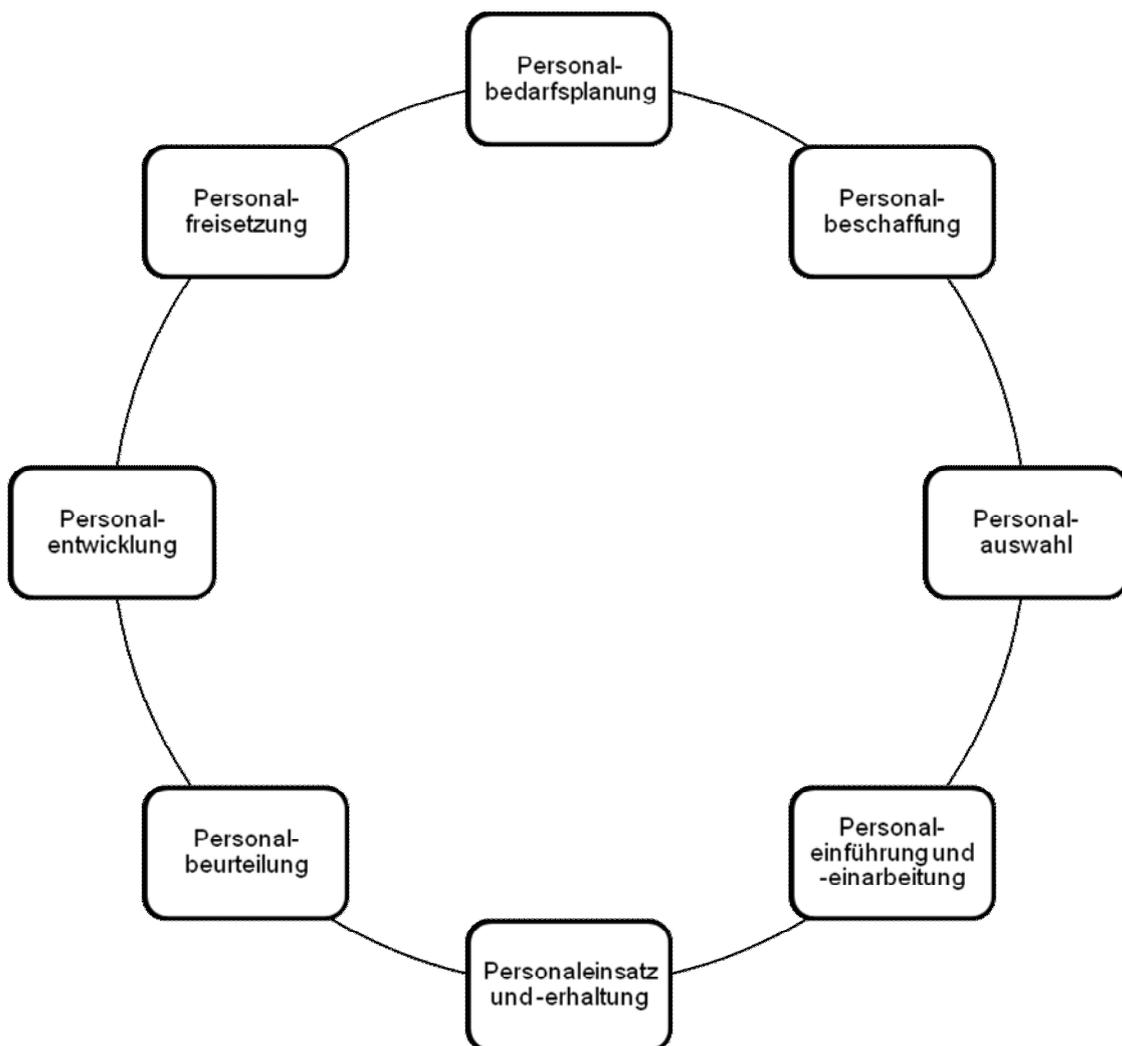


Abbildung 1: Aufgabenfelder des Human Resource Managements (nach Nicolai, 2009).

Um ein ganzheitliches Verständnis im Hinblick auf die Aufgaben des Human Resource Managements aufzubauen, werden die einzelnen Aufgabenfelder des Human Resource Managements systematisch erläutert. Dabei wird die Darstellung der einzelnen Aufgabenfelder aufgrund ihrer Komplexität vereinfacht dargestellt. So soll an dieser Stelle ein Überblick über die wesentlichen Aufgaben des Human Resource Managements für den weiteren Verlauf dieser Arbeit genügen.

Die *Personalbedarfsplanung* zählt zu den wichtigsten Aufgaben des Human Resource Managements (Jung, 2008). Sie ist Voraussetzung für die Personalbeschaffung, den Personaleinsatz und die Personalfreisetzung. Die Personalbedarfsplanung ist eine in die Zukunft gerichtete Bestimmung der zur betrieblichen Aufgabenerfüllung notwendigen Kapazitäten. Ziel der Personalbedarfsplanung ist die Deckung des quantitativen und qualitativen Bedarfs an Arbeitsleistung (Nicolai, 2009). Zu den Einflussfaktoren der Personalbedarfsplanung zählen die unternehmensexternen und unternehmensinternen Faktoren. Die unternehmensexternen Faktoren beinhalten beispielsweise die gesamtwirtschaftliche Entwicklung, Tarifentwicklungen oder technische Veränderungen. Zu den unternehmensinternen Einflussfaktoren zählen beispielsweise Fehlzeiten, Fluktuationen, Interessen und Bedürfnisse der Arbeitnehmer oder neue Arbeits- und Urlaubsregelungen. Diese unternehmensinternen Einflussfaktoren können Auswirkungen auf die Personalbedarfsplanung darstellen und sollten daher in der Personalbedarfsplanung ebenso wie die unternehmensexternen Einflussfaktoren Berücksichtigung finden (Jung, 2008).

Unter *Personalbeschaffung* ist die Beschaffung von benötigten Mitarbeitern, in der geforderten Anzahl und Qualifikation zum geeigneten Zeitpunkt für die nachgefragte Funktion zu marktgerechten und leistungsorientierten Einkommen, zu verstehen. Voraussetzung für die Personalbeschaffung ist die Personalbedarfsplanung (Jung, 2008). Die Personalbeschaffung führt eine systematische Analyse des in Frage kommenden Beschaffungspotenzials durch, um festzustellen wie die aktuelle Arbeitsmarktsituation zu beurteilen ist. Es wird insgesamt zwischen internem Arbeitsmarkt und externem Teilarbeitsmarkt unterschieden. Der externe Teilarbeitsmarkt ist nur derjenige Teil des externen Gesamtarbeitermarktes, der für das Unternehmen relevant ist. Der externe Teilarbeitsmarkt wird durch konjunkturelle und saisonale Schwankungen sowie durch die aktuelle Bevölkerungs- und Beschäftigungsstruktur und deren Entwicklung beeinflusst. Der interne Arbeitsmarkt umfasst alle Mitarbeiter des Unternehmens, die veränderungswillig sind, das Unternehmen jedoch nicht verlassen wollen. Neben dem Wissen um die aktuelle Situation und die Entwicklung auf den Teilarbeitsmärkten sind Informationen über die Stellung des Unternehmens auf diesen Märkten von besonderer Bedeutung. Unter der Stellung des Unternehmens wird dabei das Image eines Unternehmens verstanden. Ein

wichtiges Instrument, um die Stellung auf den internen und externen Arbeitsmarkt zu verbessern, ist das Personalmarketing (Nicolai, 2009). Das Personalmarketing zielt darauf ab, die für das Unternehmen relevanten Zielgruppen zu identifizieren und dazu zu bewegen, ihre Arbeitskraft diesem Unternehmen zur Verfügung stellen zu wollen (Hauer, Schüller & Strasmann, 2002).

Gegenstand der *Personalauswahl* ist es, die Eignung eines Bewerbers mit Hilfe von speziellen Auswahlinstrumenten festzustellen. Dazu erfolgt ein Abgleich des Bewerberprofils mit den Anforderungen der Stelle (Oechsler, 2006). Das Ziel dabei ist, den am besten für die Stelle geeigneten Bewerber auszuwählen. Ein idealtypischer Verlauf einer Bewerberauswahl wird an dieser Stelle kurz erläutert. Die Vorgehensweise bei der Personalauswahl hängt davon ab, ob es sich um interne oder externe Bewerber handelt. Der Ablauf einer Bewerberauswahl startet mit der Erstellung eines Anforderungsprofils. Ein Anforderungsprofil beschreibt die Kriterien, die ein Bewerber erfüllen muss (Weuster, 2008). Anschließend erfolgt eine Vorauswahl. Die Vorauswahl erfolgt bei internen Bewerbern aufgrund von betriebsinternen Informationen, wie beispielsweise der Personalakte, Leistungsbeurteilungen, Gesprächen mit Vorgesetzten etc. Bei externen Bewerbern erfolgt die Vorauswahl mit Hilfe von Bewerbungsunterlagen. Nachdem eine Abstimmung der jeweiligen Unterlagen mit dem Anforderungsprofil erfolgte und eine Vorauswahl getroffen wurde, werden in der Regel Interviews oder Assessment Center durchgeführt. Nach der Durchführung kommt es zu einer Auswahlentscheidung. Nun folgt bei internen Bewerbern eine Ein- bzw. Umgruppierung und bei externen Bewerbern erfolgt die Einstellung. Anschließend findet bei den internen Bewerbern die Versetzung und Einarbeitung und bei den externen Bewerbern die Probezeit und Einarbeitung statt (Nicolai, 2009). Nicht zu vernachlässigen ist, dass bei der Wahl der Auswahlverfahren die methodischen Gütekriterien zu beachten sind. Bei den methodischen Gütekriterien handelt es sich um die Validität, die Reliabilität und die Objektivität. Die Validität beschreibt hierbei die Gültigkeit. Eine Validität liegt vor, wenn das angewandte Verfahren das erfasst und misst, was auch tatsächlich gemessen werden soll. Die Reliabilität beschreibt die Messgenauigkeit, mit der ein Merkmal erfasst wird. Eine Objektivität liegt vor, wenn verschiedene Beurteiler zu einer gleichen Eignungsbeurteilung kommen (Oechsler, 2006). Es gibt viele unterschiedliche Auswahlverfahren wie beispielsweise Simulationen,

psychologische Testverfahren, Interviews etc. Jedoch wird an dieser Stelle aufgrund der umfassenden Thematik und der fehlenden Relevanz für die vorliegende Thematik dieser Arbeit auf das Beschreiben der verschiedenen Auswahlverfahren und deren methodische Gütekriterien verzichtet.

Eine weitere Aufgabe des Human Resource Managements ist die *Personaleinführung und -einarbeitung*. Um sicherzustellen, dass ein neuer Mitarbeiter seine volle Arbeitsleistung für das Unternehmen einbringt, reicht die alleinige Bewerberauswahl in den meisten Fällen nicht aus. So ist eine systematische Einführung und Einarbeitung unabdingbar. Es ist wichtig, dass der neue Mitarbeiter sich zur wechselseitigen Zufriedenheit in die Arbeitsumgebung einfügt (Nicolai, 2009). Die fehlende Einführung und Einarbeitung zeigt sich beispielsweise in einer hohen Frühfluktuation, die infolgedessen auch zu einem Imageverlust des Unternehmens führen kann. Sie kann deshalb zustande kommen, weil die Erwartungen des neuen Mitarbeiters nicht erfüllt werden. Ein weiteres Beispiel ist, dass neue Mitarbeiter aufgrund von schlechter Einführung und Einarbeitung unzufrieden oder demotiviert sind, was Auswirkungen auf die Arbeitsleistung haben kann (Nicolai, 2009). Um beispielsweise Frühfluktuationen oder Unzufriedenheit zu vermeiden, gibt es verschiedene Programme und Methoden zur Einführung und Einarbeitung neuer Mitarbeiter. Bei den Programmen und Methoden kann es sich beispielsweise um die Zuteilung eines Paten handeln. Paten stehen auf gleicher Hierarchieebene als fester Ansprechpartner während der Einführung und Einarbeitung des neuen Mitarbeiters zur Verfügung. Jung (2008) unterstreicht die Notwendigkeit einer systematischen Einführung und Einarbeitung eines neuen Mitarbeiters. Diese kann beispielsweise auch in Form eines Einarbeitungsplans realisiert werden.

Personaleinsatz und -erhaltung befasst sich mit denjenigen Aspekten des Human Resource Managements, bei denen es darum geht, die Mitarbeiter bestmöglich einzusetzen, ihre Qualifikationen und ihr Potenzial zu erhalten, zu fördern und anzupassen, sie zur Leistung zu motivieren sowie sie an das Unternehmen zu binden (Nicolai, 2009). Der Begriff Motivation beschreibt die Kräfte, die einen Menschen zu einem zielorientierten Verhalten bewegen. Diese Kräfte können beispielsweise durch ein Anreizsystem erzeugt und gefördert werden (Winter, 1997). Grundvoraussetzung für den optimalen Personaleinsatz und die optimale Personalerhaltung ist das Verständnis über menschliches Handeln im

Unternehmen. Nach McGregor (1960) gibt es zwei extreme Menschenbilder. Die Theorie X charakterisiert den Menschen als faul und passiv. Menschen haben demnach kein Eigeninteresse an Arbeit. Die Theorie Y geht davon aus, dass der Mensch keine Abneigung gegen Arbeit hat. Er strebt nach Anerkennung und Selbstverwirklichung. Jeder Mensch ist in seinem Verhalten einzigartig, deshalb benötigt auch jeder Mensch ein individuelles Anreizsystem, sei es in materieller oder immaterieller Art. Materielle oder monetäre Anreize beziehen sich auf die Entgeltsituation. Sie beinhalten neben Lohn- und Gehaltsregelungen auch Sozialleistungen und Beteiligungssysteme. Immaterielle oder nicht-monetäre Anreize sind in der Regel auf das Bedürfnis nach Anerkennung und Selbstverwirklichung ausgerichtet (Nicolai, 2009).

Die *Personalbeurteilung* ist ein Instrument zur strukturierten Bewertung der Leistungen und Potenziale von Führungskräften und Mitarbeitern im Unternehmen anhand quantitativer bzw. qualitativer Kriterien. Die Personalbeurteilung macht Leistungen und Potentiale transparent (Stock-Homburg, 2008). Die Personalbeurteilung kann also insgesamt dazu dienen, das Leistungsergebnis, das Arbeits-, Führungs- und Sozialverhalten, sowie das Potential des Mitarbeiters zu beurteilen (Nicolai, 2009). Die Personalbeurteilung verfolgt folgende Ziele: Objektivierung der Personalarbeit, Verbesserung der Führungsqualität, Einheitlichkeit des Führungsverhaltens, Potentialnutzung und Steigerung der Leistung. Die Objektivierung der Personalarbeit ergibt sich dadurch, dass die Beurteilungsergebnisse für den Mitarbeiter und den Vorgesetzten vergleichbar sind. So kann beispielsweise ein Mitarbeiter Beurteilungen vergangener Perioden gegenüberstellen und Rückschlüsse auf seine Entwicklung ziehen. Durch Personalbeurteilungen werden Vorgesetzte gezwungen, sich regelmäßig mit den Mitarbeitern, ihrer Leistung, ihrem Verhalten und ihrem Potenzial auseinanderzusetzen. In regelmäßigen Beurteilungsgesprächen können sich die Vorgesetzten und die Mitarbeitern über die Gründe der Beurteilung und die weitere Vorgehensweise austauschen. Insgesamt kann dies zu einer Verbesserung der Führungsqualität führen. Auch die Einheitlichkeit des Führungsverhaltens gehört zu den Zielen der Personalbeurteilung. Eine Vereinheitlichung des Führungsverhaltens kann beispielsweise aufgrund der Anwendung eines einheitlichen Beurteilungssystems und der darin fixierten weiteren Vorgehensweise ihres Führungsverhaltens erfolgen. Das Human Resource Management verfolgt

zudem das Ziel, neben den Verhaltens- und Qualifikationsdefiziten, insbesondere das bislang ungenutzte Potential der Mitarbeiter aufzudecken. Das Potential kann somit gezielt gefördert und genutzt werden. Da Personalbeurteilungen in der Regel als Ansporn zu dauerhaft höheren Leistungen dienen, kann eine Steigerung der Leistung die Folge sein. Ein weiterer Punkt ist, dass Mitarbeiter durch regelmäßige Beurteilungen ihr Verhalten und ihre Leistung besser einschätzen können und somit verbessern (Nicolai, 2009).

Eine weiteres Aufgabenfeld des Human Resource Managements ist *die Personalentwicklung*. Unter Personalentwicklungen sind geplante Maßnahmen zur Erweiterung der individuellen beruflichen Handlungskompetenz zu verstehen (Holling & Liepmann, 2004). Ziele der Personalentwicklung sind beispielsweise die Verbesserung des Führungsverhaltens, die Förderung der Teamfähigkeit und die wirksame Konfliktbearbeitung. Insgesamt werden regelmäßig drei Bereiche der Personalentwicklung unterschieden, die berufsvorbereitende Personalentwicklung, die berufsbegleitende Personalentwicklung und die berufsverändernde Personalentwicklung. Unter der berufsvorbereitenden Personalentwicklung ist zunächst die Berufsausbildung, mit der Grund- und der Fachausbildung zu verstehen. Die berufsbegleitende Personalentwicklung gliedert sich in eine Anpassungs- und Aufstiegsqualifikation. Eine Anpassungsqualifikation ist eine Bildungsmaßnahme, die auf das derzeitige Berufs- und Arbeitsfeld des Mitarbeiters ausgerichtet ist. Die Aufstiegsqualifikation hat die Befähigung zur Übernahme anspruchsvoller Aufgaben zum Inhalt. Die berufsverändernde Personalentwicklung liegt vor, wenn der Mitarbeiter Aufgaben in einem neuen Beruf oder eine anders qualifizierte Tätigkeit übernehmen soll (Mentzel, 2005).

Unter dem Begriff *Personalfreisetzung* ist die Reduzierung von personellen Kapazitäten im Unternehmen zu verstehen. Die Ursachen für Personalfreisetzung liegen im betriebsinternen oder im externen Bereich (Kolb, 2008). Darüber hinaus können beispielsweise Managementfehler und Liquiditätsengpässe zu Personalfreisetzungsmaßnahmen führen. Neben den unternehmensbedingten Gründen können Personalfreisetzungsmaßnahmen aber auch mitarbeiterbezogene Ursachen haben. Diese mitarbeiterbezogenen Ursachen können beispielsweise im Verhalten, in der Person oder den Fähigkeiten des Mitarbeiters begründet sein (Nicolai, 2009). Eine Personalfreisetzung kann mit oder ohne Entlassung erfolgen. Eine Personalfreisetzung mit Entlassung kann beispielsweise

in Form von Arbeitnehmerkündigung, Einzelentlassung oder Schließung einer Abteilung erfolgen. Eine Personalfreisetzung ohne Entlassung hat zwei verschiedene Ausprägungen, so kann sie zeitlich oder quantitativ angepasst werden. Eine Personalfreisetzung ohne Entlassung mit zeitlicher Anpassung kann in Form von Abbau von Überstunden, Kurzarbeit oder Umwandlung von Voll- in Teilzeitarbeitsplätze erfolgen. Eine Personalfreisetzung ohne Entlassung mit quantitativer Anpassung kann dagegen in Form von vorzeitiger Pensionierung, Abbau von Leiharbeit, Einstellungsstopps, Nichtverlängerung befristeter Arbeitsverträge und Abschluss von Aufhebungsverträgen realisiert werden (Nicolai, 2009).

Insgesamt wird deutlich, dass das Human Resource Management vielfältige Aufgaben hat und dass es wesentlich zum Unternehmenserfolg beiträgt. Die vorliegende Arbeit fasst die Thematik des Human Resource Managements in Zusammenhang mit virtuellen sozialen Netzwerken im weiteren Verlauf der Arbeit erneut auf. An nächster Stelle werden zunächst wesentliche theoretische Grundlagen in Bezug auf das Thema Web 2.0 und virtuelle soziale Netzwerke aufgeführt.

2.2 Web 2.0

Laut einer Erhebung des Statistischen Bundesamtes sind die Internetnutzung und der Internetzugang der privaten Haushalte in Deutschland weiterhin gestiegen. Im Jahr 2008 haben 71 Prozent der Personen ab zehn Jahren das Internet in den letzten drei Monaten vor dem Befragungszeitraum genutzt. Im Jahr 2007 hat der Anteil der Personen, die das Internet nutzten noch bei 68 Prozent gelegen. Zudem verfügten 2008 insgesamt 69 Prozent der privaten Haushalte in Deutschland über einen Internetzugang. Im Vergleich dazu, lag der Anteil des Internetzugangs im Jahr 2007 bei 65 Prozent (Czajka & Mohr, 2009).

1983 gilt als das Geburtsjahr des Internets. Die Einführung des Internet Dienstes World Wide Web im Jahre 1989, ein schneller Anstieg der Verbreitung von PCs in privaten Haushalten und der kostenlose Vertrieb der Zugangssoftware 1993 haben erheblich zu der Ausbreitung des Internets im kommerziellen und privaten Bereich beigetragen (Loitz, 2001). Die derzeitige Entwicklung des Internets steht auch im engen Zusammenhang mit dem sogenannten Web 2.0.

Das World Wide Web hat sich in den letzten Jahren deutlich gewandelt. In der Zeit, in der das World Wide Web noch relativ jung war, bestand es häufig nur aus statischen Seiten. Es handelte sich dabei um Dokumente, die in das Netz gestellt wurden und die mit elektronischen Verweisen verbunden wurden. Die Dominanz dieser statischen Seiten wird als Web 1.0 bezeichnet. Sie sind jedoch heutzutage kaum mehr anzutreffen (Stegbauer, 2008).

Als entscheidender Wendepunkt für das World Wide Web gilt das Zerplatzen der Dot-com Blase im Jahre 2001. Dabei ist der Begriff Dot-com Blase auf das immer populärer werdende Internet zum Ende der 90er Jahre zurückzuführen. Ursprünglich bezeichnet Dot-com jene Unternehmen, die ausschließlich oder überwiegend im und über das Internet agierten. Das gesamte Geschäftsmodell der Dot-com Unternehmen basierte auf dem weltweiten Netz. Mit der massenhaften Verbreitung des Internets war es möglich, schnell und mit wenig Aufwand ein Unternehmen aufzubauen. In den meisten Fällen genügte eine Homepage und das Auswählen eines geeigneten Domainnamens (Walther, 2009). In diesem Zusammenhang beschreibt ein Domainname die Adresse einer Webseite im World Wide Web (Huber & Dingeldey, 2002). Ende des vorigen Jahrhunderts zeigte sich bald, dass viele der Dot-com Unternehmen ihre Gewinnerwartungen nicht oder nicht in absehbarer Zeit erfüllen konnten. Gründe hierfür waren u.a., dass keine Zeit für aufwendige Business Pläne blieb. Es war beispielsweise oberste Priorität, Erster in der Entwicklung neuer Technologien zu sein. Insgesamt kam es dazu, dass ein unkontrolliertes Wachstum von vermeintlich genialen Techniken zu einem sorglosen Umgang mit den zur Verfügung gestellten Geldmitteln führte. Wie nicht anders zu erwarten, folgte eine Überhitzung des Marktes, hinzu kamen Fehlspekulationen. All das zusammen führte zu einem Börsencrash und zur Insolvenz vieler Unternehmen in diesem Bereich (Walther, 2009).

Nichtsdestotrotz verhalf die Entwicklung neuer Internetanwendungen vielen Internetseiten zu Ruhm und Selbstbewusstsein. Die neuen Entwicklungen in den letzten Jahren werden zunehmend von einem Trend geprägt, der mit dem Begriff Web 2.0 bezeichnet wird.

Die wichtigsten charakteristischen Merkmale des Web 2.0 sind Nutzerfreundlichkeit, Wirtschaftlichkeit, Gestaltbarkeit, Standardisierbarkeit, Weiterverwendbarkeit, Medienübergreifbarkeit und Mitwirkbarkeit (Angermeier, 2005). Aufgrund der umfassenden Komplexität dieser Thematik und einer fehlenden Relevanz für den vorliegenden Schwerpunkt dieser Arbeit werden die einzelnen Merkmale nicht tiefer greifend erläutert. Insgesamt wird an dieser Stelle deutlich, dass das Web 2.0 aus verschiedenen Facetten besteht. So hat sich das Web 2.0 nicht nur in technischer, sondern auch in inhaltlicher Sicht verändert. Zudem zeigt sich ein verändertes Nutzerverhalten. Der Nutzer hat beispielsweise die Möglichkeit, Daten auszutauschen, Texte hinzuzufügen und in sozialen Netzwerken mitzuwirken. Zusammenfassend charakterisiert der Begriff Web 2.0 die Wandlung des passiven Nutzers hin zum aktiven Gestalter (PwC, 2008).

