

Newsletter NOV 09 – TrendPape(R)

Startseite



NEWSLETTER NOV 09 – TRENDPAPE(R) NOV 09

Inhalt und Themen dieser Ausgabe:

1. Twitter als Werkzeug der aktiven Personalsuche - macht das heute schon Sinn? *von Christian Pape*
2. Sicherheit und Selbstvertrauen in der Eigenpräsentation! *von Ulrike Pape, Beraterin und Personal Coach*
3. Employer Branding heute. *von Günter Reinhold*
4. 90% der Bewerbungsunterlagen sind für die Tonne! *von Christian Pape*
5. Recruiting in wirtschaftlich unsicheren Zeiten. *von Reent Würdemann, 21. Oktober 2009*
6. Deutsche Elektroindustrie auf dem Weg aus der Krise? *von Raimund Gentil, 21. Oktober 2009*
7. Versicherungs- und Finanzspezialisten in einem Wachstumsmarkt. *von Christian Spitschka, 21.10.2009*
8. Das Zeitalter der Partizipation *von Jürgen Rohrmeier*
9. Begriffsdefinition aus dem Web 2.0

Klicken Sie auf den jeweiligen Beitrag oder scrollen Sie einfach nach unten. Viel Spass beim Lesen!

Ihr PAPE Team

NEWSLETTER NOV 09 – TRENDPAPE(R)

Twitter als Werkzeug der aktiven Personalsuche - macht das heute schon Sinn?

von Christian Pape, 21. Oktober 2009

Was versteht man unter Twitter?

Twitter ist ein 2006 gegründetes soziales Netzwerk und Internetblog, in dem, für jedermann weltweit einsehbar, Tagebuch geführt wird. Man kann sich das folgendermaßen vorstellen: Alle 6,7 Milliarden Menschen auf der Welt handeln und denken jeden Tag aufs Neue und möchten ihre Gedanken und gerade gemachten Erfahrungen mit anderen Menschen teilen - Jemandem in Italien ist gerade sein neues Motorrad kaputt gegangen, während gerade ein anderer in Japan seine große Liebe kennen lernt. Oder ein junger Mann aus Augsburg entwickelt mit seinem neu gegründeten Unternehmen eine neue Software und lädt zum Testen ein. All das kann spontan kommuniziert werden. Angemeldete Benutzer von Twitter können sich in Form von sogenannten "Micro-Blogs" oder "Tweets", die auf 140 Zeichen begrenzt sind, zu den verschiedensten Themenbereichen austauschen oder einfach nur mitlesen. Für die Leser der Beiträge (die sog. Follower) besteht auch die Möglichkeit, sich die Beiträge über RSS-Feeds abonnieren zu lassen! Auch Prominente wie Paris Hilton oder Brad Pitt sind dort vertreten und für viele ist es nun einmal spannend, den Tag eines Promis live mitzuerleben.

Wie kann man Twitter zur Personalsuche und zum Recruiting verwenden?

Der Blogging-Dienst Twitter bietet eine sehr große Anzahl an Möglichkeiten, auch die Recherche nach qualifiziertem Personal ist über diesen Dienst möglich. Die Benutzer von Twitter kommunizieren über alle Dinge, die sie bewegen – so auch über den Beruf und das Berufsleben. Menschen unterhalten sich eben sehr gerne untereinander über ihren Job und ihre beruflichen Ziele. Diesen Umstand können Personalverantwortliche nutzen, um geeignete und qualifizierte Kandidaten zu finden. Denn Twitter bietet über eine eigene Suchfunktion, die sog. Twittersuche, die Möglichkeit, alle Beiträge der Benutzer nach den für den Personaler relevanten Stichwörtern zu durchsuchen (z.B. Java, Softwareentwickler, etc.). Oft tauschen sich die potentiellen Kandidaten auch offen über ihre momentane berufliche Gegenwart und Zukunft aus – damit kann ein Personaler wechselwillige Kandidaten identifizieren.