Insgesamt bietet das Web 2.0 viele Anwendungsformen. Die DGFP (2008) identifizierte die wichtigsten Web 2.0. Anwendungsformen für das Human Resource Management. Dabei handelte es sich um Blogs, Wikis und Nachschlagewerke, Podcasts, RSS-Feed und soziale Netzwerke im Internet. Blogs sind im weitesten Sinne Online-Tagebücher, in der Personen regelmäßig zu verschiedenen Themen Texte und Bilder veröffentlichen können. Wikis und Nachschlagewerke sind Enzyklopädien, die von den Nutzern selbst gepflegt, korrigiert und weiterentwickelt werden. Podcasts sind selbstproduzierte Audioaufnahmen, die auf dem Computer gehört oder auf ein entsprechendes tragbares Gerät überspielt werden können. RSS-Feed ist die Abkürzung von Really Simple Syndication. Es handelt sich dabei um eine Abonnement-Funktion, die die neuen Inhalte aus gewählten Blogs, Podcasts und anderen Informationsquellen direkt an das E-Mail Programm des Nutzers oder an den Browser schickt. Soziale Netzwerke im Internet sind Webanwendungen, die es erlauben persönliche Profile anzulegen und diese miteinander zu verknüpfen und Beziehungen abzubilden (DGFP, 2008). Eine umfassende Erläuterung in Bezug auf die sozialen Netzwerke im Internet erfolgt im nächsten Abschnitt. Zunächst werden an dieser Stelle zwei Ideen über mögliche Web 2.0 Anwendungen in Bezug auf das Human Resource Management aufgezeigt. So lassen sich beispielsweise Karriere-Webseiten durch Blogs, Podcasts und andere innovative Anwendungen aufwerten. Recruiting- und Kampagnen-Blogs können zudem beispielsweise den potenziellen Bewerber über aktuelle Personalgewinnungsmaßnahmen

informieren, indem sie Recruiting-Events tagebuchartig begleiten (DGFP, 2008). Siemens arbeitet bereits seit dem Frühjahr 2006 mit Audio-Podcasts im Recruiting (Siemens, 2009).

2.3 Virtuelle soziale Netzwerke

In diesem Abschnitt wird zunächst der Begriff Social Software erläutert, um anschließend den Begriff der virtuellen sozialen Netzwerke herzuleiten.

Ein Teilbereich des Web 2.0 ist Social Software. Der Begriff fokussiert die Bereiche des Web 2.0, bei denen es nicht um neue Formate und Programmarchitekturen, sondern um die Unterstützung sozialer Strukturen und Interaktionen über das Netz geht. Social Software ist eine Gruppe von konkreten Anwendungen, die durch das Web 2.0 ermöglicht werden. Diese Anwendungen sind webbasiert und unterstützen beispielsweise den Beziehungsaufbau und die Kommunikation von Menschen in einem sozialen Kontext.

Insgesamt werden folgende drei Zieldimensionen verfolgt:

- Kommunikation zwischen Teilnehmern
- Entstehung und Verwaltung von Beziehungen
- Veröffentlichung und Distribution von Informationen (Hippner, 2006).

Social Networks sind Kommunikationsplattformen, die das Ziel verfolgen, soziale Netzwerke gezielt aufzubauen und zu verwalten (Hippner & Wilde 2005). Für die weiterführende Arbeit wird der Begriff virtuelles soziales Netzwerk als Synonym für Social Networks verwendet. Virtuelle soziale Netzwerke bedienen sich insgesamt der sogenannten Social Software. Abbildung 3 zeigt die Beziehung zwischen den Begriffen Web 2.0, Social Software und virtuelle soziale Netzwerke.

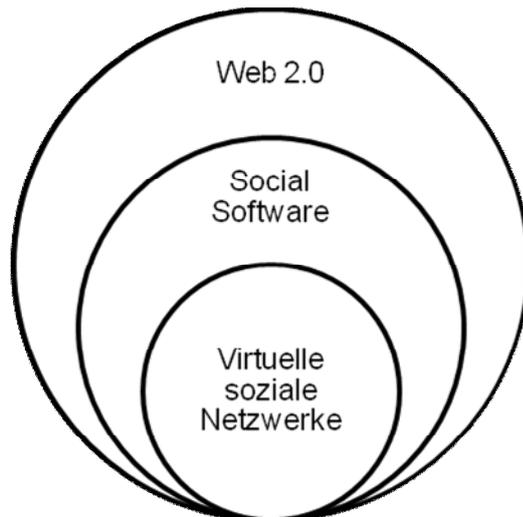


Abbildung 3: Web 2.0 - Social Software - Virtuelle soziale Netzwerke (eigene Darstellung).

Boyd und Ellison (2007) definieren virtuelle soziale Netzwerke als: „We define social network sites as web-based services that allows individuals to (1) construct a public or semi-public profile within a bounded system, (2) articulate a list of other users with whom they share a connection, and (3) view and traverse their list of connections and those made by others within the systems. The nature and nomenclature of these connections may vary from site to site“.

Es ist erkennbar, dass virtuelle soziale Netzwerke den Zweck erfüllen, bereits bestehende Beziehungen im Internet abzubilden und die Möglichkeit geben, mit Freunden und Bekannten zu kommunizieren.

In einer Erhebung der psychonomics AG wurden die Hauptmotive der Nutzer von virtuellen sozialen Netzwerken ermittelt. Dabei handelte es sich um:

- Kontakt mit Freunden
- Unterhaltung/ Entertainment
- Neue Menschen kennenlernen
- Arbeitsleben
- Meinungsaustausch (Geißler & Thomas, 2008).

Virtuelle soziale Netzwerke zeichnen sich durch ein exponentielles Wachstum aus. Mittlerweile nutzen weltweit rund 740 Millionen Menschen virtuelle soziale Netzwerke. Das entspricht in etwa 65 Prozent der 1,1 Milliarden weltweiten Internetnutzer (Comscore, 2009). Deutschland verzeichnete im dritten Quartal

2009 rund 26 Millionen Nutzer pro Monat. Das sind 3,6 Millionen Nutzer mehr als im Vergleichszeitraum des Vorjahres (Bitkom, 2009). Neben den steigenden Nutzerzahlen steigt auch das Angebot an sozialen Netzwerken. So gab es schätzungsweise im Jahr 2008 über 140 soziale Netzwerke allein nur in Deutschland (Weigert, 2008).

Virtuelle soziale Netzwerke können je nach Ausrichtung in fünf verschiedene Gruppen unterteilt werden:

- Inhaltsplattformen
- Micro-Blogging-Plattformen/ virtuelle Welten
- Business Netzwerke
- Netzwerke für bestimmte Zielgruppen
- allgemeine soziale Netzwerke.

Die allgemeinen sozialen Netzwerke können zudem noch in internationale und nationale Netzwerke unterteilt werden (Kammer für Arbeiter und Angestellte für Wien, 2009). Charakteristisch für Inhaltsplattformen sind die inhaltlichen Beiträge. Wesentliche Funktionen sind beispielsweise das Hochladen von Videos oder Fotos. Die Nutzer haben hier die Möglichkeit Videos oder Fotos anzuschauen oder selbst Videos und Fotos hochzuladen und für jeden zugänglich zu machen. Auch die Micro-Blogging-Plattformen und virtuelle Welten werden den sozialen Netzwerken zugeordnet. Bei beiden Plattformen steht die Kommunikation im Vordergrund. Bei den Micro-Blogging Plattformen verfassen die Nutzer Micro-Blogs. Micro-Blogs beschreiben kurze, SMS-ähnliche Mitteilungen. In virtuellen Welten hingegen bewegen sich Nutzer durch digital animierte Landschaften und können hier auf verschiedene Wege miteinander kommunizieren (Kammer für Arbeiter und Angestellte für Wien, 2009). Business Netzwerke sind hingegen dadurch gekennzeichnet, dass der berufliche Austausch im Mittelpunkt steht. Business Netzwerke weisen ähnlichen Funktionen wie die allgemeinen sozialen Netzwerke auf, der grundlegende Unterschied ist in der spezifischen Zielgruppe zu finden. Bei Netzwerken für bestimmte Zielgruppen steht in der Regel der Wissensaustausch im Vordergrund. So gibt es beispielsweise spezielle soziale Netzwerke für Senioren. Bei den allgemeinen sozialen Netzwerken steht der Kontakt im Vordergrund. Wesentliche

Funktionen der allgemeinen sozialen Netzwerke sind beispielsweise, das Kennenlernen neuer Personen, das Pflegen bestehender Kontakte und das Erstellen von Profilen.

Der Hightech-Verband Bitkom ermittelte auf Basis einer Erhebung des Marktforschungsinstituts Comscore im dritten Quartal 2009 die durchschnittlich zehn beliebtesten sozialen Netzwerke im Internet (vgl. Abbildung 4).

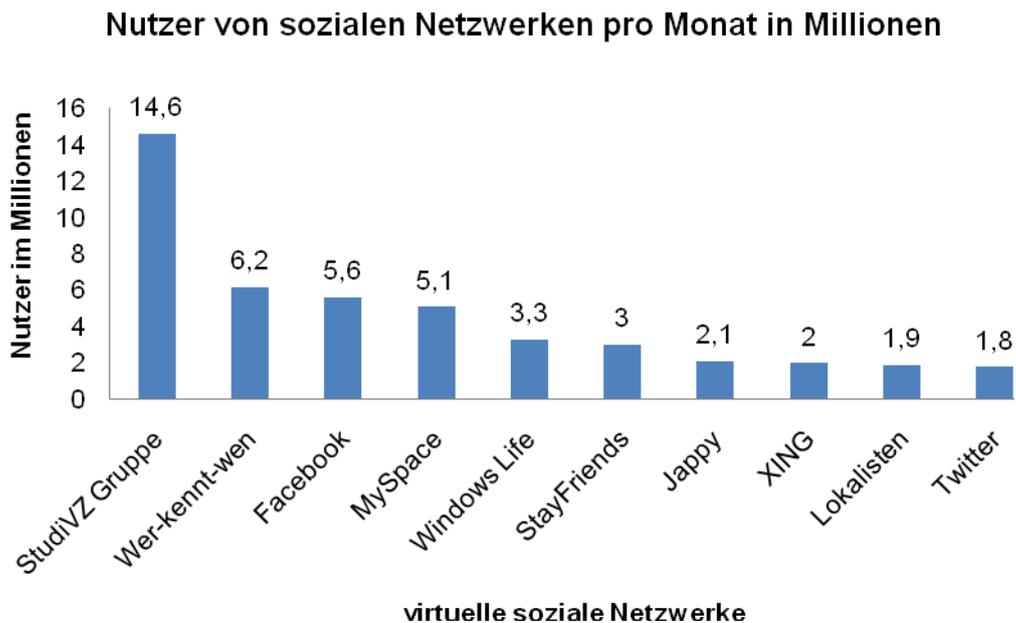


Abbildung 4: Die zehn beliebtesten sozialen Netzwerke im Internet (nach Bitkom, 2009).

Das beliebteste soziale Netzwerk im Internet stellt die StudiVZ Gruppe mit seinen Plattformen StudiVZ, SchülerVZ und MeinVZ dar. Insgesamt werden 14,6 Millionen Nutzer der StudiVZ Gruppe zugeordnet. Dahinter folgen die virtuellen sozialen Netzwerke Wer-kennt-wen und Facebook (Bitkom, 2009).

StudiVZ, Wer-kennt-wen, Facebook, MySpace, Windows Life, StayFriends, Jappy und Lokalisten werden den allgemeinen sozialen Netzwerken zugeordnet. Zwar handelt es sich bei StudiVZ um ein virtuelles soziales Netzwerk speziell für Studenten, jedoch zählt StudiVZ nicht zu den Netzwerken für bestimmte Zielgruppen, da sich sehr viele Personen, die keine Studierenden sind, beteiligen. StudiVZ ist ein soziales Netzwerk, bei dem der soziale Zusammenhalt und die Kommunikation im Vordergrund stehen. Aufgrund dieser Ausrichtung wird StudiVZ den allgemeinen sozialen Netzwerken zugeordnet. In Netzwerken für

bestimmte Zielgruppen dagegen liegt der Fokus im reinen Wissensaustausch. Eine klare Abgrenzung der verschiedenen sozialen Netzwerke ist schwierig. Ein Grund dafür liegt sicherlich auch darin begründet, dass die Literatur keine eindeutige Definition und keine eindeutige Abgrenzung der einzelnen sozialen Netzwerke liefert. XING hingegen gehört zu den Business Netzwerken und Twitter zählt zu den Micro-Blogging-Plattformen/ virtuelle Welten.

Im weiteren Verlauf der Arbeit finden die virtuellen sozialen Netzwerke StudiVZ, Facebook und XING besondere Berücksichtigung. Diese virtuellen sozialen Netzwerke bilden in der folgenden Untersuchung die Grundlage zur Prüfung der Nutzbarkeit virtueller sozialer Netzwerke für das Human Resource Management. Die Auswahl erfolgte dabei aufgrund der vorliegenden Registrierung der Testpersonen in den sozialen Netzwerken im Internet.

2.4 Virtuelle soziale Netzwerke - Human Resource Management

Die steigenden Nutzerzahlen machen deutlich, virtuelle soziale Netzwerke gewinnen an Bedeutung. Zudem dienen soziale Netzwerke nicht mehr nur dem reinen Zeitvertreib. So spielen virtuelle soziale Netzwerke beispielsweise im Bereich des Human Resource Managements, aber auch in anderen betrieblichen Funktionen, eine größer werdende Rolle.

Die Analysten von Gartner zählten virtuelle soziale Netzwerke bereits in 2008 zu den zehn strategisch relevanten Technologien für das Unternehmen (Gartner, 2007). In Zeiten verschärfter Wettbewerbsbedingungen ist der optimale Einsatz der Ressource Personal zunehmend von großer Bedeutung. So wird das Human Resource Management zunehmend zum Erfolgsfaktor. Laut einer Studie von Gartner (2007) verschenken zudem viele Unternehmen ihr Social-Networking-Potenzial. Damit verbunden ist der Produktivitätsgewinn, der sich beispielsweise durch eine schnelle Mobilität der Menschen über soziale Netzwerke erreichen lässt. Aber auch im Bereich des Human Resource Managements zeigt sich, dass virtuelle soziale Netzwerke an Bedeutung gewinnen. Das Internet hat in den letzten fünfzehn Jahren nicht nur viele Bereiche des Human Resource Managements durchdrungen, sondern diese auch verändert. So gibt es heutzutage beispielsweise über 800 Jobbörsen. Sie schaffen insgesamt

mehr Transparenz im Talentmarkt. Zusammengenommen findet die Personalbeschaffung heutzutage weitgehend über das Netz statt. Ähnlich sieht es im Bereich der Personalentwicklung aus. Schlagwörter, wie beispielsweise E-Learning und Wissensmanagement stehen im immer engeren Zusammenhang mit der Personalentwicklung (DGFP, 2008). Nach Kerres (2001) sind unter E-Learning alle Formen von Lernen zu verstehen, bei denen elektronische oder digitale Medien für die Präsentation und Distribution von Lernmaterialien und/oder zur Unterstützung zwischenmenschlicher Kommunikation zum Einsatz kommen. Der Begriff Wissensmanagement hingegen wird in der Literatur nicht genau definiert, es gibt viele verschiedene Begriffsbestimmungen, aber keine einheitliche und verbindliche Definition. Brücher (2004) definiert Wissensmanagement beispielsweise als die Handhabung von Wissen. Wissensmanagement wird als Komplex von Steuerungsaufgaben verstanden, welche alle Prozesse, Methoden und Strukturen einer Organisation umfasst, die sich mit Wissen befassen. Aufgrund einer fehlenden Relevanz für den Schwerpunkt dieser Arbeit, soll an dieser Stelle eine kurze Definition genügen.

Weiterhin steckt ein großes Potential in virtuellen sozialen Netzwerken für das Human Resource Management. Viele Unternehmen posten beispielsweise ihre freien Stellen und erreichen neben hochqualifizierten Fach- und Führungskräften auch Jobsuchende, die nicht aktiv auf der Suche sind, aber offen für neue berufliche Herausforderungen sind. Große Unternehmen wie beispielsweise Bertelsmann und die Otto Gruppe machen von diesen umfassenden Funktionen bereits Gebrauch (Gartner, 2007).

Im weiteren Verlauf der Arbeit werden mögliche Anwendungsmöglichkeiten der virtuellen sozialen Netzwerke für das Human Resource Management aufgezeigt. Virtuelle soziale Netzwerke können beispielsweise in den Bereichen der Personalbeschaffung, Personalentwicklung und Personalauswahl von großem Interesse sein. So können virtuelle soziale Netzwerke beispielsweise im Bereich der Personalbeschaffung die Kosten der Personalbeschaffung senken. In einigen Fällen werden personelle Unterdeckungen durch den Einsatz von Headhuntern behoben. Headhunter kommen meist dann zum Einsatz, wenn eigene Kontakte fehlen, um offene Stellen zu besetzen. Sie sind im weiteren Sinne Personalberater, die geeignete Mitarbeiter für das Unternehmen identifizieren (Nicolai, 2009). So kann der kostenintensive Einsatz von Headhuntern

beispielsweise durch ein selbstständiges Recherchieren nach geeigneten Mitarbeitern in virtuellen sozialen Netzwerken entfallen. Darüber hinaus können virtuelle soziale Netzwerke auch im Bereich der Personalentwicklung Vorteile für das Human Resource Management bieten. So kann beispielsweise im Bereich der Personalentwicklung in einem Unternehmen ein internes virtuelles soziales Netzwerk eingeführt werden. Zugriff auf dieses virtuelle soziale Netzwerk erhalten nur Mitarbeiter dieses bestimmten Unternehmens. In diesem sozialen Netzwerk registrieren sich alle Mitarbeiter und fertigen Profile an, welche beispielsweise allgemeine und persönliche Informationen, wie Werdegang und Interessen enthalten. Zudem können die Mitarbeiter ihren individuellen Personalentwicklungsbedarf angeben. Die Personalentwicklung hat nun die Möglichkeit anhand der Profile und den persönlichen Angaben zum Entwicklungsbedarf, beispielsweise fehlende Entwicklungsmaßnahmen, zu analysieren und durch gezielte Schulungsmaßnahmen zu kompensieren (Orzel, 2010). Ein weiterer möglicher nutzenbringender Einsatz ist beispielsweise im Wissensmanagement zu finden. Wikis und unternehmensinterne Blogs können helfen Wissen zu erhalten. Darüber hinaus finden sich auch im E-Learning und in der betrieblichen Aus- und Weiterbildung verschiedene Anwendungsmöglichkeiten (DGFP, 2008). Eine Form dabei kann das Blended Learning darstellen, welches die Vorteile von Präsenzveranstaltungen und E-Learning so miteinander kombiniert, dass die jeweiligen Vorteile verstärkt und die Nachteile kompensiert werden. „Blended Learning ist ein integriertes Lernkonzept, das die heute verfügbaren Möglichkeiten der Vernetzung über Internet oder Intranet in Verbindung mit klassischen Lernmethoden und -medien in einem sinnvollen Lernarrangement optimal nutzt. Es ermöglicht Lernen, Kommunizieren, Informieren und Wissensmanagement, losgelöst von Ort und Zeit in Kombination mit Erfahrungsaustausch, Rollenspiel und persönlichen Begegnungen im klassischen Präsenztraining“ (Sauter & Bender, 2004, S. 93). Aber nicht nur die gängigen Web 2.0 Anwendungen wie Wikis und Blogs ergänzen das E-Learning Instrumentarium, vielmehr wird der Fokus verstärkt auf den Aufbau von Learning Communities gelegt. Learning Communities sind virtuelle soziale Netzwerke, die den Lernenden unterstützen (DGFP, 2008).

Virtuelle soziale Netzwerke können zudem bei der Personalauswahl als wertvolle Entscheidungshilfe dienen. Sie bieten möglicherweise Zugang zu

einstellungsrelevanten Daten, die Standardbewerbungen nicht offen legen. Man kann so beispielsweise zusätzliche Informationen im Vorfeld einholen. Diese zusätzlichen Informationen können unter Umständen die Personalauswahl erleichtern. Durch eine solche Frühaufklärung kann beispielsweise die Anzahl der Fehleinstellungen minimiert werden, da das Wissen über die Bewerber verbessert werden kann. Zudem kann eine frühzeitige Recherche zu einer Kostenersparnis führen, da die Personalauswahl effektiver erfolgen kann. Dies kann insgesamt auch zu einer Zeitersparnis führen. Ein Nachteil kann jedoch sein, dass eine Person beispielsweise ein Profil manipuliert, um die Chancen gezielt zu verbessern. Darüber hinaus wird denjenigen Personen, die negativ in virtuellen sozialen Netzwerken auffallen, möglicherweise keine Chance gegeben, den entstandenen Negativeindruck zu widerlegen. So kann es insgesamt dazu kommen, dass versteckte Talente oder Personen mit einem überdurchschnittlichen Potential übersehen werden und von vornherein aussortiert werden. Anzumerken bleibt, dass dieses Risiko allerdings auch bei einer klassischen Bewerberauswahl besteht (Orzel, 2010).

2.5 Virtuelle soziale Netzwerke - Beurteilung

Das folgende Kapitel basiert auf der Forschungsarbeit *Nutzbarkeit virtueller sozialer Netzwerke für die Personalauswahl* (Orzel, 2010). Diese Arbeit untersuchte nach zuvor festgelegten Kriterien, zehn virtuelle soziale Netzwerke auf die Nutzbarkeit für die Personalauswahl. Die Beurteilung der virtuellen sozialen Netzwerke dient in diesem Zusammenhang der Arbeit als theoretische Grundlage. Für den Verlauf der Arbeit werden insgesamt drei der zehn untersuchten virtuellen sozialen Netzwerke für die vorliegende Arbeit übernommen. Es handelt sich dabei um die virtuellen sozialen Netzwerke XING, Facebook und StudiVZ. Die Auswahl der drei virtuellen sozialen Netzwerke erfolgte aufgrund einer bestehenden Registrierung in den virtuellen sozialen Netzwerken durch die Testpersonen der folgenden Untersuchung. In diesem Kapitel sollen zunächst die wesentlichen Ergebnisse der Forschungsarbeit *Nutzbarkeit virtueller sozialer Netzwerke für die Personalauswahl* im Vordergrund stehen. Anzumerken ist, dass das virtuelle soziale Netzwerke StudiVZ ein eigenständiges Kapitel gewidmet wurde. Der Grund hierfür liegt darin, dass alle Testpersonen über

eine Registrierung in diesem virtuellen sozialen Netzwerk verfügen und infolgedessen eine besondere Berücksichtigung angemessen erscheint.

2.5.1 Kriterien zur Beurteilung von virtuellen sozialen Netzwerken

Um virtuelle soziale Netzwerke für das Human Resource Management angemessen beurteilen zu können, müssen Kriterien zu deren Beurteilung aufgestellt werden. Anhand dieser Kriterien kann dann überprüft werden, inwieweit die virtuellen sozialen Netzwerke tatsächlich für das Human Resource Management geeignet sind. Der Kriterienkatalog, der in der Forschungsarbeit *Nutzbarkeit virtueller sozialer Netzwerke für die Personalauswahl* ermittelt wurde, beinhaltet folgende vier Kriterien: Relevanz der Daten, Aufwand/ Nutzen, Umfang der Daten und Bedienbarkeit (Orzel, 2010). Im weiteren Verlauf der Arbeit wird der Kriterienkatalog beschrieben.

Das erste Kriterium „Relevanz der Daten“ soll die Frage klären, inwieweit die angegebenen Daten für das Human Resource Management von Bedeutung sind. Im engeren Sinne bedeutet das, wenn die angegebenen Daten viel über die Person eines Bewerbers/ Mitarbeiters aussagen, sind diese Daten für das Human Resource Management besonders relevant.

Das Kriterium „Aufwand/ Nutzen“ soll den Vergleich zwischen Aufwand und Nutzen untersuchen. Dieses Kriterium soll die Frage beantworten, inwieweit es sich lohnt, mit einem bestimmten virtuellen sozialen Netzwerk zu arbeiten. Hier soll untersucht werden, welchen Nutzen ein bestimmtes soziales Netzwerk generiert, beispielsweise viele relevante Informationen und Daten oder nicht. Im Vergleich dazu steht der Aufwand. Hier soll untersucht werden, wie groß der Aufwand ist, um an die interessierenden Informationen zu gelangen. Gibt es beispielsweise Grundgebühren, Registrierungsvoraussetzungen oder eingeschränkte Profile, so ist der Aufwand eher hoch zu bewerten. In solchen Fällen muss die Frage geklärt werden, ob der Nutzen groß genug ist, damit sich ein größerer Aufwand lohnt.

Das Kriterium „Umfang der Daten“ spielt bei der Bewertung von virtuellen sozialen Netzwerken für das Human Resource Management eine entscheidende Rolle. Dieses Kriterium sagt aus, ob das untersuchte Netzwerk weitere Möglichkeiten bietet, um eine Persönlichkeit umfangreicher zu beschreiben, beispielsweise durch Fotos und Pinnwand usw. Wenn die Personalauswahl mehrere Möglichkeiten hat, Daten über eine Persönlichkeit einzuholen, kann eine Persönlichkeit besser erfasst werden und so kommt es seltener zu Fehleinschätzungen.

Unter dem Kriterium „Bedienbarkeit“ soll im weiteren Verlauf der Arbeit die Einfachheit und die Übersichtlichkeit eines virtuellen sozialen Netzwerks überprüft werden. Eine einfache Bedienbarkeit muss gegeben sein, damit alle Mitarbeiter des Human Resource Managements selbstständig mit dem virtuellen sozialen Netzwerk arbeiten können. Zudem reduziert eine einfache Bedienbarkeit den Suchaufwand.

Zusätzlich zu den Kriterien der Forschungsarbeit (Orzel, 2010) wurde in diesem Zusammenhang die Kriterienauswahl um das Kriterium Struktur erweitert. Der Grund hierfür war, dass eine umfassendere und tiefere Beurteilung in Rahmen dieser Arbeit verfolgt wurde.