Ist dann der interessante, potentielle Kandidat identifiziert, kann er weitere, intensivere Recherchen über die Person vornehmen. Dies geschieht dann in der Regel über soziale Businessnetzwerke im Internet wie Xing oder LinkedIn oder Personensuchmaschinen. Falls der Kandidat dann immer noch „passt“, kann er mit dem Kandidaten anhand der Option „Verfolgen“ per Telefon oder E-Mail Kontakt aufnehmen. Es besteht zudem die Möglichkeit der Kontaktaufnahme durch eine Kurzmitteilung (message), die aber aufgrund der Begrenzung auf 140 Zeichen kurz und bündig sein muss.

Des Weiteren kann der Personalverantwortliche bzw. das Unternehmen mit Hilfe von Stellenausschreibungen in Twitter aktiv qualifiziertes Personal suchen. Allerdings muss hierzu beachtet werden, dass eine schnelle Verbreitung der Stellenausschreibung und somit auch eine entsprechende Anzahl an Bewerbern am besten mit einem intakten und großem Netzwerk zu bewerkstelligen ist. Von einer wahren Bewerber-SPAM kann ausgegangen werden, das heißt, das suchende Unternehmen wird mit E-Mails geflutet. Allerdings kann die Stellenausschreibung über Twitter auch über die Suchfunktion von Twitter gefunden werden.

Wie kann man am effektivsten Twitter durchsuchen?

Es existieren eine ganze Reihe von Suchmethoden bzw. Tools, mit denen der Personaler Twitter nach Kandidaten durchsuchen

Quicktour, weiter

NEWSLETTER TRENDPAPE(R)

Anmelden

wenn Sie zukünftig unseren Newsletter TRENDPAPE(R) per E-Mail von uns erhalten wollen

Abmelden

wenn Sie zukünftig keinen Newsletter von uns erhalten wollen

TRENDPAPE(R)-ARCHIV ZUM DOWNLOAD

Nov 2009 als pdf

Juli 2009 als pdf

Dezember 2008 als pdf



kann.

Das erste Tool, welches aktiv zur Personalsuche und zum Personalrecruiting verwendet werden kann, ist die zur Zeit am häufigsten verwendete Twitter-Suchmaschine: search.twitter.com. Mit Hilfe dieser Suchmaschine lassen sich entweder durch die Standardsuche oder der erweiterten Suche passable Suchergebnisse erzielen. Zur Verfeinerung der Suchergebnisse können, wie bei den meisten Suchmaschinen, Boolesche Operatoren (AND, OR, NOT) zum Einsatz kommen. Leider sind die Suchergebnisse nicht nach Relevanz sortiert, sondern chronologisch und es werden nur Twitterergebnisse berücksichtigt. Jedoch können die Ergebnisse kombiniert werden und es ist möglich sich neue Suchergebnisse über RSS-Feeds abonnieren zu lassen.

Als zweites Werkzeug lässt sich mit der twitterinternen Jobsuchmaschine Jobtwee.de gezielt nach passenden Kandidaten Ausschau halten. Diese neue, bisher einzige weltweite interne Jobsuchmaschine für Twitter wurde erst kürzlich Mitte Juni 2009 als Reaktion auf die vermehrte Verwendung von Twitter als Jobsuche-Tool und Recruitment-Tool eingeführt. Von der technischen Seite betrachtet verwendet das neue Suchmodul mehrere Datenbanken, Suchmaschinen und eigene Filter und liefert bessere und genauere Ergebnisse als serach.twitter.com

Die dritte Möglichkeit zum Durchsuchen von Twitter nach geeigneten Kandidaten ist die populärste und am meisten verwendete Suchmaschine: Google. Über Google ist es problemlos möglich, Twitter gezielt nach den gewünschten Schlüsselwörtern zu durchsuchen. Vorteilhaft bei der Googlesuche ist zum einen, dass die Suche deutlich schneller und zum anderen exakter ist als bei search.twitter.com.

Fazit: Die aktive Personalsuche ist möglich, wenn auch die Ergebnisse daraus dürrig sind und viel Follow up Arbeit notwendig ist, um die Ergebnisse dann auch brauchbar zu "verifizieren". Hier sind soziale Netzwerke wie Xing oder LinkedIn noch weit im Vorteil, weil der Informationsgehalt über die Personeneinfach um ein Vielfaches größer ist. Twitter ist ein Modernetzwerk und zum "Zwitschern", also verfassen von kurzen Nachrichten geeignet. Dabei sollte man es unserer Meinung im jetzigen Zustand auch belassen.

[zurück zum Inhaltsverzeichnis...](#)

Sicherheit und Selbstvertrauen in der Eigenpräsentation

von *Ulrike Pape, Beraterin und Personal Coach, 21. Oktober 2009*

Im Berufsleben gibt es immer wieder Situationen, wo wir unseren sogenannten „Mann“ stehen müssen – uns zeigen müssen. Situationen, in denen wir selbstbewusst und authentisch auftreten wollen bzw. es von uns erwartet wird.

Was ist, wenn in bestimmten Situationen plötzlich die innere Nervosität die Kontrolle übernimmt, unsere Gedanken sich eher überschlagen und wir nach Außen hin eher hektisch und unsicher wirken.... Alles andere also als souverän!

Die Chance: Gewinnen Sie in der Eigenpräsentation mehr Selbstsicherheit und Selbstvertrauen!



Ganz gleich, ob es sich um eine Produktpräsentation vor einem wichtigen Kunden handelt oder wir uns in einem Vorstellungsgespräch präsentieren, stehen viele von uns genau in solchen Momenten unter extrem hoher innerer Anspannung bzw. Stress. Das Ergebnis ist dann häufig: der Ausdruck ist unsicher, eine hektische bis kraftlose Stimme, Gedankenlöcher blockieren ein systematisches Vorgehen und lassen teils wertvolle Aussagen ganz vergessen. Die Erscheinungsformen sind so individuell wie der Mensch es ist und die Liste an negativen Erscheinungsbildern könnten wir ewig fortsetzen.

Bei negativen Erfahrungen dieser Art folgen dann viele von uns dem Impuls sich auf dem Weiterbildungsmarkt Hilfe zu suchen. Ein Rhetorikkurs oder ein Training in Körpersprache wird gebucht. Es gibt hierfür exzellente Angebote und man kann sich hierüber wirklich eine Menge aneignen und sein Ausdrucksspektrum positiv erweitern. Aber was ist, wenn trotz aller Vorbereitungen und aller Kurse in ganz bestimmten Situationen dieser innere Druck einem nach wie vor das Leben schwer macht. Wenn die Hände feucht werden und der Schweiß sich langsam auf der Stirn bildet?

„Mit der Zeit vergeht das!“ „Es war doch gar nicht so schlecht“ kennen Sie diese wohlgeformten Gut-ZuRede-Formulierungen auch? Die helfen doch ganz besonders und heben sofort die Stimmung! Nein, tun sie eben nicht!

Da gibt es diesen Kollegen, der macht das mit Links. Tritt bei den Veranstaltungen souverän auf, zieht aus seinem vollen Repertoire die benötigten Register und überzeugt durch sein authentisches Auftreten. „Und wie komme ich dahin?“, werden Sie sich fragen.

Frau K., eine Klientin von mir, ist seit vielen Jahren in der Controllingabteilung eines Münchner Unternehmens. Sie hat ein betriebswirtschaftliches Studium abgeschlossen und bildet sich in Eigeninitiative regelmäßig weiter. Ihr Chef und ihre Kollegen schätzen ihr fachliches KnowHow und sie ist eine gern gesehene Kollegin. Sie gilt als zielstrebig, engagiert und behält den Überblick. Als die Position Leiter Controlling frei wird, sieht Frau K. sofort ihre Chance.

Frau K. bringt für diese Position fundierte fachliche sowie persönliche Voraussetzungen mit und es wäre für sie der nächste Entwicklungsschritt in ihrer beruflichen Karriere.

Im Gespräch erzählt Frau K., dass sie es gewohnt ist, ihre fachlichen Ergebnisse regelmäßig vor dem Team zu präsentieren. Sie ist rhetorisch ausdrucksstark und sie strahlt eine natürliche Kompetenz aus.

„Aber sobald ich mich selber präsentieren muss, fühle ich mich unsicher – nicht gut genug!“ schildert Frau K. ihre Not. Wenn sie diesen Job haben möchte, ist es aber notwendig, sich selbstbewusst und fachlich kompetent zu positionieren.