Das Kriterium „Struktur“ soll die Frage beantworten, inwieweit eine strukturimmanente Logik vorliegt. Darüber hinaus soll dieses Kriterium beschreiben, ob ein Hineindenken in die Struktur möglich ist. Zusammenfassend soll unter diesem Kriterium geprüft werden, ob die Struktur des virtuellen sozialen Netzwerks ersichtlich und nachvollziehbar erscheint.

Zusammengefasst bildet der Kriterienkatalog somit folgende fünf Kriterien:

- Relevanz der Daten
- Aufwand/ Nutzen
- Umfang der Daten
- Bedienbarkeit
- Struktur

Anhand dieser fünf Kriterien werden nun die drei virtuellen sozialen Netzwerke auf die Nutzbarkeit für das Human Resource Management überprüft.

2.5.2 XING

XING ist ein globales Business-Netzwerk, das über 8 Millionen Geschäftsleute und Berufstätige nutzen. XING bietet eine Internetplattform, auf der geschäftliche und private Kontakte verwaltet werden können. Unter dem Namen OpenBC wurde XING 2003 von Lars Hinrichs gegründet (XING, 2009). Abbildung 5 zeigt ein Ausschnitt eines Profils bei XING.

The screenshot shows a XING profile page. At the top left is the XING logo. To its right are navigation icons for messages (1) and contacts (0). A search bar contains the text 'Suche nach Name, Firma etc.'. Below this is a dark green navigation bar with links: Start, Suche, Nachrichten, Kontakte, Gruppen, Events, Jobs, Unternehmen, Best Offers. The main profile area features a profile picture of a man in a suit, his name 'Finanzmanager', and a 'Notizen' section with a 'Notiz anlegen' button. Below the photo are tabs for 'Businessdaten', 'Bestätigte Kontakte (1)', 'Über mich', 'Gästebuch', and 'Applikationen'. The 'Persönliches' section includes 'Ich biete' (Experte für Baufinanzierungen, staatliche Förderungen, Geldanlage, Altersvorsorge, Absicherungen) and 'Berufserfahrung' (Finanzmanager, Inhaber, Direktor, etc.). The 'Status' is 'Unternehmer' and 'Ausbildung' is 'Deutsch'. On the right sidebar, there are buttons for 'Als Kontakt hinzufügen' and 'Nachricht schreiben', a section 'Warum ich auf XING bin' with bullet points, 'Einstellungen' (Datenfreigabe bearbeiten), 'Optionen' (Person merken, Standort ze, Route zeigen, Profil meld), 'Bestätigte Kontakte: 1', and 'Statistiken von' (Premium-Mitglied).

Abbildung 5: Ausschnitt eines XING Profils (XING, 2009).

Zum Kriterium Relevanz der Daten lässt sich Folgendes feststellen. Da es sich bei XING um ein Business Netzwerk handelt, steht hier in der Regel der geschäftliche Austausch im Vordergrund. Dies spiegelt sich auch in den Profilen wider. So werden bei XING häufig nur geschäftliche Informationen veröffentlicht. Ein Zugriff auf private Informationen ist nicht möglich. Die Profile bei XING ähneln einem Lebenslauf, sodass an dieser Stelle auch nur diese Art von Information abzurufen ist. Insgesamt ist die Relevanz der Daten im mittleren Bereich einzuordnen. XING stellt Daten auf einer seriösen Plattform zur Verfügung, welche aber keine umfassenden Rückschlüsse auf die Persönlichkeit

zulassen. Jedoch reichen die Informationen aus, um einen ersten geschäftlichen Eindruck zu gewinnen.

Das Kriterium Aufwand/ Nutzen lässt sich wie folgt beschreiben. Um den angebotenen Service wahrnehmen zu können, muss vorab eine Anmeldung erfolgen. XING bietet dabei zwei Arten von Mitgliedschaften an, eine kostenpflichtige Premium-Mitgliedschaft und eine kostenlose Basis-Mitgliedschaft. Bei der kostenpflichtigen Premium-Mitgliedschaft fallen monatliche Kosten in Höhe von 4,95 € und mehr an. Die monatlichen Kosten richten sich in diesem Zusammenhang je nach Service, der genutzt werden möchte, beispielsweise der persönliche und sichere Kontakt mit Mitgliedern (XING, 2009). Die kostenlose Basis-Mitgliedschaft ist aufgrund ihrer eingeschränkten Möglichkeiten insgesamt nicht für das Human Resource Management geeignet. Jedoch genügt diese kostenlose Basis-Mitgliedschaft, um die einzelnen Profile einzusehen. Werden überwiegend geschäftliche Kontakte und geschäftliche Informationen über eine Person benötigt, liefert XING gute Unterstützung. Werden hingegen anderweitige Informationen benötigt, beispielsweise zur Persönlichkeit, ist XING ungeeignet. Der Nutzen richtet sich danach, welche Daten insgesamt benötigt werden. Werden überwiegend berufliche Informationen benötigt, so ist der Nutzen insgesamt als groß zu bewerten. Werden nur berufliche Informationen aus dem Profil benötigt, so ist der Erhebungsaufwand gering.

Da sich der Umfang der Informationen größtenteils nur auf geschäftliche Informationen bezieht, sind die Informationen unvollständig. Persönliche Informationen, die beispielsweise eine Persönlichkeitseinschätzung zulassen könnten, können nicht abgerufen werden. So handelt es sich bei XING insgesamt nur um Teilinformationen.

Das Kriterium Bedienbarkeit ist durchwegs als positiv zu beurteilen. XING ist übersichtlich und einfach gestaltet. Die einzelnen Funktionen sind anschaulich aufgeführt. Zudem bietet XING in der Rubrik Hilfe & Kontakt Abhilfe bei eventuellen Schwierigkeiten.

Die Struktur ist aufgrund der lebenslaufähnlichen Gestaltung der Profile ersichtlich und nachvollziehbar.

2.5.3 Facebook

Facebook wurde im Februar 2004 von Mark Zuckerberg und den Co-Gründern Dustin Moskovitz und Chris Hughes an der Harvard University erstmals online gestellt. "Facebook's mission is to give people the power to share and make the world more open and connected. Millions of people use Facebook everyday to keep up with friends, upload an unlimited number of photos, share links and videos, and learn more about the people they meet" (Facebook, 2009). Im Januar 2009 hatte Facebook nach eigenen Angaben bereits 150 Millionen User weltweit und rund die Hälfte der User nutzen Facebook jeden Tag (Facebook, 2009). Abbildung 6 zeigt einen Ausschnitt eines Facebook Profils.

The image shows a screenshot of Barack Obama's Facebook profile page. At the top, there is a navigation bar with the Facebook logo and links for 'Startseite', 'Profil', 'Freunde', 'Postfach', and 'Einstellungen'. Below this, a message states: 'Seiten sind jetzt mehr wie Profile.' followed by a short explanation. The main profile section features a large profile picture of Barack Obama in a suit and tie, with the URL 'WWW.WHITEHOUSE.GOV' below it. To the right of the photo, the name 'Barack Obama' is displayed with a 'Befürworter werden' button. Below the name are tabs for 'Nachrichtenfluß', 'Pinnwand', 'Info', 'Veranstaltung', and 'YouTube Box'. The 'Info' tab is selected, showing 'Allgemeine Informationen' and 'Aktueller Arbeitsplatz'. The 'Aktueller Arbeitsplatz' section lists 'Amt: President of the United States'. The 'Detailierte Informationen' section lists various details: 'Webseite' (three URLs), 'Geschlecht: Männlich', 'Beziehungsstatus: Verheiratet mit Michelle Obama', 'Geburtsdag: 4. August 1961', 'Religiöse Ansichten: Christian', 'Interessen: Basketball, writing, spending time w/ kids', 'Lieblingsmusik: Miles Davis, John Coltrane, Bob Dylan, Stevie Wonder, Johann Sebastian Bach (cello suites), and The Fugees', 'Lieblingsfilme: Casablanca, Godfather I & II, Lawrence of Arabia and One Flew Over the Cuckoo's Nest', 'Lieblingsbücher: Song of Solomon (Toni Morrison), Moby Dick, Shakespeare's Tragedies, Parting the Waters, Gilead (Robinson), Self-Reliance (Emerson), The Bible, Lincoln's Collected Writings', 'Lieblingsserien: Sportscenter', 'Lieblingszitate: "The Arc of the moral universe is long, but it bends towards justice." (MLK)', and 'Berufliche Angaben' with 'Stellung: President of the United States'. On the left side, there are buttons for 'Befürworter werden' and 'Aktualisierungen anzeigen', and a text box stating 'President Barack Obama is the 44th President of the United States of America.' Below this is an 'Informationen' section with 'Aktueller Arbeitsplatz' and 'Amt: President of the United States'.

Abbildung 6: Ausschnitt eines Facebook Profils (Facebook, 2009).

Aufgrund der umfassenden persönlichen und beruflichen Angaben in einem Facebook Profil ist die Relevanz der Daten insgesamt hoch. In den detaillierten Informationen werden beispielsweise Interessen, religiöse Ansichten und persönliche Daten offengelegt. Somit kann mit den persönlichen Angaben beispielsweise auch eine Persönlichkeit beschrieben werden. Zudem findet sich unter berufliche Angaben der berufliche Werdegang. Insgesamt werden in der Regel vielfältige Informationen auf dieser Plattform preisgegeben, die insgesamt eine hohe Relevanz für das Human Resource Management darstellen.

Das Kriterium Aufwand/ Nutzen lässt sich wie folgt beschreiben, um ein Profil uneingeschränkt einzusehen, muss eine Anmeldung und eine Freundschaftsbestätigung erfolgen. Ohne eine Freundschaftsbestätigung ist der Zugriff auf ein Profil eingeschränkt bzw. nicht möglich. Der Nutzer kann somit durch das Bestätigen bzw. Ablehnen der Freundschaftseinladung selbst bestimmen, wer auf seine Informationen Zugriff erhält. Orzel (2010) untersuchte in einer Stichprobe, ob ein Zugriff auf ein Facebook Profil auch ohne eine bestehende Freundschaft/ persönliche Verbindung möglich ist. Bei einem Stichprobenumfang von $n = 20$ wurde folgendes Ergebnis ermittelt. Von den zwanzig versendeten Freundschaftseinladungen wurden zwei Freundschaftseinladungen bestätigt. Achtzehn Freundschaftseinladungen wurden nicht bestätigt. So ergibt sich insgesamt eine relative Wahrscheinlichkeit bei Zugriff auf ein gesperrtes Profil von 0,1. Zusammengefasst zeigt diese Untersuchung, dass es durchaus möglich ist, Zugriff auf ein gesperrtes Facebook Profil auch ohne eine bestehende Freundschaft/ persönliche Verbindung zu erhalten. Jedoch ist die Wahrscheinlichkeit gering. Auch wenn Facebook viele relevante Daten enthält, ist der Aufwand, um an diese Informationen zu kommen, insgesamt hoch. Zudem ist der Nutzen aufgrund der Anzahl relevanter Daten hoch. Im Einzelfall sollte untersucht werden, ob sich dieser höhere Aufwand lohnt. Um jedoch schnell relevante Informationen über eine Person zu erhalten, eignet sich Facebook nicht.

Da Facebook eine Reihe von verschiedenen Möglichkeiten bietet, Informationen über eine Person zu erhalten, ist der Umfang der Daten als sehr gut zu bewerten. Mit Hilfe von Fotos, Videos, Pinnwand und Freunde können viele persönliche Informationen erfasst werden. Auch berufliche Informationen werden in einem Facebook Profil offengelegt.

Die Bedienung ist im ersten Moment etwas unübersichtlich und kompliziert, aber nach mehrmaligen Arbeiten, fällt die Bedienung leicht.

Die Struktur ist insgesamt, ähnlich wie beim Business Netzwerk XING, aufgrund der lebenslaufähnlichen Gestaltung der Profile ersichtlich und nachvollziehbar.

2.6 StudiVZ als Beispiel

Da alle Testpersonen der folgenden Untersuchung in dem virtuellen sozialen Netzwerk StudiVZ registriert sind, findet StudiVZ an dieser Stelle in einem eigenen Kapitel besondere Berücksichtigung. Zunächst wird auch hier anhand der vorgegebenen Kriterien das virtuelle soziale Netzwerk StudiVZ in Bezug auf die Nutzbarkeit für das Human Resource Management untersucht. Anschließend erfolgt eine Detailanalyse. Hier wird der Aufbau eines StudiVZ Profil umfassend erläutert. Im weiteren Verlauf der Arbeit wird die Aussagekraft eines StudiVZ Profils in Bezug auf die Persönlichkeit beschrieben. Anzumerken sei wiederum, dass das folgende Kapitel auf Orzel (2010) beruht.

Gegründet wurde StudiVZ im Oktober 2005 von Ehssan Dariani und Dennis Bemann in Berlin. Ein halbes Jahr später schloss sich Michael Brehm an (StudiVZ, 2006). Die Plattform hat folgende Ziele: „Ziel dieses Projektes ist es, die Netzwerkkultur an europäischen Hochschulen zu fördern, die Anonymität an den Hochschulen zu senken und eine intuitiv bedienbare Plattform zu bieten, auf der sich Studierende sowie studentische Initiativen kostenlos zu überwiegend lokalen Campusthemen organisieren und austauschen können“ (StudiVZ, 2009). Im Februar 2007 folgte SchülerVZ, eine Plattform speziell für Schüler. Ein Jahr später entstand die dritte Plattform MeinVZ, eine Plattform ohne spezielle Zielgruppen. Die Plattformen StudiVZ und MeinVZ wurden dabei logisch miteinander verbunden. Die VZ-Netzwerke mit den drei Plattformen StudiVZ, SchülerVZ und MeinVZ stellen nach eigenen Angaben das größte und aktivste soziale Netzwerk im deutschsprachigen Raum dar und zählen über 15 Millionen registrierte Mitglieder (iq marketing, 2009). Diese Plattform bietet viele Informationen, allgemeiner und auch persönlicher Art (vgl. Abbildung 7).



[Barack als Freund hinzufügen](#)

[Barack ist auf 31 Fotos verlinkt](#)

[Baracks Fotoalben \(2\)](#)

[Alle Freunde von Barack](#)

[Barack eine Nachricht schicken](#)

[Barack gruscheln](#)

[Barack Freunden zeigen](#)

[Barack melden / ignorieren](#)

Fotoalben

Barack hat 2 Alben.



Gemeinsame Freunde

Du hast keine gemeinsamen Freunde mit Barack

Verbindung

Keine Verbindung gefunden

Information

Account

Name: Barack Obama
 Verzeichnis: 
 Mitglied seit: 24.03.2009
 Letztes Update: 24.09.2009

Allgemeines

Region: Washington, D.C.
 Status: im Berufsleben
 Geschlecht: männlich
 Geburtstag: 04.08.1961 (48)

Persönliches

Auf der Suche nach: netten Leuten, Partys, Was sich eben ergibt
 Beziehungsstatus: verheiratet
 Interessen: basketball, pokern, kochen, meine familie, tanzen
 Clubs, Vereine: Das Weiße Haus
 Musikgeschmack: rap, R&B, country, old, cheesey love songs from 1965
 Lieblingsbücher: Song of Solomon, The Audacity of Hope: Thoughts on reclaiming the American Dream
 Lieblingsfilme: Casablanca, Lawrence of Arabia, The Godfather 1 2
 Lieblingszitat: Yes we can!

Karriere

01/2009 bis heute

Firma: Die Vereinigten Staaten von Amerika
 Position: Präsident
 Tätigkeiten: viele viele viele

01/2005 bis 11/2008

Firma: Bundesstaat Illinois
 Position: US-Senator

Abbildung 7: Ausschnitt eines StudiVZ Profils (StudiVZ, 2009).

Ein StudiVZ Profil enthält neben umfassenden persönlichen Angaben auch beruflichen Angaben. Da die angegebenen Informationen beispielsweise Hinweise auf eine Persönlichkeit geben können, sind die Daten insgesamt als relevant zu betrachten. Zudem können einstellungsrelevante Informationen abgefragt werden.

Der Aufwand, die Informationen zu beschaffen, bewegt sich im mittleren Bereich. Auch wenn eine kostenlose Anmeldung den Zugang frei schaltet und keine Überprüfung des Status erfolgt, können Schwierigkeiten auftreten. Der Grund hierfür ist, dass einige Profile nur eingeschränkt sichtbar sind. Diese eingeschränkten Profile werden erst nach einer Freundschaftsbestätigung voll sichtbar. Da keine Zahlen vorliegen, die beschreiben, wie viele StudiVZ Profile eingeschränkt oder voll abrufbar sind, hat Orzel (2010) im Rahmen der Forschungsarbeit eine Stichprobe vorgenommen. Untersuchungsanlass war, die Häufigkeit von eingeschränkten und uneingeschränkten Profilen im StudiVZ zu ermitteln. So ergaben sich bei einem Stichprobenumfang von $n = 20$, sieben uneingeschränkte Profile und dreizehn eingeschränkte Profile. Damit ergibt sich eine relative Wahrscheinlichkeit bei uneingeschränkten Profilen von 0,35 und eine relative Wahrscheinlichkeit bei eingeschränkten Profilen von 0,65. Insgesamt lässt sich also feststellen, dass mit einer höheren Wahrscheinlichkeit eingeschränkte Profile im StudiVZ vorliegen und somit die Informationsaufnahme erschwert wird. Der Aufwand lässt sich dadurch im mittleren Bereich einordnen, wobei der Nutzen aufgrund der umfassenden Daten hoch ist.

Der Umfang der Daten ist hervorragend. StudiVZ bietet viele Möglichkeiten Informationen über einen Bewerber/ Mitarbeiter zu erlangen. Mit Hilfe von Fotos, Pinnwandeinträgen und dem Freundeskreis können beispielsweise viele persönliche Informationen erfasst werden.

Die Bedienung insgesamt ist leicht verständlich und übersichtlich. Alle wesentlichen Informationen finden sich in dem Profil wieder.

Die Struktur ist insgesamt aufgrund der lebenslaufähnlichen Gestaltung der Profile wiederum ersichtlich und nachvollziehbar. Positiv in diesem Zusammenhang hervorzuheben ist, dass alle relevanten Informationen auf einer Seite wiedergegeben werden. So finden sich beispielsweise die Pinnwand und Gruppen direkt im unteren Bereich des Profils. Informationen über Freunde und Fotos werden unter dem Profilfoto aufgeführt.

2.6.1 StudiVZ - Detailanalyse

Im weiteren Verlauf dieser Arbeit wird das virtuelle soziale Netzwerk StudiVZ umfassend und detailliert auf die Nutzbarkeit für das Human Resource Management überprüft. Ein StudiVZ-Profil kann grob in drei Teile gegliedert werden. Am Anfang stehen die allgemeinen Daten (Account, Allgemeines, Kontakt) (vgl. Abbildung 8). Diese werden anschließend ergänzt durch persönliche Daten (Persönliches, Arbeit), abschließend sind die übrigen Daten (Fotos, Gruppen, Freunde und Pinnwand) zu nennen.

STUDIVERZEICHNIS suche einladen hilfe klartext boutique einstieg raus hier

Verbindung
Keine gefunden

Information

Account
Name: [redacted]
Mitglied seit: 28.11.2005
Letztes Update: 02.02.2007

Allgemeines [bearbeiten]
Hochschule: [redacted]
Status: [redacted]
Geschlecht: männlich
Studienrichtung: Wirtschaftswissenschaft / BWL / VWL , Medienwissenschaft / Journalismus

Geburtstag: [redacted]
Heimatland: [redacted]
Heimatstadt: [redacted]
Letzte Schule: [redacted]

Kontakt [bearbeiten]
Ort: [redacted]
Land: Deutschland

Persönliches [bearbeiten]
Auf der Suche nach: netten Leuten, Parties, Dating, was sich eben ergibt
Beziehungsstatus: Romanze
Politische Richtung: liberal
Interessen: Medien, Politisierung & Clubbing
Clubs, Vereine: [redacted]
Musikgeschmack: Rock, House, Jazz
Lieblingsbücher: A Streetcar Named Desire
Lieblingsfilme: Beautiful Thing, Dead Poets Society
Lieblingszitat: Wer liebt, riskiert zu leiden - wer nicht liebt, leidet schon.

Arbeit [bearbeiten]
Art des Jobs: [redacted]
Firma: [redacted]
Was er da macht: [redacted]
Bisherige Karriere: [redacted]

Freunde (gleiche Hochschule)
[redacted]

Andere Hochschulen

Lehrveranstaltungen [bearbeiten]

Annotations:
a) Circle around Account, Allgemeines, and Kontakt sections.
b) Circle around Persönliches and Arbeit sections.

Abbildung 8: Allgemeine und persönliche Daten im StudiVZ Profil (StudiVZ, 2009).

Ein Profil beginnt mit den allgemeinen Daten. Ähnlich wie in einem Lebenslauf befinden sich neben einem Profildfoto, der Name, Geburtstag, Studiengang, Hochschule etc. und die Kontaktdaten (vgl. Abbildung 8, Markierung a). Im Ganzen sind die allgemeinen Daten für die Personalauswahl eher uninteressant, da diese Daten bereits in der Bewerbung oder der Personalakte vorliegen. Man kann diese Daten allenfalls überprüfen und Unstimmigkeiten selbstständig aufklären.

Unter dem Punkt persönliche Daten finden sich zusammengefasst Angaben über Musikgeschmack, Lieblingsbücher, Beziehungsstatus, Interessen, Clubs, Vereine, Lieblingszitate etc. Außerdem werden Informationen über die Arbeit aufgezeigt (vgl. Abbildung 8, Markierung b). Das Human Resource Management erhält mit Hilfe dieser Daten bereits einen umfassenden Eindruck. Nicht zu vernachlässigen ist, dass ein Profil Informationen preisgibt, die in einem persönlichen Gespräch nicht oder nur ungenügend eingeholt werden können, da es sich beispielsweise um unzulässige Fragen handelt, wie politische Einstellung, Beziehungsstatus etc. Zwar verspricht StudiVZ einen besseren Datenschutz, um einen Missbrauch der Daten zu verhindern, jedoch liegt es in den meisten Fällen in der Hand der StudiVZ-Nutzer, wie viel sie selbst preisgeben. So war es Ziel einer Kampagne von StudiVZ, die Nutzer über Datensicherheit aufzuklären. StudiVZ Nutzer haben die Möglichkeit für eine gewisse Sicherheit zu sorgen, indem sie ihre Profile nur für Freunde sichtbar machen oder ein Pseudonym verwenden etc. Es zeigt sich jedoch, dass viele Nutzer mit ihren Daten leichtsinnig umgehen. Es ist häufig einfach, brisante Informationen über Nutzer zu erlangen (Free, 2009). Unter dem Punkt persönliche Interessen erhält ein Human Resource Mitarbeiter einen Eindruck über die Interessen einer Person, sowie über Vorlieben und Einstellungen. Oftmals werden Hobbys/ Interessen in einer Bewerbung verheimlicht, da hier ein hohes Risiko bestehen könnte (Tauchen, Klettern, Reiten usw.), stattdessen werden sozial erwünschte Interessen, wie beispielsweise Lesen, Joggen und Reisen genannt. Diese Angaben kann man mittels StudiVZ einfach überprüfen. Ein weiterer Punkt ist die Angabe von Zitaten. Hier ist es leicht die Einstellung des Bewerbers/ der Person gegenüber seiner Umwelt zu analysieren. Es kann sich beispielsweise um einen lebenslustigen Menschen handeln: „Mir scheint, die wichtigste Redensart im Deutschen heißt: Spaß beiseite“ oder um einen ehrlichen Menschen: „Man

ist nie so lächerlich durch die Eigenschaften, die man besitzt, wie durch jene, die man zu haben vorgibt“. Festzuhalten ist, dass die verschiedenen Einstellungen für das Human Resource Management deshalb von Bedeutung sind, weil festgestellt werden soll, ob die Person beispielsweise zur Unternehmenskultur oder zur Stelle passt.

Abschließend und auch für das Human Resource Management eine weitere Quelle der Eindrucksgewinnung sind die übrigen Daten, wie Fotos, Gruppen, Freunde und die Pinnwand (vgl. Abbildung 9).

The screenshot shows a profile page with the following sections:

- Andere Hochschulen**: A list of universities with counts in parentheses.

RWTH Aachen (3)	Uni Rostock (1)
HS Anhalt (1)	Uni Saarbrücken (1)
FU Berlin (6)	HTW Saarbrücken (1)
HU Berlin (10)	Uni Siegen (1)
TU Berlin (2)	Uni Trier (1)
TFH Berlin (1)	Uni Tübingen (1)
FHTW Berlin (1)	
FHW Berlin (2)	
- Lehrveranstaltungen [bearbeiten]**: A section with the text "Keine".
- Gruppen [bearbeiten]**: A list of groups:
 - FORUMHSG
 - Bernd Stromberg AG
 - Liedermacher - Fans: Gruschel mich!
 - Richard Feynman
 - Webpreneure
- Pinnwand**: A section titled "Zeige 10 von 36 Einträgen" with a link "Etwas schreiben | Alle sehen". It contains a message from a user (LMU München) dated 07.04.2007 at 22:01 Uhr. The message text is:

(\./)
(. .)
(□□)
wünsche dir eine herzliche und echt hasige Osterzeit und ein voll sonniges WE... viel Spaß beim Eier suchen ;D
LG Anca

Abbildung 9: Pinnwand, Gruppen, Freunde im StudivZ Profil (StudiVZ, 2009).

Da StudivZ eine Plattform für Studierende darstellt und viele Studierende später Führungsrollen übernehmen, sind bestimmte Kompetenzen von besonderer Bedeutung. Auch für das Human Resource Management spielen Kompetenzen eine wichtige Rolle. Das Kompetenzprofil ist hierbei ein besonders nützliches Hilfsmittel. Es gibt Auskunft darüber, welche Merkmale, Eigenschaften und Fähigkeiten der Bewerber konkret mitbringen sollte. Insgesamt gibt es fünf Kompetenzbereiche. Diese Kompetenzbereiche umschließen die Fachkompetenz, die Methodenkompetenz, die Sozialkompetenz, die Persönlichkeitskompetenz

und weitere Kompetenzen. Unter Fachkompetenz wird in diesem Zusammenhang fachliches Wissen bezeichnet. Unter Methodenkompetenz sind Techniken und Methoden zu verstehen, die den Einsatz der fachlichen Kompetenzen unterstützen. Die Sozialkompetenz ist die Fähigkeit, sich seinem Umfeld gegenüber angemessen zu verhalten. Die Persönlichkeitskompetenz meint hingegen sich selbst richtig einschätzen zu können und ein realistisches Bild von sich zu haben. Die fünfte Kompetenz, weitere Kompetenz, beschreibt ergänzend beispielsweise die unternehmerische Kompetenz, die Führungskompetenz, die interkulturelle Kompetenz (Kolb, 2008). Leider kann ein StudiVZ Profil nicht alle Kompetenzen einer Person abbilden. Jedoch können teilweise Rückschlüsse auf die soziale Kompetenz und auf die Persönlichkeitskompetenz gezogen werden. So kann die Anzahl der Freunde ein Indiz für Extraversion oder Introversi-on sein. Jedoch bleibt hier die Beziehungsintensität offen. Vielleicht handelt es sich bei einer hohen Anzahl von Freunden um flüchtige Bekanntschaften, die in der Realität nicht zu seinem tatsächlich engen Freundeskreis gezählt werden. Werden dann die Freunde eines Profils genauer betrachtet, zeigt sich das persönliche Umfeld. Hat eine Person beispielsweise viele jüngere und ältere Freunde, so kann dies möglicherweise zeigen, dass diese Person mit allen Altersschichten gut auskommt und umgehen kann. Hat die Person Freunde im Ausland oder deutschlandweit, oder schlichtweg nur in seiner Heimatstadt, kann das unter gewissen Umständen die Reisebereitschaft oder auch Internationalität widerspiegeln, aber auch Gebunden- oder Ungebundenheit aufzeigen. Ist eine Person offen für Neues oder bevorzugt Bekanntes? Freundschaften, die im Ausland oder deutschlandweit bestehen, können zeigen wie schnell die Person in ungewohnten Situationen offen für Freundschaften ist und verschiedene Kulturen toleriert und akzeptiert. Eine wichtige Kompetenz ist der Umgang mit verschiedenen Kulturen. Fällt es leicht, Netzwerke weltweit aufzubauen, profitiert vermutlich ein Unternehmen davon. Hat eine Person hingegen nur Freunde in seiner Heimat, dann kann das zeigen, dass er lieber das gewohnte Umfeld vorzieht und sich hier sicher fühlt. Die Analyse der Freunde ist deshalb ein wichtiger Aspekt, weil Freunde auch etwas über eine Person aussagen können. Nicht zu vernachlässigen ist aber auch, dass Freunde den Umgang mit sich selbst in gewissen Maß preisgeben. Bevor jedoch in der Praxis weitreichende Schlüsse gezogen werden, müsste zunächst in einer Studie geprüft werden,

welche tatsächlichen Zusammenhänge zwischen Informationen in StudiVZ und Bewerbermerkmalen bestehen. Hier können lediglich erste Überlegungen vorgestellt werden.

Darüber hinaus können Fotos und Pinnwandeinträge eine Extraversion bzw. Introversion bestätigen. Viele Fotos mit Freunden oder Gegenteiliges können über dieses Persönlichkeitsmerkmal Aufschluss geben. Fotos können aber auch Gepflogenheiten, Umgangsformen und den Umgang mit Alkohol darlegen.

Ein weiterer wichtiger Punkt zur Eindrucksgewinnung stellt die Pinnwand dar (vgl. Abbildung 10). Sie gibt Informationen über die Kommunikativität der Person und unter Umständen den Beziehungsstatus zu den einzelnen Freunden.

Pinnwand

Zeige 10 von **51 Einträgen** [Etwas schreiben](#) | [Alle sehen](#)

 
am 25.01.2007 um 16:03 Uhr

Hey... Wolte zum einen mal Hallo sagen, außerdem wollte ich noch los werden, dass ich nix mit dem Eintrag vor mir zu tun hab... Hab kein Plan, was das soll, aber wenn ich jetzt schonmal hier bin, hinterlass ich dir natürlich auch paar liebe Grüße aus Karlsruhe!

[\[Nachricht \]](#)

 
am 25.01.2007 um 13:55 Uhr

Hallo Janine!
Uli fühlt sich so allein. Warum schaust Du nicht mal bei seinem Profil vorbei?

Seine Profilnummer lautet: 
kopiere sie in die Adresszeile Deines Browsers anstelle der angezeigten Nummer.



[\[Nachricht \]](#)

Abbildung 10: StudiVZ Pinnwand (StudiVZ, 2009).

Außerdem können Sprachgebrauch, Orthographie und Verbindlichkeit geprüft werden. Inwieweit hat die Person regelmäßigen Kontakt zu seinen Freunden bzw. antwortet er auf Einträge und wie ist das Verhältnis zueinander? Insgesamt deutet ein Profil, welches viele Informationen offen legt, eher auf eine offene und extrovertierte Persönlichkeit hin.

2.6.2 Die Aussagekraft eines StudiVZ Profils über die Persönlichkeit

Mitarbeiter des Human Resource Managements möchten möglichst relevante Informationen über einen Bewerber/ Mitarbeiter erheben, um deren Persönlichkeit bestmöglich einschätzen zu können. Das Fünf-Faktorenmodell der Persönlichkeit ist ein weit verbreitetes Persönlichkeitsmodell. Inwieweit ein StudiVZ Profil eine umfassende Persönlichkeitsbeschreibung wiedergeben kann, wird anhand des Fünf-Faktorenmodells überprüft. Bei den fünf Faktoren handelt es sich um (Fehr, 2006):

- Offenheit für Erfahrung, Kreativität, Beweglichkeit, Neugier vs. Konservatismus, Beharrlichkeit, Tradition, Unbeweglichkeit
- Gewissenhaftigkeit vs. Nachlässigkeit, Lockerheit
- Extraversion vs. Introversion
- Anpassung, Kooperation, Konformität, Verträglichkeit vs. Konkurrenz, Reaktivität, Antagonismus
- Neurotizismus vs. Belastbarkeit.

Ein StudiVZ Profil kann im gewissen Maß die Offenheit für Erfahrungen, Neugier und Kreativität aufzeigen. Ein Indiz dafür könnten viele Freunde im Ausland oder eindeutige Fotos, wie beispielsweise der erste Bungy-Sprung, Auslandsreisen allein, Rucksackreisen o.ä. sein.

Die Gewissenhaftigkeit lässt sich anhand eines StudiVZ Profils hingegen nur schwer feststellen. Nur im Zusammenhang mit bereits vorliegenden Daten, wie beispielsweise eines Lebenslaufs, können die Genauigkeit und die Sorgfältigkeit geprüft werden. Zusätzlich kann die Orthographie Rückschlüsse auf Ge-

nauigkeit und Sorgfältigkeit zulassen. Jedoch ist diese Eigenschaft nur eingeschränkt über ein StudiVZ Profil messbar.

Der dritte Faktor die Extraversion kann vermutlich durch ein StudiVZ Profil gemessen werden. Die Pinnwand, Fotos und Freunde sind nur einige Mittel um diese Eigenschaft zu belegen bzw. widerlegen. So spricht eine große Anzahl an Freunden eher für eine Extraversion, wobei die Intensität der Beziehung an dieser Stelle nicht geklärt werden kann. Wenige Freunde hingegen kann eine Introversion aufzeigen. Ein weiteres Beispiel sind Pinnwandeinträge. Viele Pinnwandeinträge von verschiedenen Personen sprechen für viele Beziehungen zu Menschen und somit eher für Extraversion. Auch Fotos können Hinweise geben. Sind viele Fotos mit Freunden zu finden, kann dies auch eher von einer Extraversion sprechen.

Die Anpassung, Kooperation, Konformität und Verträglichkeit lässt durch ein StudiVZ Profil nur schwer analysieren. Hier kann möglicherweise eine subjektive Einschätzung in Bezug auf die Verträglichkeit gemacht werden. Damit ist gemeint, wie die Person mit seinen Freunden umgeht. Ein Indiz dafür kann die Pinnwand geben, ist der Umgang zueinander freundlich oder nicht. Wirkt die Person auf den Fotos insgesamt verträglich und freundlich? Es handelt sich hierbei jedoch nur um vage Einschätzungen.

Der letzte Faktor die Belastbarkeit kann in diesem Zusammenhang durch ein StudiVZ Profil nicht identifiziert werden. Lediglich durch Pinnwandeinträge können Aufschlüsse darüber zugelassen werden, sofern daraus Reaktionen auf besonders belastende Ereignisse erkennbar werden.

Insgesamt lässt sich jedoch anmerken, dass das StudiVZ Profil zwar umfassende Informationen bietet und deshalb Rückschlüsse auf eine Persönlichkeit zulässt, jedoch aber nicht alle wesentlichen Eigenschaften aufdeckt, die für eine angemessene Persönlichkeitseinschätzung erforderlich sind.

3 Methodik

Im Kapitel zuvor wurde deutlich, dass ein StudiVZ Profil nicht alle Persönlichkeitseigenschaften vollständig aufdecken kann. Zusätzlich blieb die Frage der Nutzbarkeit für das Human Resource Management weitgehend unbeantwortet. Auch wenn virtuelle soziale Netzwerke gewisse Persönlichkeitseigenschaften abbilden können, konnte die Nutzbarkeit der virtuellen sozialen Netzwerke nicht eindeutig ermittelt werden. An dieser Stelle wird deutlich, dass zusätzlicher Forschungsbedarf besteht. Weil auch die Literatur derzeit noch keine überzeugende Antwort auf die Frage findet, wird im weiteren Verlauf dieser Arbeit eine weitere Untersuchung durchgeführt.

Das folgende Kapitel befasst sich mit den Untersuchungsgrundlagen. Zuerst wird die Forschungsfrage erläutert. Es folgt dann eine Beschreibung der Testpersonen. Anschließend erfolgt eine detaillierte Beschreibung der Untersuchungsmethode.

3.1 Forschungsfrage

Da derzeit in der Literatur nur wenig aussagekräftige Untersuchungen über die vorliegende Problematik zu finden sind, besteht Forschungsbedarf. Die folgende Untersuchung versucht ein Teil dieser Lücke zu schließen. Leider handelte es sich jedoch bei der folgenden Untersuchung aufgrund fehlender finanzieller und zeitlicher Ressourcen um keine repräsentative Untersuchung. Auch wenn es sich nicht um eine repräsentative Untersuchung handelt, konnte die folgende Untersuchung dennoch wichtige Erkenntnisse in Bezug auf die Nutzbarkeit von virtuellen sozialen Netzwerken für das Human Resource Management liefern. So stellt die Untersuchung beispielsweise erste Überlegungen vor, die als Grundlage für eine repräsentative Studie genutzt werden kann.

Insgesamt befasst sich die Forschungsfrage der folgenden Untersuchung damit, inwieweit virtuelle soziale Netzwerke für das Human Resource Management von Nutzen sind. In diesem Zusammenhang wurden dabei folgende zwei Fragen beantwortet, die insgesamt zu der Erkenntnis der Nutzbarkeit virtueller sozialer Netzwerke für das Human Resource Management führen sollten. Bei den zwei Fragen handelte es sich um: Kann mit Hilfe von virtuellen sozialen

Netzwerken ein Lebenslauf rekonstruiert werden? Kann mit Hilfe von virtuellen sozialen Netzwerken eine Persönlichkeit eingeschätzt werden?

Anzumerken ist, dass hier lediglich erste Überlegungen vorgestellt werden und weitreichende Schlüsse in der Praxis zunächst in einer repräsentativen Studie abgesichert werden sollten.

3.2 Testpersonen

Die Frage, wie die Autorin an die Testpersonen gekommen ist, beantwortet sich wie folgt. Der Erstprüfer dieser Arbeit, Herr Prof. Dr. Sven Litzcke, ist Dozent der Lehrveranstaltung Human Resource Management an der Hochschule Hannover. Er behandelt in seiner Lehrveranstaltung u.a. die Thematik der Berufseignungsdiagnostik. Im Rahmen der Berufseignungsdiagnostik wurde auch auf psychologische Tests eingegangen. Im Zusammenhang damit sind die Studenten/innen dieser Lehrveranstaltung an den Dozenten mit der Bitte einer Durchführung eines psychologischen Tests herangetreten. Da die Durchführung eines Persönlichkeitstests Inhalt dieser Untersuchung ist, stellte die Autorin den Untersuchungsanlass und das Vorgehen im Plenum dar. Alle neun Studenten/innen der Lehrveranstaltung erklärten sich bereit an der Untersuchung teilzunehmen. Als Gegenleistung bot die Autorin die Durchführung und Auswertung eines psychologischen Persönlichkeitstests an. Bei den Testpersonen handelte es sich um fünf weibliche und vier männliche Testpersonen. Die Testpersonen sind in einem Alter zwischen 22 und 33 Jahre.

Die Testpersonen bewegen sich in folgenden virtuellen sozialen Netzwerken. Alle neun Testpersonen verfügen über ein Profil in dem virtuellen sozialen Netzwerk StudiVZ. Drei der insgesamt neun Testpersonen sind zusätzlich in dem virtuellen sozialen Netzwerk Facebook registriert. Lediglich eine Testperson ist neben einer Registrierung in StudiVZ und Facebook auch im Business Netzwerk XING registriert.

Drei der neun Testpersonen sind schon seit 2006 in einem der untersuchten virtuellen sozialen Netzwerke registriert. Fünf Testpersonen sind seit 2007 in einem der untersuchten virtuellen sozialen Netzwerke registriert. Eine Testperson nutzt erst seit Januar 2008 eines der untersuchten virtuellen sozialen

Netzwerke. Zusammenfassend kann aufgeführt werden, dass die Profile aller Testpersonen zum Zeitpunkt der Untersuchung bereits mindestens zwei Jahre existierten und genutzt wurden.

Um zusätzlich die Aktualität der virtuellen sozialen Netzwerke der Testpersonen zu beschreiben, gelten folgende Angaben. Die Aktualität wurde anhand der Accountinformationen, die im Profil angegeben sind, ermittelt. Drei der insgesamt neun Profile wurden bereits schon im Januar 2010 aktualisiert. Wiederum drei der insgesamt neun Profile wurden im Dezember 2009 und zwei im November 2009 aktualisiert. Lediglich ein Profil wurde das letzte Mal im April 2009 aktualisiert. Insgesamt lies sich also feststellen, dass im Groben die Profile der Testpersonen in den virtuellen sozialen Netzwerken aktuell waren, es wurde nur ein Ausreißer identifiziert.

3.3 Versuchsan

Grundlage für die vorliegende Untersuchung stellten die Profile in den verschiedenen sozialen Netzwerken dar. Bei den verschiedenen virtuellen sozialen Netzwerken handelte es sich um XING, StudiVZ und Facebook. Diese virtuellen sozialen Netzwerke wurden ausgewählt, da die Testpersonen in diesen virtuellen sozialen Netzwerken registriert sind.

Um die Nutzbarkeit virtueller sozialer Netzwerke für das Human Resource Management zu identifizieren, wurden innerhalb der Untersuchung zwei verschiedene und voneinander unabhängige Methoden durchgeführt. Diese beiden Methoden wurden gewählt um eine möglichst umfassende Erkenntnis über die Nutzbarkeit virtueller sozialer Netzwerke für das Human Resource Management zu erlangen. Zum einen wurde der Fokus auf die Einschätzung der Persönlichkeit anhand der Profile in virtuellen sozialen Netzwerken gelegt und zum anderen wurde mit Hilfe der Profile versucht, einen Lebenslauf zu rekonstruieren. Abbildung 11 zeigt den Versuchsaufbau der Untersuchung.

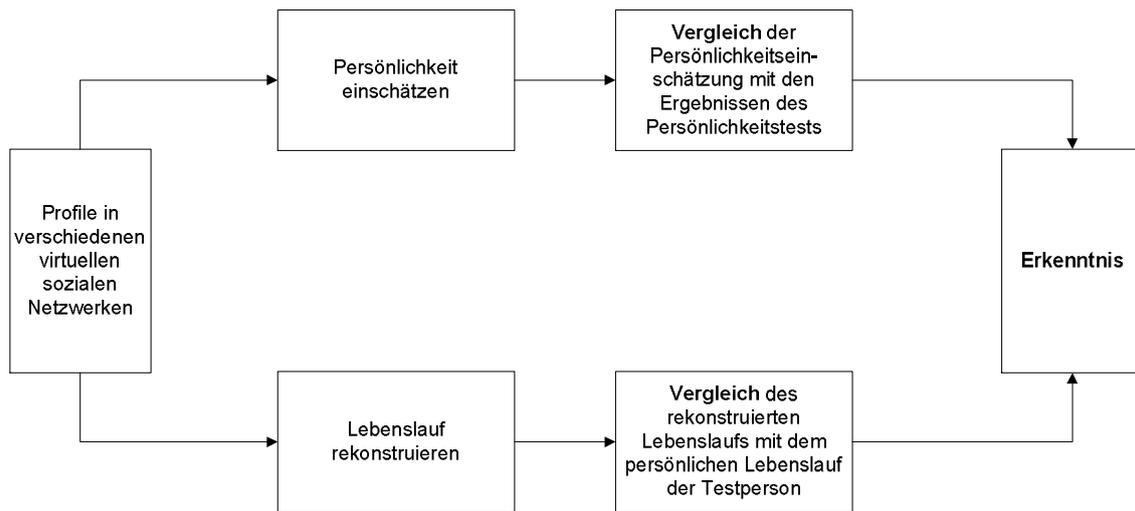


Abbildung 11: Versuchsaufbau (eigene Darstellung).

Das Human Resource Management verfolgt beispielsweise in einem Auswahlgespräch das Ziel, möglichst viel über einen Bewerber zu erfahren. Dazu zählt neben einstellungsrelevanten Daten auch das Erfassen der Persönlichkeit der Bewerber. Die einstellungsrelevanten Daten sind in der Regel in einem Lebenslauf aufgeführt. Deshalb wurde mit Hilfe der virtuellen sozialen Netzwerke eine Rekonstruktion der Lebensläufe angestrebt. Die Persönlichkeit hingegen wurde subjektiv durch die Autorin anhand der Angaben in den virtuellen sozialen Netzwerken eingeschätzt und dann anhand eines Persönlichkeitstests überprüft.

In der folgenden Arbeit werden Versuchsaufbau und Methodik erläutert. Die Grundlage der folgenden Untersuchung stellten die Profile in den verschiedenen virtuellen sozialen Netzwerken dar. Anhand dieser verschiedenen virtuellen sozialen Netzwerke wurde zunächst die jeweilige Persönlichkeit einer Testperson eingeschätzt. Die Einschätzung der Persönlichkeit der neun Testpersonen erfolgte durch die Autorin. Dabei handelte es sich um eine subjektive Einschätzung, also eine Einschätzung, die von persönlichen Gefühlen und Meinungen beeinflusst wird. Die Persönlichkeitseinschätzung erfolgte anhand der fünf Faktoren, Extraversion, Offenheit für Erfahrung, Verträglichkeit, Neurotizismus und Gewissenhaftigkeit (Fehr, 2006). Die Persönlichkeitseinschätzung wurde mittels einer vorgefertigten Mustervorlage durchgeführt (vgl. Abbildung 12). Eine Merkmalsausprägung von 1 Prozent bedeutet in diesem Zusammenhang, dass das Merkmal nicht nachgewiesen werden kann. Eine

Merkmalausprägung von 50 Prozent dagegen beschreibt eine Merkmalausprägung, die nicht eindeutig bestimmbar ist. Eine Merkmalausprägung von 100 Prozent wurde demnach als das eindeutige Vorhandensein des Persönlichkeitsmerkmals aufgefasst. Anzumerken ist jedoch noch, dass die Persönlichkeitseinschätzung nur eine Tendenz der Ausprägung in Bezug auf das Persönlichkeitsmerkmal darstellt. Mit Hilfe der Mustervorlage sollten für alle Persönlichkeitseinschätzungen gleiche Rahmenbedingungen geschaffen werden, um eine bessere Vergleichbarkeit zu gewährleisten.

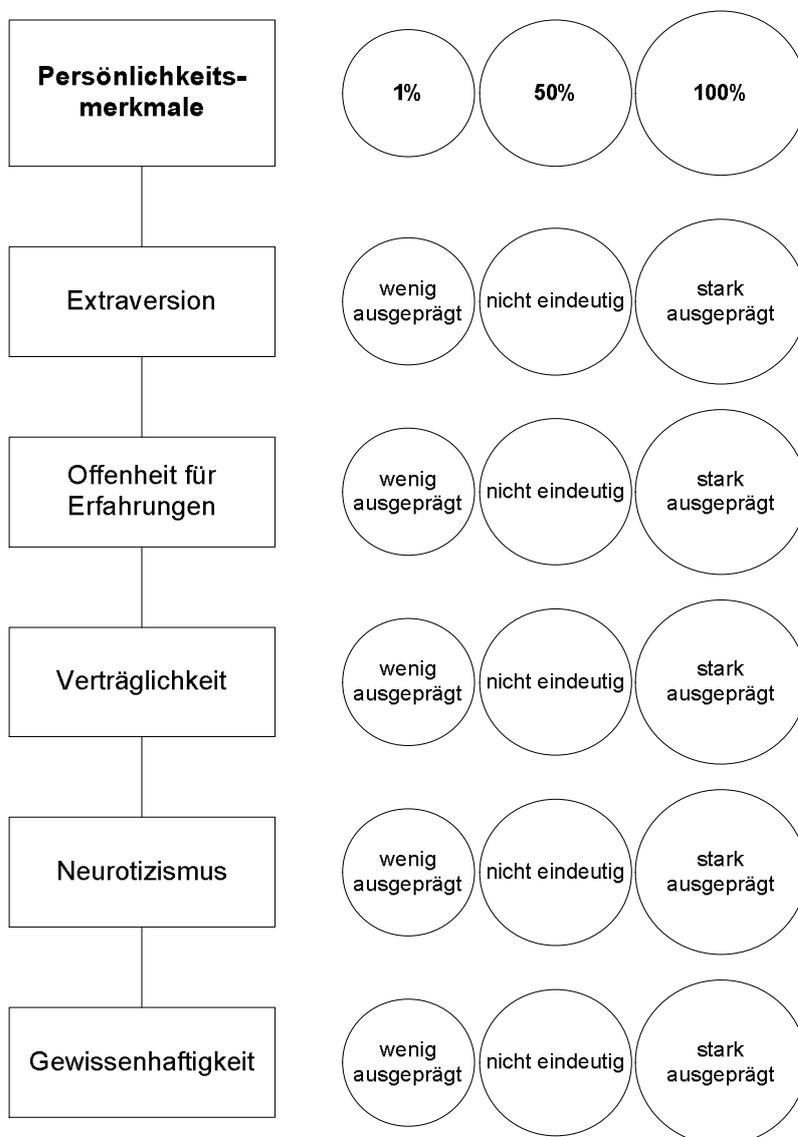


Abbildung 12: Mustervorlage Persönlichkeitseinschätzung (eigene Darstellung).

Im vorigen Kapitel wurde bereits die Aussagekraft eines StudiVZ Profils in Bezug auf die Persönlichkeitseinschätzung beschrieben. Die wesentlichen Erkenntnisse stellten hier die Grundlage für die Einschätzung der Persönlichkeitsausprägung der verschiedenen Profile dar. Im Groben erfolgte die Persönlichkeitseinschätzung anhand der Informationen über Freunde, Fotos und Pinnwand. Da an dieser Stelle nur die Methode erläutert wird, werden die wesentlichen Ergebnisse im nächsten Kapitel dargestellt.

Nachdem eine subjektive Einschätzung der Persönlichkeit erfolgte, wurde ein Persönlichkeitstest durchgeführt. Bei dem Persönlichkeitstest handelte es sich um das NEO-Fünf-Faktoren-Inventar nach Costa und McCrae. Dieser Persönlichkeitstest basiert auf einem Strukturmodell der Persönlichkeit, welches zwar nicht umstritten ist, jedoch im Vergleich zu anderen Strukturmodellen die größte empirische Unterstützung erfährt (Goldberg, 1993). Die NEO Bezeichnung geht auf frühere Versionen zurück, in denen zunächst nur die drei Merkmalsbereiche Neurotizismus, Extraversion und Offenheit für Erfahrungen untersucht wurden. Mittlerweile wurde der Persönlichkeitstest um die Merkmalsbereiche Verträglichkeit und Gewissenhaftigkeit erweitert (Fiedler, 2007).