In diesem Fall hat die Klientin eine positive Ressource direkt aus ihrem Umfeld erfahren und wir nutzen diese Ressource. Mit modernen Techniken aus der Gehirnforschung arbeiten wir an dem belastenden Thema und verknüpfen die Ressourcenerfahrung mit dem zukünftig bevorstehenden Ereignis. „Wie soll das denn gehen?“, eine berechtigte Frage.

Negative Erfahrungen aus der Vergangenheit führen zu inneren Blockaden, hindern uns frei und gelassen zu agieren. Diese Formatierung unserer Festplatte bewirkt eine Blockierung unseres Denkens und Handelns und wandert in entsprechenden Situationen direkt zu den alten belastenden Emotionen. Der Zugang zu unseren Fähigkeiten ist versperrt.

Und Logik hilft uns da auch nicht weiter. Mit Brainspotting nutzen wir eine sehr zielgerichtete Methode aus der modernen Gehirnforschung. Eine Möglichkeit endlich sich von alten Blockaden zu lösen.

Unser Gehirn ist ein Genie und hat Zugriff auf alle bisher gemachten Erfahrungen, Gedanken und Emotionen. Die Dimensionen unseres Gehirns können wir nach wie vor noch nicht voll abschätzen. Doch wir wissen, dass unser Gehirn zu jedem Zeitpunkt nur das verarbeitet, was wir benötigen und ständig neue Informationen aufnimmt.

Jeder von uns hat die Möglichkeit Gelerntes auch wieder zu Verlernen und entsprechend Neues zu lernen. Mit Hilfe von Brainspotting werden die Gedanken neu sortiert, gemachte Erfahrungen und Wissen wird genutzt. Mit Brainspotting ermöglichen wir den direkten Zugang zu unseren benötigten Ressourcen und damit verbundenen positiven Emotionen. Ein kraftvolles und sicheres Erleben wird möglich.

Wir arbeiten mit Frau K. an alten, längst überfällig gewordenen Überzeugungen und setzen gezielt an positive Erfahrungen, mit den damit verbundenen Ressource wie z.B. Selbstsicherheit, klare Gedanken und überzeugende Rhetorik, an. Mit der Imagination der bevorstehenden Situation verknüpfen wir die benötigten Fähigkeiten und Frau K. probt sozusagen ihr Vorstellungsgespräch mit diesen kraftvollen Ressourcen. Ein ganz neues Körpergefühl wird für Frau K. fühlbar. „Ich freu mich nun richtig auf dieses Gespräch – ich bin genau die Richtige für diesen Job“, sind ihre Aussagen. Frau K. ist über Ihren Optimismus selber überrascht und wir verabschieden uns.

Ein weiterer wichtiger Aspekt dieser Methode: Nach Einweisung kann man zu Hause eigenständig weiter an sich arbeiten. Ein nachhaltiges Wirken ist damit sicher gestellt.

Die Chance für Sie: In der Eigenpräsentation mehr Selbstsicherheit und Selbstvertrauen gewinnen!

[zurück zum Inhaltsverzeichnis...](#)

Employer Branding heute

von Günter Reinhold, 21. Oktober 2009

Das Internet ist für potentielle und qualifizierte zukünftige Mitarbeiter erste Wahl bei der Informationsbeschaffung. Doch bei vielen Unternehmen scheint dies noch nicht angekommen zu sein.

Der erste Einstieg, um ein Unternehmen kennen zu lernen führt nahezu immer über das Internet. Hierbei spielt natürlich die generelle Auffindbarkeit eines Unternehmens eine grosse Rolle, sowie die Gestaltung und Übersichtlichkeit der Homepage. Doch potentielle neue Mitarbeiter erhalten ihren ersten Eindruck, sozusagen als Visitenkarte, über die Darstellung des Unternehmens als Arbeitgeber. Auf den Karrierewebsites nehmen viele Unternehmen die Chance nicht oder nur unzureichend wahr, sich als attraktiver Arbeitgeber, mit klaren Unterschieden zu Wettbewerbsunternehmen, zu präsentieren. Hier haben grosse Unternehmen sicherlich einen Vorteil, da sich ganze Heerscharen von Mitarbeitern an der Konzeption und Umsetzung beteiligen. Heraus kommt jedoch häufig ein vielschichtiges, sehr überfrachtetes und mit langen Texten versehenes Werk, das den Besucher der Website überfordert, langweilt oder sogar abschreckt. Hier haben innovative Unternehmen, unabhängig von ihrer Grösse und ihrer Bedeutung, eine gute Chance sich zu differenzieren. Durch den Einsatz von neuen Medien (wie z.B. Podcast oder Videos) und entsprechender Visualisierung kann die Attraktivität des Unternehmens für den Betrachter erheblich gesteigert werden.