Bei dem NEO-Fünf-Faktoren-Modell-Inventar handelt es sich um ein faktorenanalytisch konstruiertes Fragebogenverfahren, welches der Erfassung individueller Merkmalsausprägungen im Bereich Neurotizismus, Extraversion, Offenheit für Erfahrungen, Verträglichkeit und Gewissenhaftigkeit dient. Insgesamt beinhaltet der Persönlichkeitstest sechzig Fragen. Davon beziehen sich zwölf Fragen auf die jeweiligen Merkmalsbereiche (Borkenau & Osterdorf, 2008).

Eine hohe Ausprägung des Persönlichkeitsmerkmals *Neurotizismus* deutet auf eine emotionale Labilität hin. Personen mit einer hohen Ausprägung haben oft Sorgen und sind oft erschüttert, betroffen und beschämt. Eine geringe Ausprägung des Persönlichkeitsmerkmals Neurotizismus deutet hingegen auf eine emotionale Stabilität hin. Personen mit einer geringen Ausprägung sind ausgeglichen und können gut mit Stress umgehen. Eine hohe Ausprägung des Persönlichkeitsmerkmals *Extraversion* deutet auf eine gesellige und gesprächige Person, die sich in Gruppen und auf gesellschaftlichen Versammlungen besonders wohl fühlt. Eine geringe Ausprägung des Persönlichkeitsmerkmals Extraversion deutet dagegen auf eine eher zurückhaltende Persönlichkeit, die eher den

Wunsch verspürt alleine zu sein. Eine hohe Ausprägung des Persönlichkeitsmerkmals *Offenheit für Erfahrungen* beschreibt einen wissensbegierigen und experimentierfreudigen Menschen. Eine geringe Ausprägung dieses Persönlichkeitsmerkmals hingegen beschreibt einen Menschen, der eher konservative Einstellungen und Bekanntes gegenüber dem Neuen vorzieht. Das Persönlichkeitsmerkmal *Verträglichkeit* beschreibt in einer hohen Ausprägung Menschen, die anderen Menschen mit Verständnis und Wohlwollen begegnen. Sie sind bemüht anderen zu helfen und besitzen ein starkes Harmoniebedürfnis. Personen, die eine geringe Ausprägung des Persönlichkeitsmerkmals *Verträglichkeit* aufweisen, kämpfen um ihre eigenen Interessen und sind eher misstrauisch gegenüber Absichten anderer Menschen. Das letzte Persönlichkeitsmerkmal, die *Gewissenhaftigkeit*, deutet in einer hohen Ausprägung auf einen zielstrebigem, ehrgeizigen und willensstarken Menschen hin, die geringe Ausprägung dieses Persönlichkeitsmerkmals hingegen beschreibt einen eher nachlässigen und gleichgültigen Menschen (Borkenau & Osterdorf, 2008).

Nachdem sich jeder der Testpersonen diesem Persönlichkeitstest unterzog, wurden die jeweiligen Merkmalsausprägungen mit der subjektiven Persönlichkeitseinschätzung durch die Autorin verglichen. Die Ergebnisse werden im nächsten Kapitel erläutert.

Nun erfolgt die Darstellung der zweiten Methode zur Erfassung der Nutzbarkeit von virtuellen sozialen Netzwerken für das Human Resource Management. Die zweite Methode der vorliegenden Untersuchung analysierte, inwieweit es möglich ist, mit Hilfe eines Profils in einem virtuellen sozialen Netzwerk einen Lebenslauf zu rekonstruieren. Ein Lebenslauf listet die wichtigsten individuellen Daten einer Person auf und wird in den meisten Fällen in tabellarischer Form dargestellt.

Da die Profile in den virtuellen sozialen Netzwerken in der Regel über umfassende allgemeine und persönliche Daten verfügen, sollte mit Hilfe dieser Daten überprüft werden, ob eine Rekonstruierbarkeit eines Lebenslaufs möglich ist. So wurde die Frage dahingehend untersucht, wie viele relevante Daten ein Profil in virtuellen sozialen Netzwerken für das Human Resource Management offenlegt. Eine Rekonstruktion eines Lebenslaufs mit Hilfe von virtuellen sozialen Netzwerken wurde angestrebt, um grundsätzlich zu überprüfen, wie viele

wichtige und individuelle Daten einer Person für das Human Resource Management abgebildet werden können. Für die folgende Arbeit wurde ein Lebenslauf mit folgendem Aufbau als Grundlage für die Rekonstruierbarkeit festgelegt (vgl. Abbildung 13).

Name:

Persönliche Daten

Name:	
Geburtstag:	
Geburtsort:	
Wohnort:	
E-Mail:	
Telefon:	
Staatsangehörigkeit:	
Familienstand:	

/25

Studium/ Berufsausbildung/ Schulbildung

	Studium
	evtl. Berufsausbildung
	letzte Schule

/25

Praktika/ Berufserfahrung

	evtl. Berufserfahrung
	evtl. Praktika

/25

Besondere Kenntnisse

Interessen:	
EDV-Kenntnisse:	
Sprachkenntnisse:	

/25

Gesamtpunktzahl:...../100

Abbildung 13: Mustervorlage Rekonstruktion Lebenslauf (eigene Darstellung).

Die Mustervorlage zur Rekonstruktion eines Lebenslaufs wurde in vier Teile gegliedert: persönliche Daten, Studium/ Berufsausbildung/ Schulbildung, Praktika/ Berufserfahrung und besondere Kenntnisse. Diese Darstellung wurde gewählt, da sie eine einfachere Vergleichbarkeit zwischen den verschiedenen Rekonstruktionen bietet. Der Punkt persönliche Daten enthält alle Informationen über eine Person. Der Punkt Studium/ Berufsausbildung/ Schulbildung wurde an dieser Stelle zusammengefasst, weil die Ausbildung insgesamt aufgezeigt werden sollte. Da nicht jede Testperson über eine Berufsausbildung verfügt, wurde eine fehlende Berufsausbildung bei der Berechnung der Rekonstruierbarkeit berücksichtigt. Darüber hinaus war die Bewertung der schulischen Ausbildung eher unproblematisch. Jede Testperson weist mindestens zwei Formen (Studium und Schulausbildung) der Ausbildung auf. Da es sich bei den Testpersonen um Studenten/innen der Hochschule Hannover handelt, wurde im Lebenslauf der Punkt Studium erwähnt. Desweiteren gilt dasselbe für die Schulbildung. Die Hochschule Hannover (2009) legt fest, dass die Berechtigung zum Studium durch die allgemeine Hochschulreife, die fachgebundene Hochschulreife, die Fachhochschulreife, die bestandene Immaturenprüfung oder eine vom Kultusministerium als gleichwertig anerkannte Vorbildung nachgewiesen werden muss. So besteht bei allen Testpersonen eine schulische Vorbildung. Unter dem Punkt Praktika/ Berufserfahrung wurde die berufliche Qualifikation dargestellt. Da nicht jede Testperson über berufliche Qualifikationen verfügt, fand dieses Faktum bei der Berechnung der Rekonstruierbarkeit wiederum Berücksichtigung. Der Punkt Praktika/ Berufsausbildung wurde vollständigkeitshalber an dieser Stelle in dem Lebenslauf aufgeführt. Der letzte Punkt, die besonderen Kenntnisse, beinhalten die Interessen, EDV-Kenntnisse und die Sprachkenntnisse. Die Berücksichtigung der Kenntnisausprägung, beispielsweise Grundkenntnisse in Englisch, blieb an dieser Stelle unberücksichtigt. Ein wesentlicher Grund hierfür war, die durchgängige Unvollständigkeit der Information in den Profilen. Darüber hinaus wird nicht bei allen Arten des Lebenslaufes die Angabe der Kenntnisausprägung aufgeführt. Die Mustervorlage wurde im weiteren Verlauf mit Hilfe der Profile gefüllt und anschließend bewertet. Die vier jeweiligen Kategorien wurden anschließend anhand einer Punktbewertung in Bezug auf die Vollständigkeit bewertet (vgl. Tabelle 1).

Vollständigkeit je Kategorie	Punkte
Alle Daten sind vorhanden.	25
Mehr als die Hälfte der Daten sind vorhanden.	18,75
Die Hälfte der Daten sind vorhanden.	12,5
Weniger als die Hälfte der Daten sind vorhanden.	6,25
Keine Daten sind vorhanden.	0

Tabelle 1 : Punktetabelle zur Bewertung des Lebenslaufs (eigene Darstellung).

Insgesamt wurden maximal fünfundzwanzig Punkte pro Kategorie vergeben. Da es vier Kategorien gibt, konnten maximal hundert Punkte erreicht werden. Die Bestimmung der Punktebewertung gewichtete also die vier Kategorien mit dem gleichen Prozentsatz von je fünfundzwanzig Prozent.

Die volle Punktzahl war nur dann zu erreichen, wenn die jeweilige Kategorie vollständig (Daten = 100 Prozent) abgebildet werden konnte. Die weiteren Abstufungen waren, wenn mehr als die Hälfte der Daten vorhanden sind, also mehr als fünfzig Prozent der Daten (Daten > 50 Prozent), genau die Hälfte der Daten (Daten = 50 Prozent), weniger als die Hälfte der Daten (Daten < 50 Prozent) und keine Daten vorhanden (Daten = 0 Prozent).

Die Kategorien persönliche Daten und besondere Kenntnisse konnten durch die oben genannte Punktebewertung relativ einfach gemessen werden. Eine Erschwernis ergab sich bei den Kategorien Studium/ Berufsausbildung/ Schulbildung und Praktika/ Berufserfahrung. Hier gab es kein Raster, an dem die Angaben gemessen werden konnten, da jede Testpersonen beispielsweise über eine unterschiedliche Anzahl von Praktika verfügt. Diese beiden Kategorien wurden somit subjektiv auf die Vollständigkeit der Daten eingeschätzt.

Anschließend wurden die jeweiligen Kategorien mit Hilfe der Punktetabelle bewertet und zusammengefasst. Es ergab sich somit eine Gesamtpunktzahl, die eine Gesamtbeurteilung zuließ (vgl. Tabelle 2).

Punkte	Gesamtbeurteilung
100	Der Lebenslauf lässt sich vollständig rekonstruieren.
ab 75	Der Lebenslauf lässt sich fast vollständig rekonstruieren.
ab 50	Der Lebenslauf lässt sich mehr als die Hälfte rekonstruieren.
ab 25	Der Lebenslauf lässt sich weniger als die Hälfte rekonstruieren.
0	Der Lebenslauf lässt sich nicht rekonstruieren.

Tabelle 2: Gesamtbeurteilung (eigene Darstellung).

Diese Gesamtpunktzahl zeigt zugleich den Prozentrang der Vollständigkeit der Daten auf. Diese Punktebewertung erfolgte zu jedem Profil und sollte somit eine Objektivität gewährleisten.

Im zweiten Schritt der Methode wurde von den Testpersonen ein persönlicher Lebenslauf angefertigt. Dieser persönlich angefertigte Lebenslauf wurde dann mit den Ergebnissen der Rekonstruktion verglichen. Es wurde überprüft welche Daten fehlten und welche Daten korrekt aus den Profilen der virtuellen sozialen Netzwerke ermittelt wurden. Die Erkenntnisse werden im nächsten Kapitel vorgestellt.

4 Ergebnisse

Dieses Kapitel hat die Darstellung und die Erläuterung der verschiedenen Untersuchungsergebnisse zum Inhalt.

Bevor jedoch die Ergebnisse in Bezug auf die Rekonstruktion der Lebensläufe und die Persönlichkeitseinschätzung bekannt gegeben werden, werden zunächst zusätzliche allgemeine Untersuchungsergebnisse aufgeführt. Mit Hilfe der Profile in den virtuellen sozialen Netzwerken konnten weitere nicht unwesentliche Ergebnisse für das Human Resource Management erzielt werden.

Zunächst wurde die *Nutzung der virtuellen sozialen Netzwerke* der Testpersonen analysiert. Die neun Testpersonen sind alle in dem virtuellen sozialen Netzwerk StudiVZ registriert. Nur drei der neun Testpersonen sind zusätzlich in Facebook registriert und nur eine Testperson verfügt über ein Profil bei dem Business Netzwerk XING. Auch wenn die neun Testpersonen nur eine kleine Stichprobe ergeben, ist zu erkennen, dass im Rahmen dieser Stichprobe StudiVZ durchwegs genutzt wird und zudem größere Resonanz verspürt als Facebook und XING (vgl. Abbildung 14).

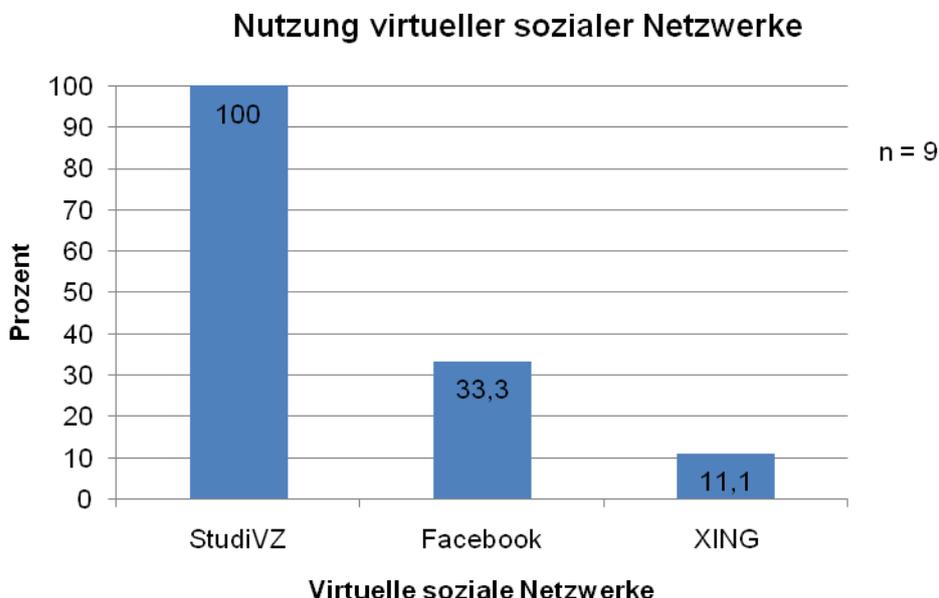


Abbildung 14: Nutzung virtueller sozialer Netzwerke (eigene Darstellung).

Die eindeutige Nutzung des virtuellen sozialen Netzwerkes StudiVZ kann unter Umständen ein Indiz für die Beliebtheit darstellen. Jedoch muss hier zusätzlich der Faktor aktive Nutzung berücksichtigt werden. Ein Vorhandensein eines Profils in einem virtuellen sozialen Netzwerk ist kein eindeutiges Merkmal, um die Beliebtheit eines virtuellen sozialen Netzwerks zu messen. Möglicherweise war der Grund für die Erstellung eines Profils in einem virtuellen sozialen Netzwerk die Tatsache, dass andere befreundete Personen der Testperson über ein Profil in diesem virtuellen sozialen Netzwerk verfügen. Um die Beliebtheit zu messen, müsste die aktive Nutzung der Testpersonen analysiert werden. Jedoch konnte die aktive Nutzung der Testpersonen in dieser Untersuchung nicht eindeutig gemessen werden. Zwar kann die Aktualität des Profils in den virtuellen sozialen Netzwerken einen gewissen Aufschluss darüber geben, wie aktiv ein virtuelles soziales Netzwerk genutzt wird, jedoch würde eine Befragung der Testpersonen aufschlussreichere Informationen bieten. Da es schon vielfältige Studien über die Beliebtheit von virtuellen sozialen Netzwerken gibt, wurde eine weiterführende Untersuchung im Rahmen dieser Arbeit nicht vorgenommen. Laut einer Erhebung des Marktforschungsinstituts Comscore (2009) zählt StudiVZ im dritten Quartal 2009 zu dem beliebtesten virtuellen sozialen Netzwerken in Deutschland. Das Ergebnis des Marktforschungsinstituts Comscore deckt sich somit mit dem hier erzielten Ergebnis. In diesem Zusammenhang kann als ein wesentliches Ergebnis für das Human Resource Management festgehalten werden, dass der Personenkreis der Studenten/innen in dem virtuellen sozialen Netzwerk StudiVZ häufiger registriert sind als beispielsweise in Facebook oder XING. Jedoch sollte dieser Zusammenhang in einer repräsentativen Untersuchung bestätigt werden.

Eine weitere Untersuchung beinhaltete die *Überprüfung des Zugriffs* auf die verschiedenen Profile in den virtuellen sozialen Netzwerken. Im engeren Sinne wurde an dieser Stelle untersucht, ob es sich um ein eingeschränktes oder uneingeschränktes Profil handelt. In Kapitel 2.6 wurde bereits eine stichprobenartige Untersuchung in Bezug auf die Häufigkeit von eingeschränkten und uneingeschränkten StudiVZ Profilen vorgestellt. Auch wenn es sich an dieser Stelle aufgrund des geringen Stichprobenumfangs und der Selektivität der Testpersonen wiederum um keine repräsentative Untersuchung handelt, wurde dies trotzdem zum Anlass genommen, die Testergebnisse in einer weiteren

Untersuchung zu bestätigen bzw. zu widerlegen. So wurden an dieser Stelle die StudiVZ Profile der Testpersonen auf die Häufigkeit von eingeschränkten bzw. uneingeschränkten Profilen untersucht. Es ergaben sich somit folgende Häufigkeiten. Von den neun Profilen waren zwei Profile uneingeschränkt und sieben Profile waren eingeschränkt einsehbar. Damit ergibt sich eine relative Wahrscheinlichkeit bei uneingeschränkten Profilen von 0,22 und eine relative Wahrscheinlichkeit bei eingeschränkten Profilen von 0,78. Somit liegen die ermittelten Wahrscheinlichkeiten in etwa bei den ermittelten Wahrscheinlichkeiten der vorigen Untersuchung mit dem Stichprobenumfang $n = 20$ (vgl. Abbildung 15).

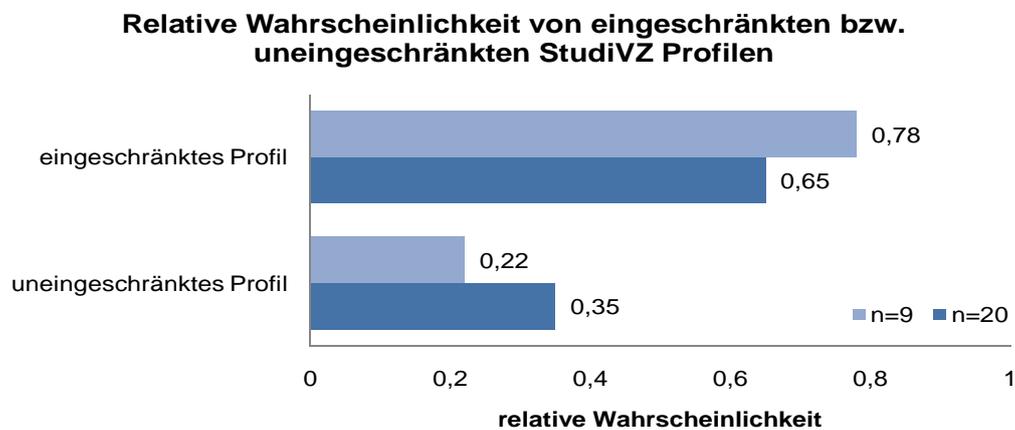


Abbildung 15: eingeschränkte/ uneingeschränkte StudiVZ Profile (eigene Darstellung).

Insgesamt lässt sich folgende Tendenz bestätigen: Es liegen mehr eingeschränkte StudiVZ Profile als uneingeschränkte vor. Trotzdem liefert die Anzahl der uneingeschränkten Profile ein erschreckendes Ergebnis. In den Medien wird vielfach die Gefahr des Missbrauchs von virtuellen sozialen Netzwerken kontrovers diskutiert. Im Oktober 2009 meldete beispielsweise der Spiegel online (2009), dass eine Vielzahl an Datensätzen, die illegal aus SchülerVZ kopiert wurden, dem Blog netzpolitik.org zugespielt wurden. In einer Studie des Fraunhofer Instituts für sichere Informationstechnologie (2008) wurde der Privatsphärenschutz in virtuellen sozialen Netzwerken untersucht. Die Studie

kam zu folgendem Ergebnis: Hinsichtlich des Privatsphärenschutzes konnte keiner der getesteten virtuellen sozialen Netzwerke überzeugen. Viele Plattformen sind nur in wenigen Punkten gut oder zeigen nur teilweise gute Ansätze zum Thema Privatsphärenschutz. Ein Grund hierfür ist beispielsweise, dass es keine oder nur geringe Bedingungen für die Aufnahme neuer Nutzer in den virtuellen sozialen Netzwerken gibt, um ein schnelles Wachstum hinsichtlich Nutzerzahlen zu erreichen (Frauenhofer Institut für sichere Informationstechnologie, 2008). So liegt es in den meisten Fällen in der Hand der Nutzer, die eigene Privatsphäre zu wahren. Auch wenn es derzeit viele Handlungsanweisungen zum Schutz der Privatsphäre gibt, gehen viele Nutzer von virtuellen sozialen Netzwerken leichtsinnig mit ihren persönlichen Daten um. Insgesamt profitiert das Human Resource Management bei der Informationsgewinnung davon, dass keine Zugriffsbarrieren oder häufig keine Einstellungen zur Wahrung der Privatsphäre vorgenommen werden. Erforderliche Informationen über einen Bewerber/ Mitarbeiter können somit ohne größeren Aufwand eingeholt werden. In der Studie Social Network Barometer wurde ermittelt, dass ein Großteil der Nutzer die Datenfreigabe einschränkt, jedoch aber mit dem richtigen Namen angemeldet ist (Geißler & Thomas, 2008) (vgl. Abbildung 16).

"In einigen Online-Netzwerken besteht die Möglichkeit, Teile der persönlichen Daten nur bestimmten Mitgliedern zugänglich zu machen. Nutzen Sie eine solche Funktion?"



"Sind Sie unter Ihrem richtigen Namen oder unter einem Phantasienamen/Kürzel angemeldet?"

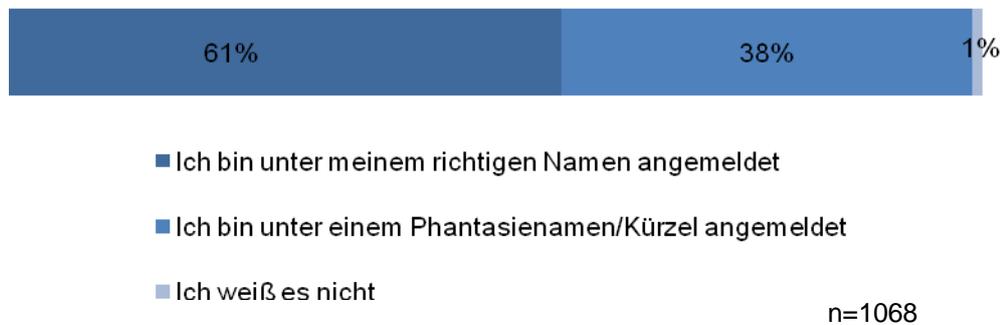


Abbildung 16: Ergebnisse der Studie über Datenfreigabe (Geißler & Thomas, 2008).

Ein weiterer wesentlicher Punkt zum Schutz der Privatsphäre und eine mögliche Barriere für das Human Resource Management kann die Verwendung von Pseudonymen darstellen. Pseudonyme können insgesamt dazu beitragen, dass die Personensuche erschwert wird. Somit stellt eine letzte vom Versuchsplan abweichende Untersuchung die Analyse der *Nutzung von Pseudonymen* der Testpersonen dar. Insgesamt vier der neun Testpersonen verwenden für ihre Profile Pseudonyme, wobei es sich in diesem Zusammenhang nicht eindeutig um Pseudonyme handelt. Diese vier Testpersonen haben lediglich den Nachnamen abgekürzt oder leicht verändert. Ein Pseudonym hingegen verfälscht in der Regel den vollständigen Namen. Die Vornamen waren bei allen Testpersonen wahrheitsgetreu wiedergegeben. Aufgrund der unvollständigen Namen wurde die Personensuche erschwert. Jedoch war es nach einer genaueren Recherche möglich die gesuchten Profile ausfindig zu machen. So konnte

beispielsweise mit Hilfe der Personensuche durch die Angabe der Hochschule Hannover die Personenmenge eingeschränkt werden. Zudem verhalten die Profile der fünf Testpersonen, die namentlich ohne Aufwand ermittelt werden konnten, bei der Ermittlung der Profile, die namentlich nicht wieder gefunden werden konnten. Ein Grund hierfür war, dass in den meisten Fällen eine Freundschaft zwischen den Testpersonen bestand. Virtuelle soziale Netzwerke funktionieren über solche Beziehungen zwischen Personen. Milgram (1967) stellte folgende These auf, jeder kennt jeden - über durchschnittlich sechs Ecken. Zusammengefasst haben die Nutzer zwar verschiedene Möglichkeiten den Zugriff auf ihr Profil zu erschweren, jedoch ist es in den meisten Fällen mit ein wenig Aufwand kein Problem sie zu identifizieren.

Nachdem einige allgemeine Untersuchungsergebnisse vorgestellt wurden, werden im nächsten Kapitel die Ergebnisse der beiden Methoden umfassen erläutert.

4.1 Rekonstruierbarkeit eines Lebenslaufs anhand eines Profils

Nachdem einige allgemeine Untersuchungsergebnisse vorgestellt wurden, folgt im weiteren Verlauf dieser Arbeit die Untersuchung analog zum Versuchsplan. In diesem Kapitel werden zunächst die Ergebnisse der ersten Methode, also das Rekonstruieren eines Lebenslaufs anhand der verschiedenen Profile in den virtuellen sozialen Netzwerken, vorgestellt. Grundlage für die Ermittlung der Ergebnisse stellte die Mustervorlage mit deren Punkteverteilung dar. Die Rekonstruktion erfolgte u.a. mit Hilfe der persönlichen und beruflichen Daten, die durch den Nutzer offengelegt wurden. Zudem konnte beispielsweise durch die Gruppenzugehörigkeit „Abi 02 - Friedrich List Gymnasium Hildesheim“ die letzte Schule ermittelt werden. Darüber hinaus gaben Fotos aufschlussreiche Informationen, beispielsweise in Bezug auf die Berufsausbildung. So wurde zwar keine berufliche Angabe über eine Berufsausbildung gemacht, jedoch wurde ein Foto identifiziert, welches die Übergabe des Abschlusszeugnisses in der IHK zeigt. Nachdem die Lebensläufe im ersten Schritt rekonstruiert wurden, wurde von

den Testpersonen ein eigenständiger Lebenslauf angefertigt. Dieser Lebenslauf wurde anschließend mit den Ergebnissen der rekonstruierten Lebensläufe verglichen. Abgesehen von kleinen Abweichungen lieferten die Profile in den virtuellen sozialen Netzwerken relevante Angaben, um einen Lebenslauf zu rekonstruieren. Da alle neun Testpersonen über teilweise unterschiedliche Profile in virtuellen sozialen Netzwerken verfügen, wurden erstmals alle verschiedenen Profile zur Rekonstruktion eines Lebenslaufs herangezogen. Der Anteil der Rekonstruierbarkeit der Lebensläufe mit Hilfe von virtuellen sozialen Netzwerken lag im Durchschnitt bei **57,6** Prozent, also bei mehr als der Hälfte. Es gab drei Ausreißer, der Rest bewegte sich knapp unter dem Durchschnitt (vgl. Tabelle 3).

Testperson	A	B	C	D	E	F	G	H	I
Rekonstruierbarkeit der Lebensläufe (in Prozent)	37,5	81,25	56,25	87,5	43,75	56,25	50	31,25	75

Tabelle 3: Rekonstruierbarkeit der Lebensläufe (eigene Darstellung).

Die Bezeichnung der Testpersonen A-I soll im weiteren Verlauf der Arbeit für die verschiedenen Testpersonen stehen. Zudem gilt, dass alle Testpersonen (A-I) in StudiVZ registriert sind. Testpersonen D, H und I sind zudem im virtuellen sozialen Netzwerk Facebook registriert. Testperson D verfügt darüber hinaus noch über ein Profil im Business Netzwerk XING.

Auch wenn dieses Ergebnis bescheinigt, dass virtuelle soziale Netzwerke ein Rekonstruieren eines Lebenslaufs ermöglichen, waren die Angaben in den Profilen oftmals schwer zuzuordnen bzw. zu interpretieren. So wurden in einer subjektiven Einschätzung einige Stationen des Werdegangs den einzelnen Unterpunkten des Lebenslaufs zugeordnet. Ein weiterer Grund dafür war, dass die Angaben oftmals nicht eindeutig waren, oder es sich um vage Angaben handelte. Insgesamt lässt sich aber feststellen, dass die Lebensläufe mit Hilfe der verschiedenen virtuellen sozialen Netzwerke zu mindestens 31,25 Prozent

rekonstruierbar waren. Zudem konnte die höchste Rekonstruierbarkeit mit einem Prozentwert von 87,5 gemessen werden. Die folgenden Ergebnisse lassen sich auch in einem Diagramm veranschaulichen (vgl. Abbildung 17).

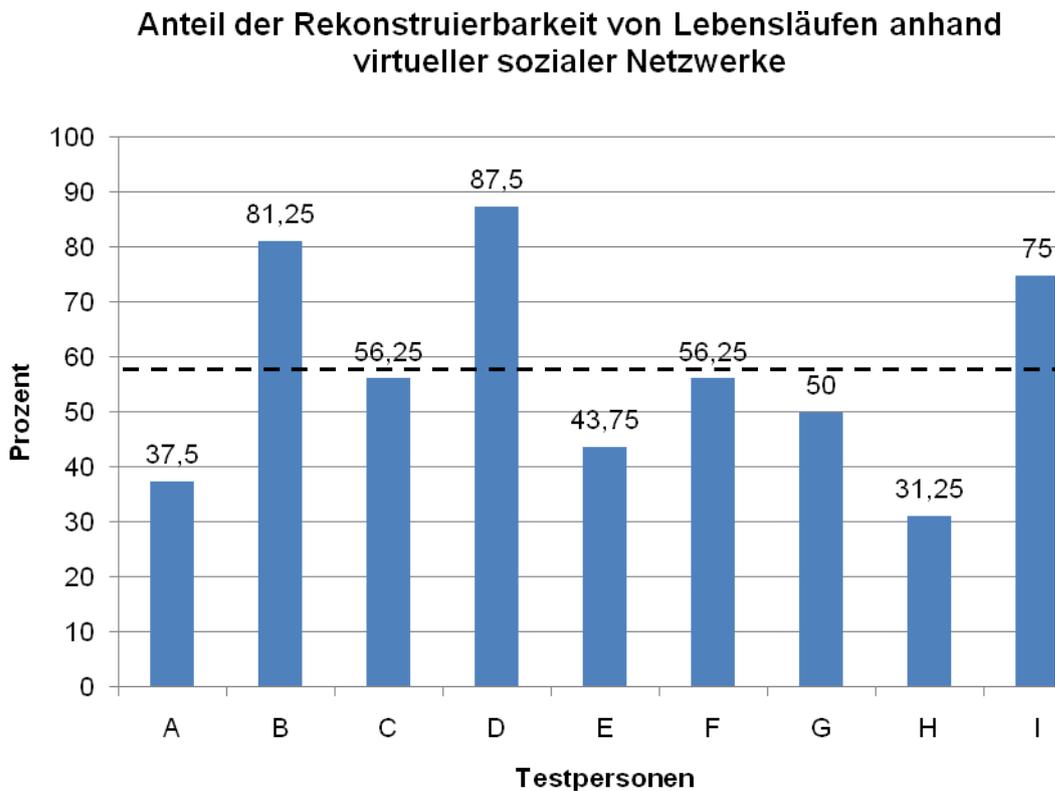


Abbildung 17: Anteil der Rekonstruierbarkeit von Lebensläufen (eigene Darstellung).

Da die Rekonstruktion der Lebensläufe auf den drei virtuellen sozialen Netzwerken StudiVZ, Facebook und XING basieren, soll an dieser Stelle eine Rekonstruktion eines Lebenslaufs nur mit Hilfe von StudiVZ gemessen werden. Da die Testpersonen alle in dem virtuellen sozialen Netzwerk StudiVZ registriert sind, erfolgte diese zusätzliche Berücksichtigung. Zudem kann damit eindeutig die Rekonstruierbarkeit eines Lebenslaufs in Bezug auf StudiVZ gemessen werden. Da die folgende Untersuchung nur die Testpersonen berücksichtigt, die ausschließlich über ein Profil im StudiVZ verfügen, werden an dieser Stelle nur sechs Profile auf die Rekonstruierbarkeit eines Lebenslaufs überprüft. Da die Untersuchung der Rekonstruktion der Lebensläufe anhand der drei virtuellen sozialen Netzwerke hervorging, konnte aufgrund der Durchsicht der Profile in Facebook und XING keine objektive Bewertung in Bezug auf StudiVZ mehr erfolgen, da wesentliche Informationen aus den anderen Profilen zuvor erfasst

wurden. Informationen aus dem StudiVZ Profil, die zuvor schwer identifizierbar waren, konnten jetzt einfacher erfasst und zugeordnet werden. Es ergaben sich somit folgende Testergebnisse (vgl. Abbildung 18).

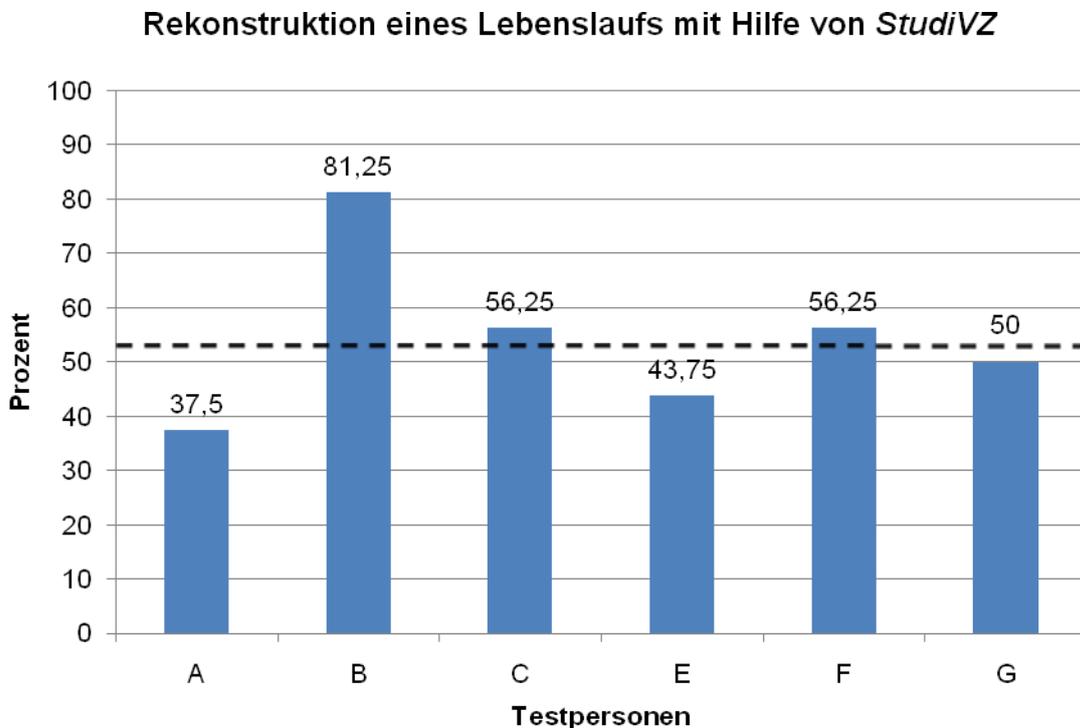


Abbildung 18: Rekonstruktion eines Lebenslaufs mit StudiVZ (eigene Darstellung).

Der Durchschnitt der Rekonstruierbarkeit von Lebensläufen mit Hilfe von StudiVZ Profilen lag insgesamt bei 54 Prozent. So lag die Rekonstruktion von Lebensläufen anhand eines StudiVZ Profils insgesamt unter dem Durchschnitt der Rekonstruktion der Lebensläufe mit Hilfe der drei virtuellen sozialen Netzwerke. Der Grund hierfür lag mitunter darin, dass eine Testperson über ein Profil in dem Business Netzwerk XING verfügte. Da XING umfassende persönliche und eine Vielzahl von beruflichen Informationen preisgibt, wurde der Durchschnitt angehoben.

Um als letzten Punkt zu überprüfen, ob die Angabe von Informationen in einem virtuellen sozialen Netzwerke in Verbindung mit dem Geschlecht der Testpersonen steht, wurden die Ergebnisse der Rekonstruktion der Lebensläufe anhand der drei virtuellen sozialen Netzwerke nach Geschlecht geteilt und einer geschlechtsspezifischen Betrachtung unterzogen (vgl. Abbildung 19).

Rekonstruierbarkeit von Lebensläufen mit Hilfe von virtuellen sozialen Netzwerken nach Geschlecht

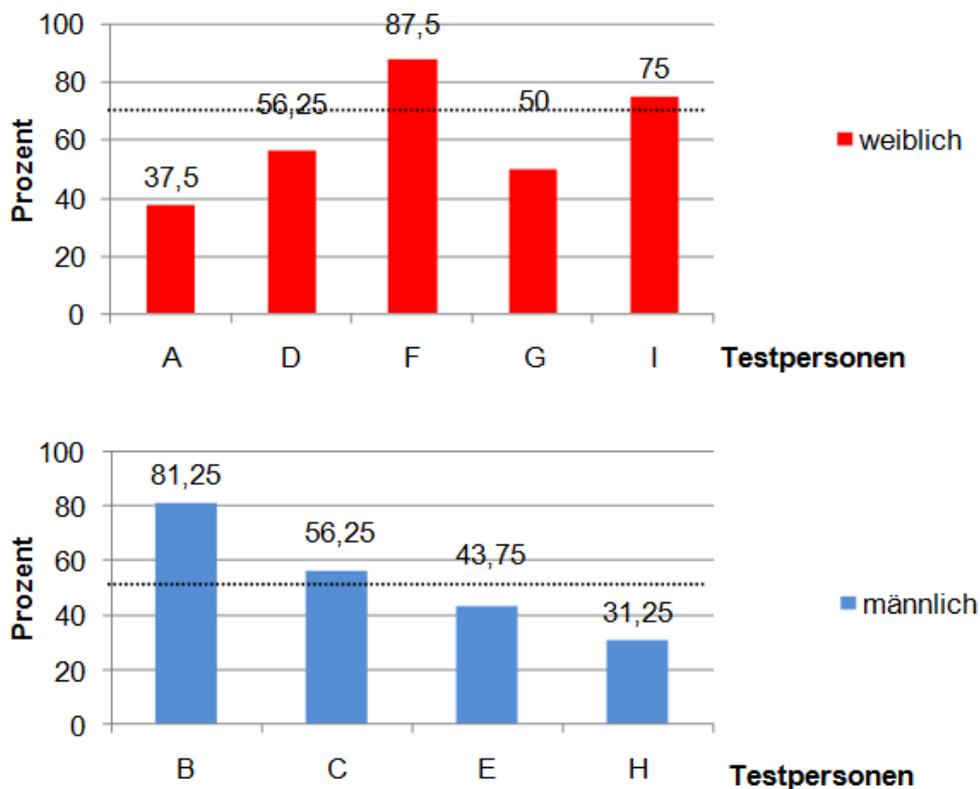


Abbildung 19: Rekonstruierbarkeit nach Geschlecht (eigene Darstellung).

Insgesamt ergaben sich bei der Rekonstruktion von Lebensläufen anhand virtueller sozialer Netzwerke nach Geschlecht folgende Durchschnittswerte. Der Durchschnittswert bei dem weiblichen Geschlecht lag bei 61,25 Prozent. Der Durchschnittswert bei dem männlichen Geschlecht lag bei 53,13 Prozent. Somit ergibt sich eine Abweichung von 8,12 Prozent. Da diese Abweichung weniger als 10 Prozent beträgt, lässt sich daraus schließen, dass das Geschlecht bei der Bereitstellung von Informationen in einem virtuellen sozialen Netzwerk keine entscheidende Rolle spielt. Da es sich jedoch in diesem Zusammenhang um einen geringen Stichprobenumfang handelt, sollte in einer repräsentativen Untersuchung der Zusammenhang zwischen Geschlecht und Informationsbereitstellung in einem virtuellen sozialen Netzwerk genauer geprüft werden.

Nachdem die Rekonstruierbarkeit von Lebensläufen mit Hilfe von virtuellen sozialen Netzwerken umfassend untersucht wurde, wird im weiteren Verlauf der Arbeit, die Aussagekraft eines Profils in Bezug auf die Persönlichkeit überprüft.

4.2 Persönlichkeitseinschätzung

Nachdem die erste Methode, die Rekonstruktion der Lebensläufe anhand von virtuellen sozialen Netzwerken, umfassend erläutert wurde, folgt die zweite Methode. Die zweite Methode zielt darauf ab, zu überprüfen, inwieweit virtuelle soziale Netzwerke die Persönlichkeit abbilden können. Diese Abbildung der Persönlichkeit erfolgte durch die subjektive Einschätzung der Autorin. Zudem wurde in diesem Zusammenhang ein Persönlichkeitstest durchgeführt, der die wesentlichen Ergebnisse der Persönlichkeitseinschätzung überprüfen sollte. Der folgende Abschnitt hat insgesamt die Darstellung der Ergebnisse der Persönlichkeitseinschätzung und des Persönlichkeitstests zum Inhalt. Anschließend erfolgt ein Vergleich beider Persönlichkeitseinschätzungsmethoden.

Bevor jedoch die Ergebnisse der zweiten Methode vorgestellt werden, werden an dieser Stelle grundlegende Überlegungen in Hinblick auf den Wahrheitsgehalt von Profilen in virtuellen sozialen Netzwerken vorgestellt. Da jeder Nutzer sein Profil frei gestalten kann, kann davon ausgegangen werden, dass nicht alle Benutzerprofile in einem virtuellen sozialen Netzwerk die tatsächliche Person zutreffend abbilden. Dadurch, dass das Internet anonym ist, ist die Verlockung sich selbst als perfektes Selbst darzustellen, groß. Da es keine gesicherte Erkenntnis darüber gibt, was ein Profil in einem virtuellen sozialen Netzwerk über einen aussagt, setzte die Forschungsfrage daran an, ob man einem Profil in einem virtuellen sozialen Netzwerk vertrauen kann oder ob es doch nur durch die idealisierte Selbstdarstellung der Benutzer verzerrt wird. In einer Studie zur Selbstdarstellung und sozialer Wahrnehmung in Online Social Networks der Universität Mainz und Münster in Zusammenarbeit mit zwei amerikanischen Hochschulen wurde die Persönlichkeit anhand der Selbstdarstellung in virtuellen sozialen Netzwerken untersucht. Nach den Ergebnissen der Studie kann man den Benutzerprofilen offenbar Glauben schenken. So bestätigen die Forscher, dass die Urteile von Fremden in Bezug auf die Persönlichkeit in den

virtuellen sozialen Netzwerken mit der Persönlichkeit der Profilinhaber übereinstimmten (Johannes Gutenberg-Universität Mainz, 2009).

4.2.1 Persönlichkeitseinschätzung anhand von Profilen

Die Persönlichkeitseinschätzung wurde anhand der Mustervorlage auf die fünf Merkmalsbereiche untersucht. Wie bereits im Kapitel 2.6.1 untersucht, ist es schwer möglich mit Hilfe eines StudiVZ Profils Rückschlüsse auf die Merkmalsbereiche Gewissenhaftigkeit und Neurotizismus zu ziehen. In diesem Zusammenhang konnte die Gewissenhaftigkeit in allen virtuellen sozialen Netzwerken nicht eindeutig ermittelt werden. Zwar wurde die Orthographie untersucht, aber diese konnte in Bezug auf das Persönlichkeitsmerkmal Gewissenhaftigkeit keine aufschlussreichen Informationen bieten, da jedes Profil orthographisch einwandfrei war. Bei der Bewertung durch die Mustervorlage wurden durchwegs 50 Prozent (nicht eindeutig) in Zusammenhang mit dem Persönlichkeitsmerkmal Gewissenhaftigkeit eingeschätzt. So konnten für dieses Persönlichkeitsmerkmal keine spezifischen Ergebnisse ermittelt werden und wurde deshalb für eine weitere Betrachtung nicht berücksichtigt. Eine weitere Schwierigkeit war die Messung des Persönlichkeitsmerkmals Neurotizismus. In den Profilen der virtuellen sozialen Netzwerke ergaben sich keine Informationen, die dieses Persönlichkeitsmerkmal eindeutig messen konnten. Lediglich die Pinnwand hätte Aufschluss über besonders emotionale Ereignisse geben können. Da in diesem Zusammenhang keine Informationen zur Messung dieses Persönlichkeitsmerkmal vorlagen, wurde Neurotizismus bei der weiteren Betrachtung nicht berücksichtigt. Die Offenheit für Erfahrungen, Extraversion und die Verträglichkeit konnte im gewissen Maße durch die Profile in den virtuellen sozialen Netzwerken gemessen werden. Jedoch handelte es sich dabei eher um vage Einschätzungen. Die Offenheit für Erfahrungen wurde beispielsweise durch Fotos und Freunde ermittelt. Ein Indiz dafür waren beispielsweise viele Freunde im Ausland oder eindeutige Fotos, wie beispielsweise der erste Bungy-Sprung, Auslandsreisen, Rucksackreisen o.ä. (Orzel, 2010).

Das Persönlichkeitsmerkmal Extraversion konnte in diesem Zusammenhang durch Profile in virtuellen sozialen Netzwerken gemessen werden. Zur Beurteilung dieser Eigenschaft wurden Fotos, Pinnwand und Freunde genauer analysiert. Eine große Anzahl an Freunden spricht in der Regel eher für eine Extraversion, wobei die Intensität der Beziehung nicht geklärt werden kann. Wenige Freunde hingegen können eher eine Introversion aufzeigen. Viele Pinnwandeinträge von verschiedenen Personen sprechen von vielen Beziehungen zu Menschen und somit eher von einer Extraversion. Sind viele Fotos mit Freunden zu finden, kann dies auch eher von einer Extraversion sprechen. Die letzte Persönlichkeitseigenschaft, Verträglichkeit, lies sich anhand der Profile in virtuellen sozialen Netzwerken nur schwer analysieren. Es konnte lediglich eine subjektive Einschätzung durch die Autorin erfolgen. Nur die Pinnwand hätte Aufschluss über den Umgang zueinander geben können. Es handelt sich in diesem Zusammenhang jedoch wiederum um vage Einschätzungen. Insgesamt stellte sich also heraus, dass in dieser Untersuchung die Persönlichkeitseigenschaften Gewissenhaftigkeit und Neurotizismus aufgrund fehlender Informationen nicht beurteilt werden konnten. Die Angaben in den Profilen reichten nicht aus, um diese Persönlichkeitsmerkmale beschreiben zu können. Zu dem gleichen Schluss kam die Johannes Gutenberg-Universität Mainz (2009). In ihrer Studie zur Selbstdarstellung und sozialer Wahrnehmung in Online Social Networks zeigte sich, dass die Persönlichkeitsmerkmale Extraversion und Offenheit für Erfahrungen von fremden Beurteilern besonders gut eingeschätzt werden konnten. Neurotizismus konnte hingegen nur sehr schlecht eingeschätzt werden.

In der folgenden Abbildung wurden die Persönlichkeitseigenschaften Extraversion, Offenheit für Erfahrungen und Verträglichkeit in einem Diagramm dargestellt (vgl. Abbildung 20).

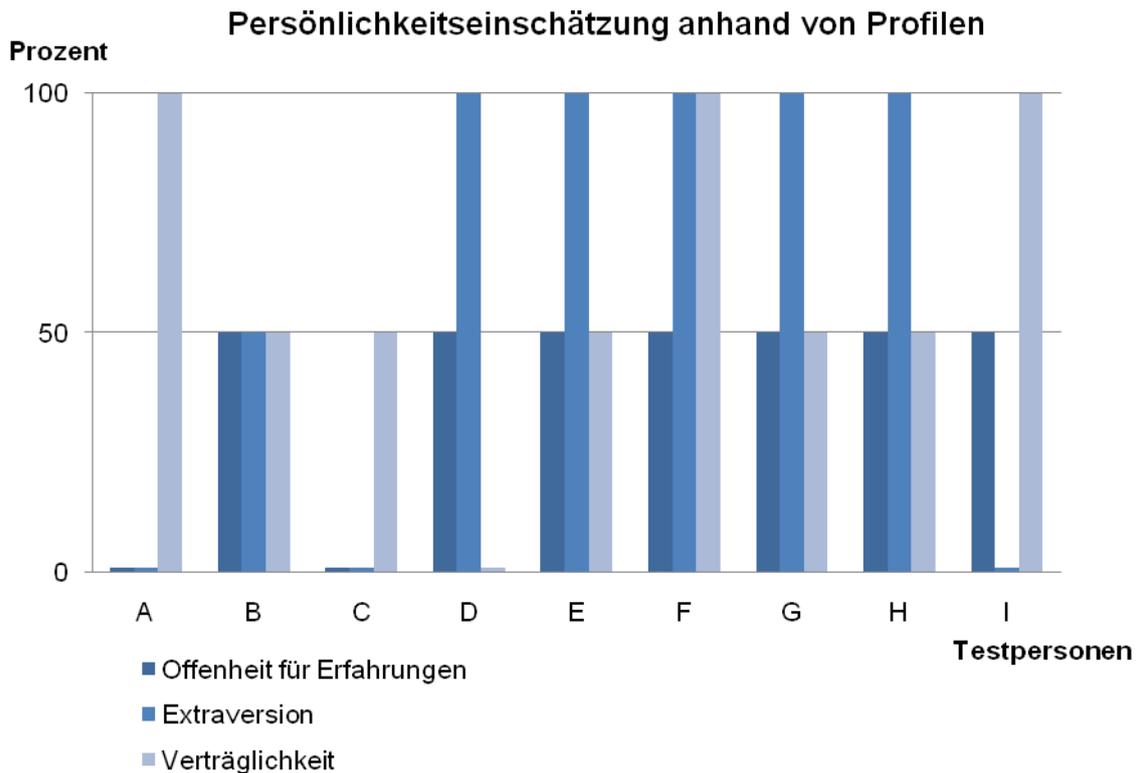


Abbildung 20: Persönlichkeitseinschätzung anhand von Profilen (eigene Darstellung).