Aktuell führt die Pape Consulting Group, gemeinsam mit der Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation in München, hierzu eine Studie durch, die in Kürze erscheinen wird.

[zurück zum Inhaltsverzeichnis...](#)

90% der Bewerbungsunterlagen sind für die Tonne!

von Christian Pape, 21. Oktober 2009

Der Lebenslauf ist die Visitenkarte im Arbeitsmarkt, die persönliche Duftmarke. Er spiegelt die individuellen Talente, Fähigkeiten, den Marktwert und die gesamte Wertschöpfung wider. Er zeigt, was man sich bei all dem gedacht haben, was man bisher so beruflich getrieben haben. Er ist der rote Faden des beruflichen Tuns. Mit allen Ecken und Kanten.



Warum geht man dann so gleichgültig mit ihm um, wenn es darum geht, sich auf seine "Traumposition" zu bewerben?

Es ist ein Jammer, viele Personalverantwortliche klagen über Lawinen von einfallslosen Lebensläufen, die sie erhalten. Viele davon sind nur Bewerbungsschrott. Grund ist oft, daß man sich aus zweitklassigen Büchern und von selbst ernannten Experten Rat holt und mit dem Nutzen von Vordrucken und fragwürdigen Empfehlungen dafür sorgt, das alle Lebensläufe gleich aussehen. Immer die gleichen Formulierungen, immer die gleichen Floskeln, immer der gleiche Aufbau. Ein Jammer der Gleichmacherei. Die Krönung sind übrigens „Powerpoint-Präsentationen“ über sich. Die verwendeten Ampel- und Krümelmannchen kennt jeder und sind der Gipfel der Einfallslosigkeit. Sich in einer Slightshow zu präsentieren mit Bullet-Points und heroischen Statements – da sollte sich nun wirklich jeder fragen, ob das der richtige Rahmen ist.

Der Lebenslauf soll, wie der Name schon sagt "leben". Er sollte die Einzigartigkeit seiner Talente und Fähigkeiten, bezogen auf den Job, für den man sich bewirbt ausdrücken. Statt dessen gibt es meist inhaltslosen Einheitsbrei, ohne Bezug zur Position. "Killerphrasen" nennt das der genervte Personalverantwortliche. Man überläßt es meist dem Leser zu beurteilen, ob man auf die Position paßt oder nicht und hofft, daß er sich dazu überhaupt die Zeit nimmt. Genau das passiert aber nicht, schon gar nicht in der jetzigen Zeit, wo Unternehmen und Personalberater mit "CV's" überflutet werden.

Es ist wichtig, sich im Vorfeld genau zu überlegen, was man kann und was nicht und warum man sich in diesem konkreten Fall bewirbt. Initiativbewerbungen sind heute auch kein probates Mittel, diese landen seltenst dort, wo man sie gern haben möchte. Man "nervt" damit eher als dass es hilft. Resultat ist dann eine Absage, die ist dann nicht nur frustrierend sondern sorgt auch noch dafür, dass man in der Bewerberkartei als "abgesagt" vorverurteilt ist und sich für wirklich geeignete Funktionen in diesem Unternehmen schon "ins Aus gekegelt hat".

Weniger ist daher mehr: Bewerben sollte man sich nur, wenn man auch wirklich deckungsgleich auf eine Position passt, die Auswahl der suchenden Unternehmen, das heisst die Konkurrenz, ist heute zu groß. Und: Hände weg von Initiativbewerbungen.