Hier zeigt sich, dass die Werte bei 100 Prozent eine starke Ausprägung des jeweiligen Persönlichkeitsmerkmals und die Werte bei 1 Prozent eine weniger starke Ausprägung des jeweiligen Persönlichkeitsmerkmals aufzeigen. Die Werte bei 50 Prozent zeigen eine nicht eindeutige Zuordnung des Persönlichkeitsmerkmals auf. Somit wurden insgesamt in Bezug auf das Persönlichkeitsmerkmal *Offenheit für Erfahrungen* zwei Testpersonen mit einer geringen Ausprägtheit und sechs Testpersonen mit einer nicht eindeutigen Ausprägung eingeschätzt. Bei den sechs Testpersonen lagen keine eindeutigen Informationen zur Bestimmung dieses Persönlichkeitsmerkmals vor. Bei den zwei Testpersonen mit den geringen Ausprägungen waren u.a. die hohe religiöse Aktivität und das Äußerliche ausschlaggebender Punkt für diese Zuordnung. Jedoch handelte es sich hierbei nur um vage Einschätzungen, zudem besteht kein wissenschaftlicher Zusammenhang zwischen Offenheit für Erfahrungen und religiöser Aktivitäten bzw. Äußerlichkeit. Es handelte sich hierbei nur um eine subjektive Einschätzung. Bei dem Persönlichkeitsmerkmal *Extraversion* wurde folgende Zuordnung getroffen, bei drei Testpersonen wurde eine geringe Ausprägung eingeschätzt, bei fünf Testpersonen wurde eine starke Ausprägung

eingeschätzt und die Ausprägung einer Testperson war nicht eindeutig bestimmbar. Das Persönlichkeitsmerkmal *Verträglichkeit* lieferte zudem folgende Ergebnisse, eine geringe Ausprägung, drei starke Ausprägungen und fünf nicht eindeutig bestimmbare Ausprägungen. Bei der Verträglichkeit handelte es sich wiederum um eine subjektive Einschätzung. Ein Indiz war hierfür die Pinnwand, mit den Dialogen zwischen den Freunden und der Testperson.

Da es sich bei allen Persönlichkeitseinschätzungen in der Regel nur um subjektive Einschätzungen handelte, wurden die einzelnen methodischen Gütekriterien nicht berücksichtigt. Am einfachsten fiel die Persönlichkeitseinschätzung in Bezug auf Extraversion. Hier lagen in der Regel viele Informationen vor, um dieses Persönlichkeitsmerkmal zuverlässig und unabhängig von einer subjektiven Einschätzung messen zu können.

4.2.2 Persönlichkeitseinschätzung anhand von Testergebnissen

Der Neo-Fünf-Faktoren Test erfasst die individuellen Merkmalsausprägungen Neurotizismus, Extraversion, Offenheit für Erfahrungen, Verträglichkeit und Gewissenhaftigkeit. Die Abbildungen 21 und 22 zeigen die Testergebnisse der Testpersonen. Die dabei ermittelten Testergebnisse bilden insgesamt eine Prozentzahl.

Testergebnisse des NEO-Fünf-Faktoren Inventars (Testpersonen A-E)

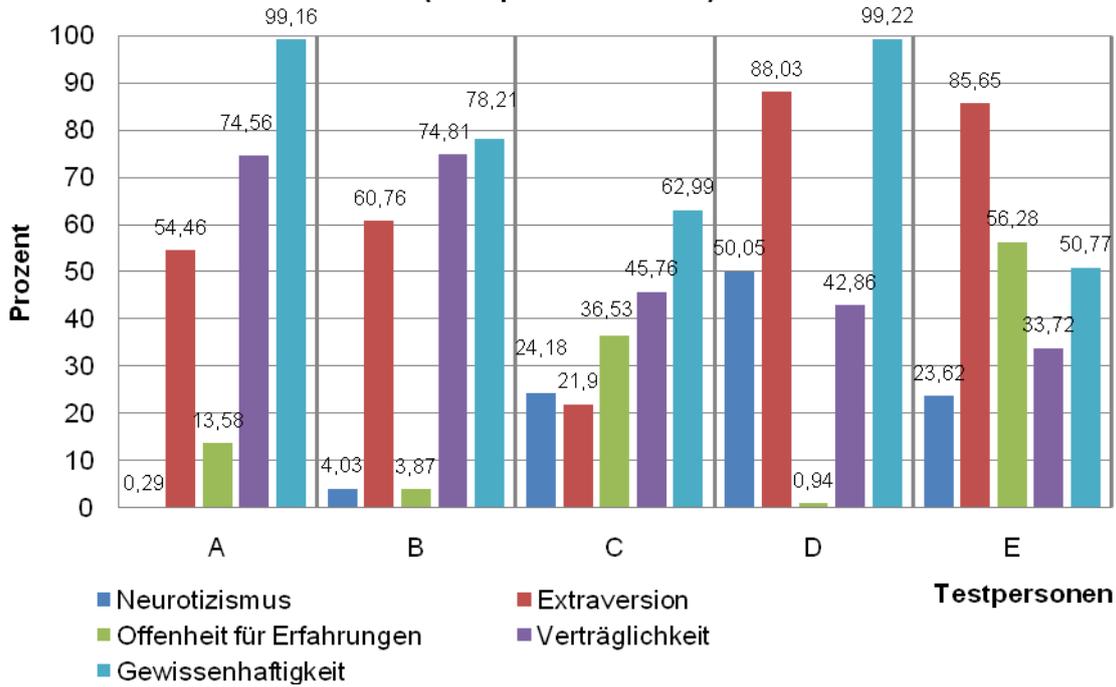


Abbildung 21: Ergebnisse des Persönlichkeitstests (A-E) (eigene Darstellung).

Testergebnisse des NEO-Fünf-Faktoren Inventars (Testpersonen F-I)

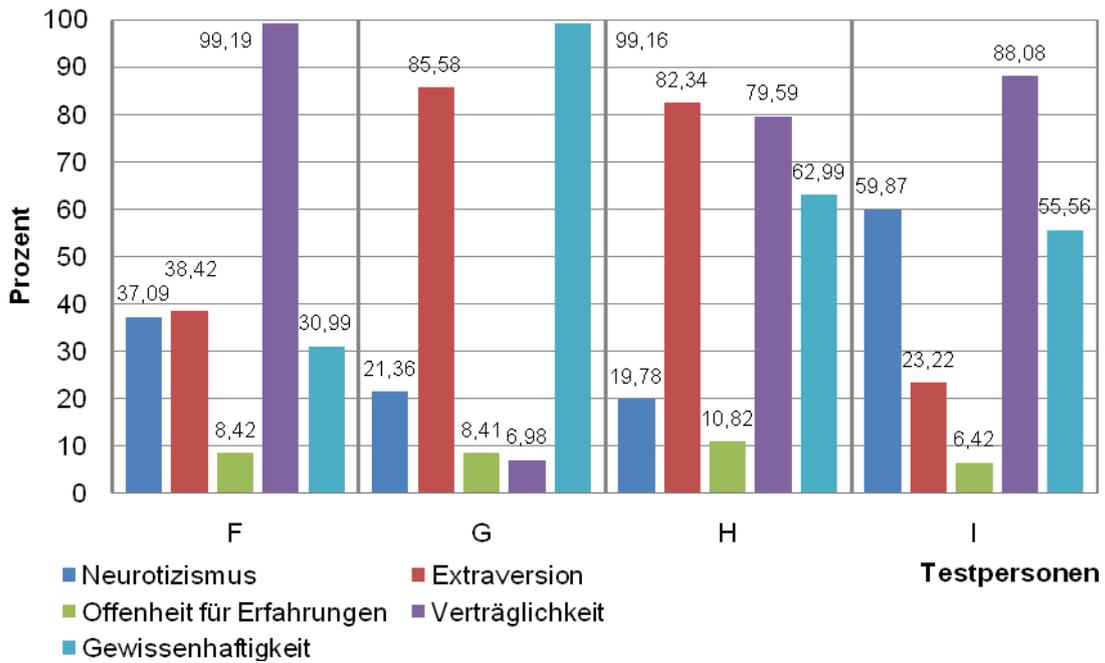


Abbildung 22: Ergebnisse des Persönlichkeitstests (F-I) (eigene Darstellung).

An dieser Stelle erfolgt eine kurze Interpretation der verschiedenen Merkmalsausprägungen. In diesem Kontext wird von einer hohen Ausprägung eines Persönlichkeitsmerkmals gesprochen, wenn der Testwert über 50 Prozent liegt. Von einer geringen Ausprägung eines Persönlichkeitsmerkmals wird hingegen bei einem Testwert unter 50 Prozent gesprochen. Welche Persönlichkeitsmerkmale eher positiv oder negativ betrachtet werden, ergibt sich aus der sozialen Erwünschtheit. Während Extraversion, Verträglichkeit und Gewissenhaftigkeit positiv bewertet werden, wird Neurotizismus als eher negativ betrachtet (Borkenau & Osterdorf, 2008). Aufgrund einer gegebenen Komplexität zwischen den einzelnen Zusammenhängen der Persönlichkeitsmerkmale, wird auf eine umfassende Erläuterung verzichtet. Zudem ist das Aufzeigen der Zusammenhänge zwischen Persönlichkeitsmerkmalen für diese Arbeit nicht relevant.

Insgesamt lässt sich zu den Testergebnissen Folgendes feststellen. Das Persönlichkeitsmerkmal Neurotizismus lag bei sieben Testpersonen unter 50 Prozent, bei zwei Testpersonen wurde ein Wert knapp über 50 Prozent gemessen. Das Persönlichkeitsmerkmal Extraversion lag bei sechs Testpersonen über 50 Prozent, nur drei Testpersonen hatten einen Wert der unter 50 Prozent gemessen wurde. Das Persönlichkeitsmerkmal Offenheit für Erfahrungen bewegte sich schwerpunktmäßig mit insgesamt sieben Testwerten, die unter 50 Prozent lagen, eher im unteren Bereich. Nur zwei Testpersonen wiesen eine stärkere Ausprägung dieses Persönlichkeitsmerkmals auf. So könnten diese Testergebnisse Anlass für eine Untersuchung bieten, den Zusammenhang zwischen dem Persönlichkeitsmerkmal Offenheit für Erfahrungen und der Personengruppe der Studenten zu analysieren. Das Persönlichkeitsmerkmal Verträglichkeit bewegte sich bei fünf Testpersonen über 50 Prozent, bei insgesamt vier Testpersonen wurde ein Wert unter 50 Prozent gemessen. Die Merkmalsausprägung Gewissenhaftigkeit bewegte sich somit schwerpunktmäßig in einer höheren Ausprägung. So wiesen insgesamt acht Testpersonen eine hohe Ausprägung, also über 50 Prozent. Dabei wurden drei Spitzenwerte von über 99 Prozent gemessen. Erfolge in Schule und Hochschule werden außer durch Intelligenz auch durch Persönlichkeitsmerkmale beeinflusst. In diesem Zusammenhang kann Gewissenhaftigkeit als ein Prädiktor des Schulerfolges stehen (Digman, 1989).

4.2.3 Vergleich beider Persönlichkeitseinschätzungen

Der folgende Abschnitt hat den Vergleich beider Persönlichkeitseinschätzungen zum Inhalt. Da die subjektive Persönlichkeitseinschätzung anhand der Profile in den virtuellen sozialen Netzwerken Schwierigkeiten in Bezug auf das Abbilden der Persönlichkeitsmerkmale Neurotizismus und Gewissenhaftigkeit aufwies, wurde der Vergleich beider Persönlichkeitseinschätzungen ohne diese Persönlichkeitsmerkmale durchgeführt. Weil durch die subjektive Persönlichkeitseinschätzung keine eindeutigen Werte in Bezug auf Neurotizismus und Gewissenhaftigkeit ermittelt werden konnten, ist es hier an dieser Stelle nicht sinnvoll, einen Vergleich dieser Ergebnisse mit den Testergebnissen aufzuführen. So wird der Vergleich beider Persönlichkeitseinschätzungen für diesen Teil der Arbeit nur anhand der Persönlichkeitsmerkmale Extraversion, Offenheit für Erfahrungen und Verträglichkeit vorgenommen. Abbildung 23 zeigt die Testergebnisse für die Persönlichkeitsmerkmale Extraversion, Offenheit für Erfahrungen und Verträglichkeit.

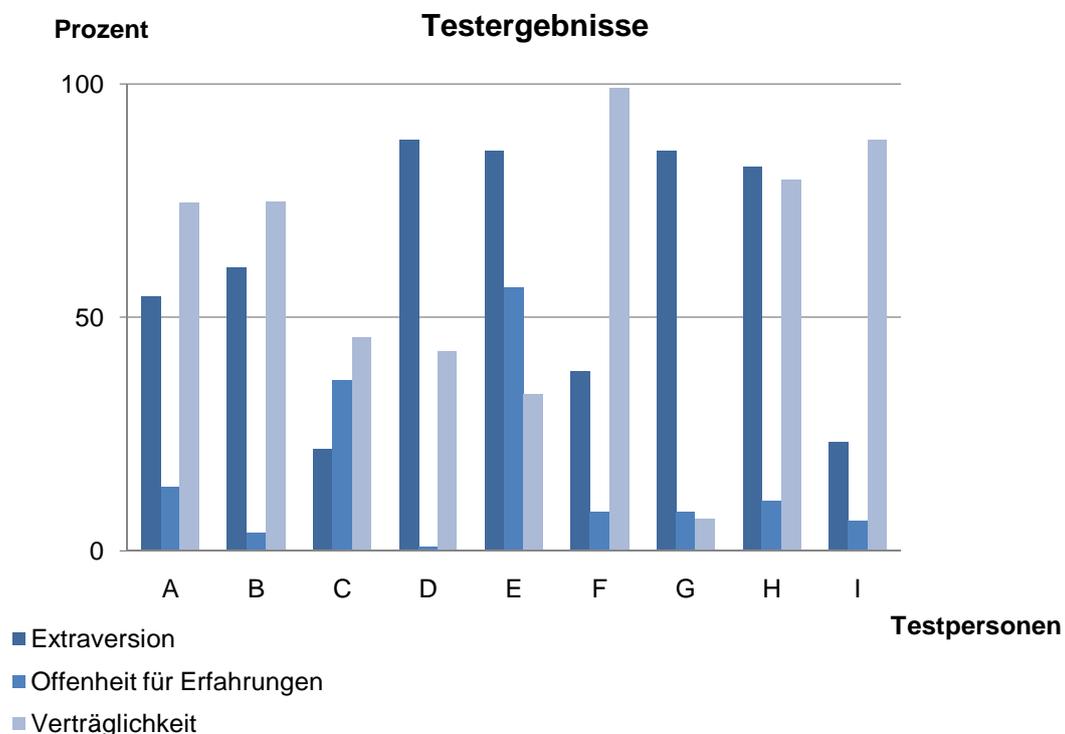


Abbildung 23: Testergebnisse Extraversion, Offenheit für Erfahrungen, Verträglichkeit (eigene Darstellung).

Die Testergebnisse der Persönlichkeitsmerkmale Extraversion, Offenheit für Erfahrungen und Verträglichkeit werden in der folgenden Arbeit einzeln mit den subjektiven Persönlichkeitseinschätzungen verglichen. Zuerst erfolgt eine Gegenüberstellung des Persönlichkeitsmerkmals Extraversion. Dieses Persönlichkeitsmerkmal konnte mit Hilfe der subjektiven Persönlichkeitseinschätzung am einfachsten eingeschätzt werden (vgl. Abbildung 24).

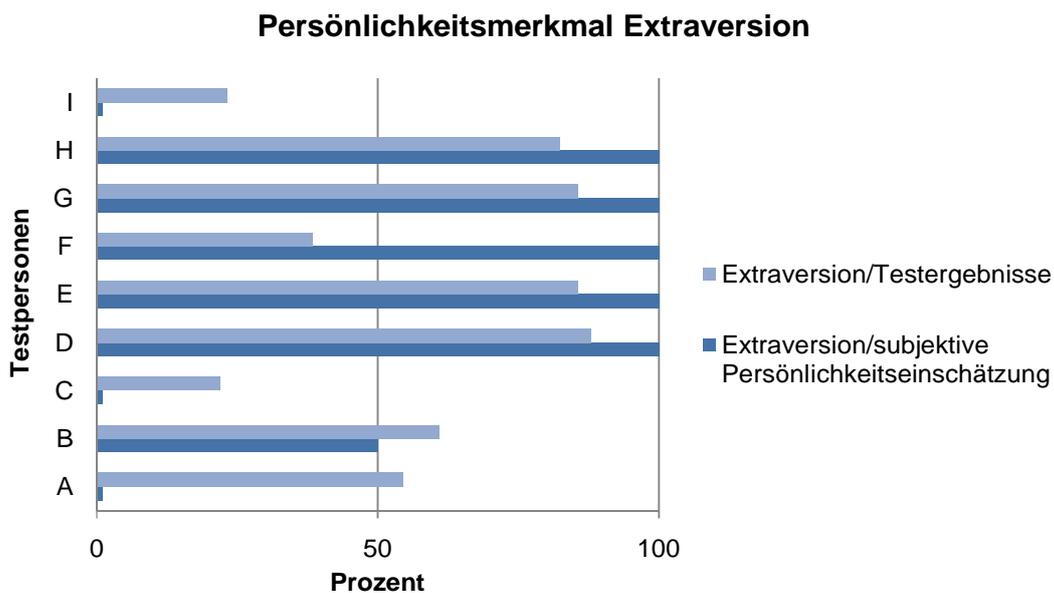


Abbildung 24: Persönlichkeitsmerkmal Extraversion (eigene Darstellung).

Insgesamt zeigt sich eine gleiche tendenzielle Ausprägung des Persönlichkeitsmerkmals Extraversion bei insgesamt sieben Testpersonen. In diesem Zusammenhang wird von einer gleichen tendenziellen Ausprägung gesprochen, wenn die Abweichung der Ergebnisse den Wert von 25 nicht übersteigt. Somit ist in dieser Untersuchung von einer tendenziellen Abweichung zu sprechen, wenn die Abweichung der ermittelten Ergebnisse größer als 25 ist. Der Wert 25 wurde dabei gewählt, damit eine gewisse Toleranz für diesen Vergleich gegeben ist. Dieser Versuch soll nur die tendenzielle Richtigkeit der Einschätzung berücksichtigen. Ein tabellarischer Vergleich der Ergebnisse macht dies zudem deutlich (vgl. Tabelle 4).

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
Test- ergebnisse	54,49	60,76	21,90	88,03	85,65	38,42	85,58	82,34	23,22
Subjektive Persön- lichkeit- seinschät- zung	1	50	1	100	100	100	100	100	1

Tabelle 4: Gegenüberstellung Extraversion (eigene Darstellung).

Nur zwei der insgesamt neun Testpersonen wurden in Bezug auf das Persönlichkeitsmerkmal Extraversion falsch eingeschätzt. So ergibt sich in diesem Zusammenhang eine Wahrscheinlichkeit von rund 80 Prozent, dass das Persönlichkeitsmerkmal Extraversion richtig eingeschätzt wurde. Zusammengefasst ergibt sich somit folgende Erkenntnis. Das Persönlichkeitsmerkmal Extraversion kann anhand eines virtuellen sozialen Netzwerkes relativ zuverlässig gemessen werden.

An dieser Stelle wird nun eine Gegenüberstellung des Persönlichkeitsmerkmals Offenheit für Erfahrungen vorgenommen (vgl. Abbildung 25).

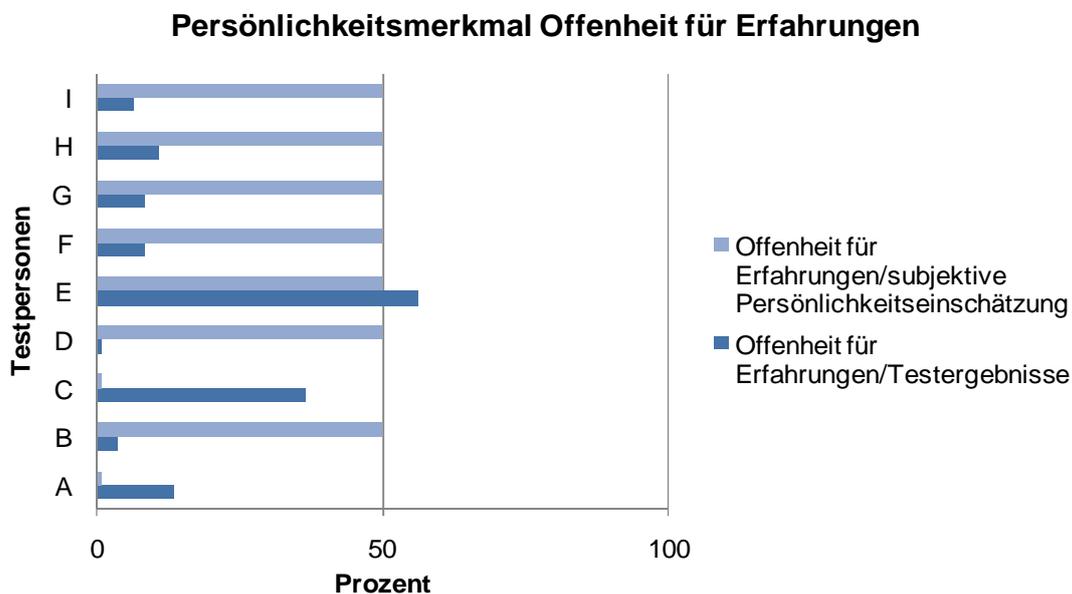


Abbildung 25: Persönlichkeitsmerkmal Offenheit für Erfahrungen (eigene Darstellung).

In Abbildung 25 zeigt sich, dass insgesamt nur zwei tendenzielle Übereinstimmungen des Persönlichkeitsmerkmals Offenheit für Erfahrungen vorliegen. Tabelle 5 zeigt die ermittelten Ergebnisse in tabellarischer Form.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
Test- ergebnisse	13,58	3,87	36,53	0,94	56,28	8,42	8,41	10,82	6,42
Subjektive Persönlich- keitsein- schätzung	1	50	1	50	50	50	50	50	50

Tabelle 5: Gegenüberstellung Offenheit für Erfahrungen (eigene Darstellung).

Insgesamt lässt sich also feststellen, dass die subjektive Persönlichkeitseinschätzung mit den Ergebnissen des Persönlichkeitstests nur in zwei Fällen tendenziell übereinstimmen. Da das Persönlichkeitsmerkmal Offenheit für Erfahrungen nur schwer über ein Profil in einem virtuellen sozialen Netzwerk gemes-

sen werden konnte, war dieses Ergebnis zu erwarten. So ergibt sich eine Wahrscheinlichkeit von rund 20 Prozent, dass das Persönlichkeitsmerkmal Offenheit für Erfahrungen richtig eingeschätzt wurde.

Im weiteren Verlauf wird der Vergleich des Persönlichkeitsmerkmals Verträglichkeit aufgezeigt. In Bezug auf die subjektive Einschätzung handelte es sich bei diesem Persönlichkeitsmerkmal wiederum um ein schwer identifizierbares Merkmal. Abbildung 26 zeigt die Gegenüberstellung des Merkmals Verträglichkeit.

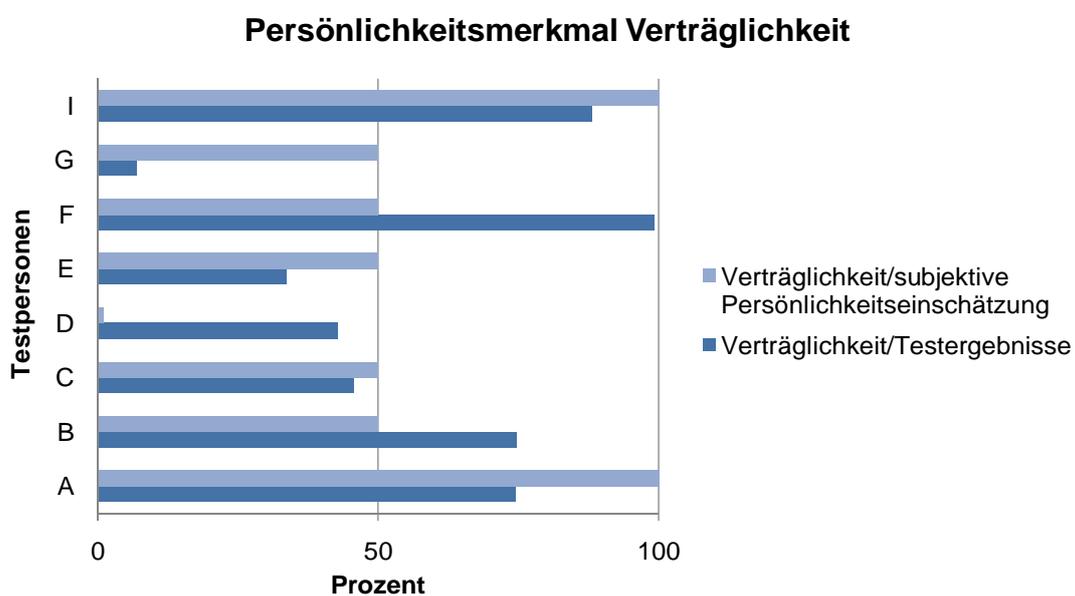


Abbildung 26: Persönlichkeitsmerkmal Verträglichkeit (eigene Darstellung).