Es gibt eine Menge mehr, was man beachten sollte, Hilfe holt man sich am Besten in einem Karrieregespräch bei uns. Fragen Sie uns! [Mehr zur Karriereberatung](#)

[zurück zum Inhaltsverzeichnis...](#)

Recruiting in wirtschaftlich unsicheren Zeiten

von *Reent Würdemann*, 21. Oktober 2009

In wirtschaftlich schwierigen Zeiten stehen Kostenreduzierungen und Einstellungsstopps ganz oben auf der Liste der Krisenabwehrmaßnahmen. Gleichwohl werden natürlich weiterhin Positionen besetzt, sei es, dass Mitarbeiter gebraucht werden, die Erfahrung in der Bewältigung von Krisensituationen haben, Manager, die in der Lage sind, das Ruder herumzuwerfen oder Mergers organisieren können oder dass Unternehmen ihre Startposition im nächsten Aufschwung durch die Einstellung von Fach- und Führungskräften verbessern wollen.

Die für solche Neueinstellungen Verantwortlichen scheinen Druck zu verspüren, ja keine letztlich kostspieligen und kontraproduktiven Fehlentscheidungen bei der Auswahl von Fach- und Führungskräften zu treffen. Unsere Erfahrungen in der Personalsuche und -auswahl aus der letzten Zeit legt diese Schlussfolgerung nahe.

Die Bedenken sind verständlich: sollten neue Mitarbeiter nicht den Anforderungen entsprechen, kann dies ein Unternehmen in angespannter geschäftlicher Situation weiter schädigen, insbesondere wenn es um Top-Management-Positionen geht. Um so wichtiger ist es, im Auswahlprozess besonders gründlich zu sein.

Risikominimierung ist für manche Unternehmen auch das Motto, wenn bei Kandidatensuche und -auswahl durch Personalberater nur Erfolgshonorare gezahlt werden, also erwartet wird, dass der Personalberater im Recruiting-Prozess in Vorleistung geht. Die Gefahr ist groß, dass die Qualität der Personalauswahl in solch einer wenig partnerschaftlichen Geschäftsbeziehung leidet. Werden Kandidaten dann noch intensiv geprüft? Oder werden Kandidaten bei Klienten ins Gespräch gebracht, die gerade verfügbar, aber nur bedingt zu empfehlen sind?

Ein solches Dienstleistungsmodell kann sich für den Personalberater rechnen, wenn statt intensiver Direktsuche nach den richtigen Kandidaten das Internet als leicht zugängliche Quelle für die Ansprache genutzt wird. Es gibt eine Vielzahl von Jobbörsen, in denen Kandidatenprofile hinterlegt sind, und in den unterschiedlichen Netzwerken stößt man auf eine steigende Anzahl wechselwilliger Fach- und Führungskräfte im „digitalen Tabledance“ (so ein mal die taz über diejenigen, die allzu freizügig private Informationen und Kontaktdaten ins Netz stellen). Der ganz große Haken dabei: Solche Kandidaten haben für alle sichtbar gezeitigt: „ich will hier weg“. Sie können nie exklusiv bei Unternehmen ins Gespräch gebracht werden, zu viele Personalberater, insbesondere die „Lebenslauf-Versender“ springen auf diese Kandidaten an. Schnell disqualifizieren sich solche Kandidaten für attraktive Positionen bei interessanten Arbeitgebern.

Risikominimierung bei der Einstellung neuer Mitarbeiter, also die Vermeidung von Fehlbesetzungen, kann nur gelingen, wenn nur solche Kandidaten in den Auswahlprozess einbezogen werden, die sehr genau den Anforderungen der Position entsprechen und die in die Unternehmenskultur passen.

Einerseits bedeutet dies für Personalberater, beim Klienten intensive Vorarbeit zu leisten, alle Aspekte der Position in Erfahrung zu bringen, das Umfeld kennen zu lernen und die Unternehmens- und Führungskultur sehr genau einzuschätzen. Zum Anderen gilt es, ganz gezielt Kandidaten zu identifizieren und sich nicht nur auf solche zu konzentrieren, die sich gerade anbieten, Interviews gründlich zu führen, als Karriereberater die Perspektiven für den Kandidaten auszuloten und Referenzen zu prüfen.

Personalberater unterstützen so ihre Klienten gerade in wirtschaftlich unsicheren Zeiten, Kandidaten einzustellen, die den Anforderungen der Position sehr genau entsprechen, einen Beitrag für den Erfolg des Unternehmens leisten und in die Kultur der Organisation passen.