Insgesamt wird deutlich, dass das Persönlichkeitsmerkmal Verträglichkeit vier tendenzielle Übereinstimmungen aufweist. In einer tabellarischen Darstellung wird diese Aussage verdeutlicht (vgl. Tabelle 6).

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
Test- ergebnisse	74,56	74,81	45,76	42,86	33,72	99,19	6,98	79,59	88,08
Subjektive Persönlich- keitsein- schätzung	100	50	50	1	50	50	50	50	100

Tabelle 6: Gegenüberstellung Verträglichkeit (eigene Darstellung).

Da das Persönlichkeitsmerkmal Verträglichkeit bereits bei der Einschätzung anhand der Profile in den virtuellen sozialen Netzwerken schwierig zu beurteilen war, wurde häufig eine subjektive Entscheidung gefällt. Jedoch wurde größtenteils eine *nicht Eindeutigkeit* (50 Punkte) angesetzt, weil beispielsweise keine relevanten Informationen vorlagen. Zwar zeigt der Wert der Wahrscheinlichkeit in Höhe von rund 45 Prozent in Bezug auf die Übereinstimmung der Persönlichkeitseinschätzung ein nicht unwesentliches Untersuchungsergebnis, jedoch wurde aufgrund der fast durchwegs subjektiven Zuordnung bei der Persönlichkeitsermittlung anhand der Profile das positive Gesamtergebnis verfälscht.

In diesem Zusammenhang lässt sich insgesamt feststellen, dass das Persönlichkeitsmerkmal Extraversion relativ zuverlässig mit Hilfe von virtuellen sozialen Netzwerken eingeschätzt werden kann. Bei den Persönlichkeitsmerkmalen Offenheit für Erfahrungen und Verträglichkeit war eine Einschätzung aufgrund fehlender Informationen in den Profilen in den virtuellen sozialen Netzwerken nur schwer möglich.

5 Diskussion

Im letzten Teil dieser Arbeit werden die wesentlichen Ergebnisse zusammengefasst, anschließend erfolgt ein Ausblick. Zentrales Anliegen dieser Arbeit ist es, die Nutzbarkeit virtueller sozialer Netzwerke für das Human Resource Management zu analysieren. Es ist unbestritten, dass die vorliegende Untersuchung aufgrund der geringen Anzahl von Testpersonen keinen repräsentativen Charakter aufweisen kann. Aufgrund zeitlicher und finanzieller Ressourcen war dies nicht möglich. Dadurch, dass nur eine geringe Anzahl von Testpersonen untersucht wurde, hat die Untersuchung einen rein explorativen Charakter. Trotzdem ist die Untersuchung aussagekräftig, da erste Ergebnisse und Überlegungen über die vorliegende Problematik aufgezeigt werden können. Diese ersten wesentlichen Ergebnisse und Überlegungen können zudem Grundlage für zukünftige Untersuchungen bilden.

Im Rahmen dieser Arbeit sollte die Nutzbarkeit von virtuellen sozialen Netzwerken für das Human Resource Management durch die Betrachtung der folgenden Methoden beantwortet werden. Es handelte sich dabei um die Rekonstruktion eines Lebenslaufs und die Persönlichkeitseinschätzung anhand von virtuellen sozialen Netzwerken. Diese beiden Methoden wurden gewählt, um eine möglichst umfassende Erkenntnis in Bezug auf die Fragestellung zu erhalten.

Die Rekonstruktion eines Lebenslaufs anhand von virtuellen sozialen Netzwerken verfolgte in diesem Zusammenhang das Ziel, die Anzahl der einstellungsrelevanten Informationen zu ermitteln. Je mehr einstellungsrelevante Informationen in einem Profil zu finden sind, desto besser kann ein Lebenslauf rekonstruiert werden. Insgesamt lieferte die Rekonstruktion eines Lebenslaufs mit Hilfe von virtuellen sozialen Netzwerken folgendes Ergebnis. Eine *Rekonstruktion eines Lebenslaufs* war im Durchschnitt zu rund 60 Prozent möglich. Dieses Ergebnis zeigt, dass virtuelle soziale Netzwerke durchaus relevante Informationen für das Human Resource Management aufzeigt. Auch wenn der Durchschnittswert ein positives Ergebnis bescheinigt, ist zu erwähnen, dass es oftmals schwierig war, die Angaben in den Profilen zuzuordnen bzw. zu interpretieren, zudem war die Recherche meist sehr zeitintensiv.

Nicht zu vernachlässigen ist außerdem die Tatsache, dass der oben ermittelte Wert der Rekonstruierbarkeit auf Grundlage der *drei* virtuellen sozialen Netzwerke basiert. Da jedoch das Business Netzwerk XING mit seiner eindeutigen Ausrichtung die meisten Informationen zur Rekonstruktion eines Lebenslaufs lieferte, wurde der oben ermittelte Durchschnittswert infolgedessen nach oben korrigiert. Business Netzwerke bieten durch ihre eindeutige Ausrichtung in der Regel mehr einstellungsrelevante Daten, als beispielsweise allgemeine soziale Netzwerke. Falls das Human Resource Management demnach einstellungsrelevante Informationen über einen Bewerber/ Mitarbeiter benötigt, so wird empfohlen zunächst die Business Netzwerke zu überprüfen.

Eine weitere Methode stellte die Persönlichkeitseinschätzung anhand von virtuellen sozialen Netzwerken dar. Es folgte eine subjektive Persönlichkeitseinschätzung anhand der Profile. Die Ergebnisse wurden anschließend mit den Ergebnissen des Persönlichkeitstests verglichen. Die zweite Methode lieferte folgendes Ergebnis. Eine *Persönlichkeitseinschätzung* anhand von virtuellen sozialen Netzwerken war in diesem Zusammenhang nur *bedingt möglich*. Es war demnach nicht möglich, alle Persönlichkeitsmerkmale eindeutig zu erfassen. So lieferten die Profile der virtuellen sozialen Netzwerke keine eindeutigen Informationen in Bezug auf die Persönlichkeitsmerkmale Gewissenhaftigkeit, Verträglichkeit, Offenheit für Erfahrungen und Neurotizismus. Diese Persönlichkeitsmerkmale konnten im Rahmen dieser Untersuchung somit nicht genau eingeschätzt werden.

Die wesentliche Erkenntnis der Persönlichkeitseinschätzung war, dass das Persönlichkeitsmerkmal *Extraversion* relativ zuverlässig mit Hilfe von virtuellen sozialen Netzwerken eingeschätzt werden konnte. So ergab sich in dieser Untersuchung eine Übereinstimmung der subjektiven Persönlichkeitseinschätzung durch die Autorin und der Testergebnisse für das Persönlichkeitsmerkmal Extraversion in sieben von neun Fällen. Das entspricht einer Wahrscheinlichkeit von rund 80 *Prozent*. Profile in virtuellen sozialen Netzwerken liefern insgesamt viele Informationen zur Einschätzung des Persönlichkeitsmerkmals Extraversion. Zu nennen sind beispielsweise die Anzahl der Freunde, Fotos und Pinnwandbeiträge.

Jedoch ist nicht zu vernachlässigen, dass es beispielsweise keinen eindeutigen wissenschaftlichen Zusammenhang zwischen Pinnwandeinträge und Extraversion gibt. Somit ist das Ergebnis stets kritisch zu betrachten, auch weil die Persönlichkeitseinschätzung größtenteils subjektiv ist. Insgesamt zeigt das Ergebnis jedoch, dass die subjektive Einschätzung in Bezug auf das Persönlichkeitsmerkmal Extraversion relativ sicher dargestellt werden kann.

Der Vergleich der subjektiven Persönlichkeitseinschätzung und der Testergebnisse für das Persönlichkeitsmerkmal *Offenheit für Erfahrungen* lieferte folgendes Ergebnis. Mit einer Wahrscheinlichkeit von rund *20 Prozent* wurde das Persönlichkeitsmerkmal Offenheit für Erfahrungen richtig eingeschätzt. Somit wurde das Persönlichkeitsmerkmal nur bei zwei Testpersonen richtig eingeschätzt. Da keine eindeutigen oder nur unzureichenden Informationen bezüglich dieses Persönlichkeitsmerkmals vorlagen, war eine genaue Einschätzung in den meisten Fällen nicht möglich.

Der Vergleich der subjektiven Persönlichkeitseinschätzung und der Testergebnisse für das Persönlichkeitsmerkmal *Verträglichkeit* lieferte ein Ergebnis von rund *45 Prozent*. So stimmten vier Persönlichkeitseinschätzungen mit den Testergebnissen tendenziell überein. Anzumerken sei jedoch, dass an dieser Stelle das Ergebnis verfälscht wurde. Weil auch hier wieder aufgrund fehlender Informationen eine Einschätzung des Persönlichkeitsmerkmals Verträglichkeit nicht möglich war, wurde durch die Autorin größtenteils ein *nicht eindeutig* (50 Punkte) angesetzt.

Wie auch in der Forschungsarbeit *Nutzbarkeit virtueller sozialer Netzwerke für die Personalauswahl* identifiziert, konnten die Persönlichkeitsmerkmale Neurotizismus und Gewissenhaftigkeit mit Hilfe von virtuellen sozialen Netzwerken nur schwer gemessen werden (Orzel, 2010). Zu dem gleichen Ergebnis kam die Studie der Johannes Gutenberg-Universität Mainz (2009).

Zusammenfassend ist zu erwähnen, dass sich allgemeine virtuelle soziale Netzwerke für eine Persönlichkeitseinschätzung besser eignen als Business Netzwerke. Business Netzwerke legen aufgrund der eindeutigen Ausrichtung oftmals nur berufliche Informationen offen. So sind diese Informationen in der Regel einseitig. Allgemeine virtuelle soziale Netzwerke, wie beispielsweise StudiVZ und Facebook liefern dagegen umfassendere Informationen zur

Persönlichkeitseinschätzung. Neben umfassenden privaten Informationen, geben Freunde, Fotos und Pinnwand weitere aufschlussreiche Informationen zur Persönlichkeitseinschätzung. Auch wenn die allgemeinen sozialen Netzwerke über umfassende Informationen verfügen, können dennoch nicht alle wesentlichen Persönlichkeitsmerkmale aufgedeckt werden.

So ist der Nutzen für das Human Resource Management in Bezug auf eine Persönlichkeitseinschätzung eher gering. Zudem sind die Zusammenhänge zwischen den Persönlichkeitsmerkmalen und den Angaben in virtuellen sozialen Netzwerken noch nicht wissenschaftlich belegt. In einer weiterführenden Untersuchung könnte die Beziehung zwischen den verschiedenen Persönlichkeitsmerkmalen und den Angaben in virtuellen sozialen Netzwerken empirisch untersucht werden. Darüber hinaus könnte eine weitere Studie beispielsweise mehrere virtuelle soziale Netzwerke zur Abbildung von Persönlichkeitsmerkmalen untersuchen. Eine Ausweitung legt möglicherweise umfassendere und eindeutigere Informationen offen. Die für die Arbeit durchgeführte Untersuchung zeigt, dass gerade im Bereich der virtuellen sozialen Netzwerke und dem Human Resource Management zusätzlicher Forschungsbedarf besteht.

Insgesamt lieferten beide Methoden folgende Erkenntnis in Bezug auf die Nutzbarkeit virtueller sozialer Netzwerke für das Human Resource Management. Virtuelle soziale Netzwerke sind für das Human Resource Management von Nutzen. Sie zeigen nicht nur einstellungsrelevante Daten auf, sie können zudem in engem Rahmen Rückschlüsse auf eine Persönlichkeit zulassen.

Die Anwendungsmöglichkeiten von virtuellen sozialen Netzwerken sind vielfältig. Sie dienen längst nicht mehr nur der reinen Informationsgewinnung über zukünftige Mitarbeiter, sondern beispielsweise auch dazu, neue geschäftliche Kontakte zu knüpfen und geeignete Mitarbeiter zu finden. Je nach Anwendungsbereich schwankt der Anteil der Unternehmen, die die Möglichkeiten des Web 2.0 bereits für das Human Resource Management nutzen zwischen 5 und 22 Prozent. Dagegen liegt der Anteil derjenigen, die sich vorstellen können, Web 2.0 Tools, insbesondere virtuelle soziale Netzwerke künftig im Human Resource Management einzusetzen bei ca. 70 Prozent (DGFP, 2008). Jedoch zeigt sich bereits, dass insgesamt 100 Prozent der Befragten, die bereits auf Web 2.0 Anwendungen zurückgreifen, sich in virtuellen sozialen Netzwerken

über (potentielle) Bewerber informieren. 86 Prozent der Befragten, die derzeit noch auf keine Web 2.0 Anwendungen zurückgreifen, können sich darüber hinaus vorstellen, virtuelle soziale Netzwerke zur Informationsgewinnung über (potentielle) Bewerber zu nutzen. Virtuelle soziale Netzwerke haben insgesamt das Potential, das Human Resource Management in allen Aufgabenfeldern zu unterstützen (DGFP, 2008).

Das Thema Web 2.0 ist ein wichtiges Zukunftsthema für das Human Resource Management. 92 Prozent der Befragten erwarten, dass das Thema Web 2.0 für das Human Resource Management in den kommenden drei Jahren an Bedeutung gewinnen wird. Nur 7 Prozent prognostizieren keinen Bedeutungszuwachs (DGFP, 2008). So werden uns virtuelle soziale Netzwerke auch in den nächsten Jahren weiter verfolgen, denn auch aktuelle Studien belegen, dass der Hype um die virtuellen sozialen Netzwerke auch in den nächsten Jahren nicht verblasen wird (PwC, 2008).

Auch die Autorin ist davon überzeugt, dass in den nächsten Jahren virtuelle soziale Netzwerke für das Human Resource Management zunehmend an Bedeutung gewinnen.

Quellenverzeichnis

Angermeier, M. (2005). Die Prinzipien des Web 2.0. [Elektronische Ressource]. Verfügbar unter: <http://nerdwideweb.com/web20/index.html#web20de> [2009-11-30].

Boyd, D.M. & Ellison, N.B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13 (1), article 11.

Brücher, H. (2004). Leitfaden Wissensmanagement. Zürich: vdf Hochschulverlag.

Bühner, R. (2005). Personalmanagement. (3. Auflage). München: Oldenbourg.

Comscore (2010). Russia has World's Most Engaged Social Networking Audience. [Elektronische Ressource]. Verfügbar unter: http://comscore.com/Press_Events/Press_Releases/2009/7/Russia_has_World_s_Most_Engaged_Social_Networking_Audience [2010-01-15].

Czajka, S. & Mohr, S. (2009). Internetnutzung in privaten Haushalten in Deutschland. Ergebnisse der Erhebung 2008. [Elektronische Ressource]. In Statistisches Bundesamt, *Wirtschaft und Statistik* 6/2009. Verfügbar unter: http://www.destatis.de/jetspeed/portal/cms/Sites/destatis/Internet/DE/Presse/pm/2009/12/PD09__464__IKT,templatelD=renderPrint.psml [2010-01-22].

Datamonitor (2008). Online social networking is booming. [Elektronische Ressource]. In M. Marth, *Soziale Netzwerke boomen*. Verfügbar unter: http://www.focus.de/digital/internet/studie-soziale-netzwerke-boomen_aid_299612.html [2009-11-23].

DGFP (2008a). Web 2.0 - Chance oder Risiko für das Personalmanagement? [Elektronische Ressource]. Verfügbar unter: <http://www.dgfp.de/media/content-downloads/1512/webundpmpdf> [2010-01-15].

DGFP (2008b). Web 2.0 im Personalmanagement. [Elektronische Ressource]. Verfügbar unter: http://www.dgfp.de/media/content-downloads/546/web_2-0_pm.pdf?XSID=bbdad550a99eac1c2b270283287d9a6a [2010-01-03].

Digman, J.M. (1989). Five robust trait dimensions: Development, stability, utility. *Journal of Personality*. 57 (2), 195-214.

Dingeldey, D. & Huber, F. (2002). *Handbuch Domain Namen. Alles über Internet-Domains*. (2. Auflage). Norderstedt: books on demand.

Facebook (2009a). A great start to 2009. [Elektronische Ressource]. Verfügbar unter: <http://blog.facebook.com/blog.php?post=46881667130> [2009-11-11].

Facebook (2009b). facebook info. [Elektronische Ressource]. Verfügbar unter: http://de-de.facebook.com/posted.php?id=125169845209&share_id=240173131692&comments=1 [2009-11-11].

Fachhochschule Hannover (2009). Studienvoraussetzungen. [Elektronische Ressource]. Verfügbar unter: http://www.fakultaet4.fh-hannover.de/studium/bachelor-studien_gaenge/betriebswirtschaftslehre-bba/studienvoraussetzungen/index.html [2009-12-12].

Fehr, T. (2006). Big Five: Die fünf Dimensionen der Persönlichkeit und ihre 30 Facetten. In Simon, W. (Hrsg.), *Persönlichkeitsmodelle und Persönlichkeits-tests*. Offenbach: Gabal.

Fiedler, P. (2007). *Persönlichkeitsstörungen*. (6. Auflage). Basel: Beltz.

Fraunhofer Institut für sichere Informationstechnologie (2008). Privatsphärenschutz in Soziale-Netzwerke-Plattformen. [Elektronische Ressource]. Verfügbar unter: http://www.sit.fraunhofer.de/fhg/Images/SocNetStudie_Deu_Final_tcm105-132111.pdf [2010-01-16].

Free, J. (2009). VZ-Gruppe verspricht besseren Datenschutz. [Elektronische Ressource]. In *Zeit Online, Datenschutz*. Verfügbar unter: <http://www.zeit.de/online/2009/31/datenschutz-garantie-versprechen-studiVZ>, [2009-11-11].

Gartner (2007a). Gartner Says Business Potential of Social Networking Web Sites Remains Largely Untapped. [Elektronische Ressource]. Verfügbar unter: <http://www.gartner.com/it/page.jsp?id=718107> [2009-11-23].

Gartner (2007b). Gartner Identifies the Top 10 Strategic Technologies for 2008. [Elektronische Ressource]. Verfügbar unter: <http://www.gartner.com/it/page.jsp?id=530109> [2009-11-23].

- Geißler, H. & Thomas, C. (2008). Auszug SNB Social Network Barometer. [Elektronische Ressource]. Verfügbar unter: www.psychonomics.de/filemanager/download/1897 [2010-01-15].
- Gmür, M. & Thommen, J.-P. (2007). Human Resource Management. Strategien und Instrumente für Führungskräfte und das Personalmanagement. (2. Auflage). Zürich: Versus.
- Goldberg, L. R. (1993). The structure of phenotypic personality traits. *American Psychologist*, 48 (1), 26-34.
- Hauer, G., Schüller, A., Strasmann, J. (2002). Kompetentes Human Resource Management. Wiesbaden: Gabler.
- Hippner, H. (2006). Bedeutung, Anwendungen und Einsatzpotenziale von Social Software. *HMD - Praxis und Wirtschaftsinformatik* 43 (252), 6-16.
- Hippner, H. & Wilde, T. (2005). Social Software. *Wirtschaftsinformatik* 47 (6), S. 441-444.
- Holling, H. & Liepmann, D. (2004). Personalentwicklung (S. 345-383). In H. Schuler (Hrsg.), *Lehrbuch Organisationspsychologie*. Bern: Huber.
- iq marketing (2009). studiVZ.net factsheet 2009. [Elektronische Ressource]. Verfügbar unter: http://www.iqm.de/fileadmin/Mediendatenbank/Online/studiVZ.net/Download/FSon_studivz_de_0914__3_.pdf [2009-11-11].
- Johannes Gutenberg-Universität Mainz (2009). Persönlichkeit 2.0: Was offenbaren StudiVZ-Profilen über ihre Besitzer? Studie zu Selbstdarstellung und sozialer Wahrnehmung in Online Social Networks. [Elektronische Ressource]. Verfügbar unter: <http://www.uni-mainz.de/presse/33250.php> [2010-01-20].
- Jung, H. (2008). *Personalwirtschaft*. (8. Auflage). München: Oldenbourg.
- Kammer für Arbeiter und Angestellte für Wien (2009). FACEBOOK, MYSPACE & CO. Soziale Netzwerke im Internet, Analyse und Tipps. [Elektronische Ressource]. Verfügbar unter <http://www.arbeiterkammer.at/bilder/d101/RatgeberSozialeNetzwerke.pdf> [2009-11-11].
- Kerres, M. (2001). *Multimediale und telemediale Lernumgebungen. Konzeption und Entwicklung*. (2. Auflage). München: Oldenbourg.

- Kolb, M. (2008). Personalmanagement. Grundlagen-Konzepte-Praxis. Wiesbaden: Gabler.
- Loitz, T. (2001). Europäische Öffentlichkeit dank Internet? Politische Öffentlichkeitsarbeit am Beispiel der Europäischen Kommission. Hamburg: Lit.
- McGregor, D.M. (1960). The human side of enterprise. New York: McGraw-Hill.
- Milgram, S. (1967). The Small World Problem. Psychology Today 1 (1), 60-67.
- Mentzel, W. (2008). Personalentwicklung. Erfolgreich motivieren, fördern und weiterbilden. (3. Auflage). München: dtv.
- Nicolai, C. (2009). Personalmanagement. (2. Auflage). Stuttgart: Lucius & Lucius.
- Oechsler, W.A. (2006). Personal und Arbeit. Grundlagen des Human Resource Management und der Arbeitgeber-Arbeitnehmer-Beziehungen. (8. Auflage). München: Oldenbourg.
- O`Reilly, T. (2005a). What is Web 2.0. [Elektronische Ressource]. Verfügbar unter <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html> [2009-11-11].
- O`Reilly, T. (2005b). Web 2.0: Compact Definition? [Elektronische Ressource]. Verfügbar unter <http://radar.oreilly.com/archives/2005/10/web-20-compact-definition.html> [2009-11-11].
- Orzel, E. (2010). Nutzbarkeit virtueller sozialer Netzwerke für die Personalauswahl. [Elektronische Ressource]. Verfügbar unter: http://opus.bsz-bw.de/fhhv/volltexte/2010/294/pdf/2010_01_21_EO_Nutzbarkeit_virtueller_sozialer_Netzwerke_fuer_die_Personalauswahl2.pdf [2010-01-27].
- PwC (2008). Web 2.0 Soziale Netzwerke - Modeerscheinung oder nachhaltiges Geschäftsmodell? [Elektronische Ressource]. Verfügbar unter: http://www.pwc.de/portal/pub/!ut/p/kcxml/04_Sj9SPyks_sy0xPLMnMz0vM0Y_QjzKLd4p3tggDSYGYLm4W-pEQhgtEzCDeESICUuXrkZ-bqh-k760foF-QGxpR7uioCABoCws4/delta/base64xml/L3dJdyEvd0ZNQUFzQ_UMvNEIVRS82X0JfQzIF?siteArea=49cbd5c0e668d282&content=e52522060_b1069f&topNavNode=e=49c411a4006ba50 [2009-11-13].

Sauter, A., Sauter, W., Bender, H. (2002). Blended learning – Effiziente Integration von E-learning und Präsenztraining. Köln: Luchterhand.

Scholz, C. (2000). Personalmanagement. (5. Auflage). München : Vahlen.

Siemens (2009). Siemens zum anhören. [Elektronische Ressource]. Verfügbar unter: <http://www.siemens.de/AKTUELLES/PODCAST/Seiten/home.aspx> [2009-12-29].

Spiegel online (2009). Datenpanne drängt SchülerVZ in die Defensive. [Elektronische Ressource]. Verfügbar unter: <http://www.spiegel.de/netzwelt/netzpolitik/0,1518,655820,00.html> [2010-01-15].

Stegbauer, C. & Jäckel, M (2008). Social Software. Formen der Kooperation in computerbasierten Netzwerken. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.

Stock-Homburg, R. (2008) Personalmanagement. Theorien-Konzepte-Instrumente. Wiesbaden: Gabler.

StudiVZ (2009). Impressum. [Elektronische Ressource]. Verfügbar unter: <http://www.studivz.net/l/impressum> [2009-11-11].

StudiVZ (2006). Pressemitteilungen. [Elektronische Ressource]. Verfügbar unter: <http://www.studivz.net/l/press/10> [2009-11-11].

Wahlter, D (2009). Green Business - das Milliardengeschäft. Nach den Dot-coms kommen jetzt die Dot-greens. Wiesbaden: Gabler.

Weigert, M. (2008). 149 Social Networks aus Deutschland. [Elektronische Ressource]. Verfügbar unter: <http://netzwertig.com/2008/04/15/zn-aktuelles-ranking-149-social-networks-aus-deutschland/> [2009-12-27].

Weuster, A. (2008). Personalauswahl. Anforderungsprofil, Bewerbersuche, Vorauswahl und Vorstellungsgespräch. (2. Auflage). Wiesbaden: Gabler.

Winter, S. (1997). Möglichkeiten der Gestaltung von Anreizsystemen für Führungskräfte, Die Betriebswirtschaft, 57 (5), 615-629.

XING (2009a). Q & As. [Elektronische Ressource]. Verfügbar unter: <http://corporate.xing.com/deutsch/investor-relations/basisinformationen/q-as/> [2009-11-10].

XING (2009b). XING Hilfecenter. [Elektronische Ressource]. Verfügbar unter:
<http://www.xing.com/help/hilfe-und-faq-2/die-funktionen-von-xing-53/mitgliedschaft-rechnung-64/welche-arten-von-mitgliedschaften-gibt-es-101>
[2009-11-10].