Schließlich ist die aktive Begleitung in der Einarbeitungsphase (Onboarding, Coaching) ein zusätzlicher Beitrag, um den Erfolg des neuen Mitarbeiters in der neuen Position und im neuen Umfeld zu gewährleisten.

[zurück zum Inhaltsverzeichnis...](#)

Deutsche Elektroindustrie auf dem Weg aus der Krise?

von *Raimund Gentil*, 21. Oktober 2009

Laut ZVEI (Zentralverband Elektrotechnik- und Elektronikindustrie) ist das Produktionsvolumen der deutschen Elektroindustrie im ersten Halbjahr um 23% gegenüber dem Vorjahreszeitraum gefallen und liegt damit noch unter dem Niveau von 2005.

Insgesamt wird für das Jahr ein Rückgang um 20% erwartet, wobei man für 2010 bereits wieder mit einem Zuwachs von 6% rechnet. Bis das Produktionsvolumen von 2008 wieder erreicht wird werden wohl noch einige Jahre vergehen.

Welche Auswirkungen hat dies auf die Beschäftigungsaussichten in dieser wichtigen Branche?

Von größeren Entlassungen wurde bisher (abgesehen von der Insolvenz der Firma Qimonda) nicht berichtet, weil, wie in anderen Branchen, die Unterbeschäftigung bisher gut über Kurzarbeit abgefangen werden konnte. Aber viele Betriebe werden demnächst an einen Punkt kommen, wo Kurzarbeit nicht mehr verlängert werden kann. Es steht zu befürchten, dass es dann vermehrt zu Personalkapazitätsanpassungen, sprich Entlassungen kommen wird. Allerdings werden die Elektro- und Elektronikfirmen

versuchen, die wirklichen Spezialisten in F&E, Anwendungsunterstützung, Vertrieb und Fertigung, d.h. die gut ausgebildeten und erfahrenen Ingenieure zu halten, solange es irgendwie geht, denn dass es mittelfristig wieder einen Ingenieurmangel geben wird, ist so sicher wie das Amen in der Kirche.

Selbst gegenwärtig stellen Branchenführer wie Siemens Ingenieure ein, allerdings sehr selektiv und fast ausschließlich in den von der Krise kaum getroffenen Bereichen Energietechnik und Medizintechnik.

Sehr bedenklich sieht es im Allgemeinen dagegen in den Bereichen Bauteilefertigung und Baugruppenfertigung aus. Neben der oben erwähnten Pleite des letzten europäischen Speicherchip-Herstellers Qimonda geht es fast allen Herstellern aktiver oder passiver Bauteile, wie auch den Elektronikdienstleistern ausgesprochen schlecht.

Aber auch in diesem Bereich gibt es noch offene Stellen: Infineon hat auf seiner Webseite 27 Stellen für Ingenieure an verschiedenen deutschen Standorten. Und auch weniger bekannte Firmen bieten vereinzelt freie Stellen, wie z.B. Entwicklungs-Ingenieure für die Entwicklung von integrierten Schaltungen (PREMA, Mainz).

Länger muss man dann allerdings im Bereich Elektronikdienstleister nach Firmen mit aktuellem Personalbedarf suchen. Bei Branchenführern, wie z.B. Zollner, findet sich z.Zt. keine einzige Vakanz, aber auch in diesem Segment gibt es immer noch (oder auch wieder) Firmen, die Spezialisten einstellen, wie z.B. die Fa. Bebro Electronic.

Im Bereich Mikrosystemtechnik (MEMS) hat sich Deutschland in den letzten Jahren zum Weltmarktführer entwickelt. Nach Angaben des VDI wollen 45 % der in dieser Branche tätigen Firmen in Zukunft mehr in F&E investieren. Entsprechend wird auch hier noch eingestellt. Ähnliches gilt für Firmen die im Bereich der regenerativen Energien tätig sind (z.B. SMA).

Fazit: Die deutsche Elektro-/Elektronikbranche durchlebt eine schwere Krise, die sicherlich bei so mancher Firma noch zu negativen Entwicklungen im Personalbereich führen wird. Allerdings scheint das Schlimmste doch überstanden und es gibt – insbesondere für spezialisierte Ingenieure – Chancen, attraktive Stellen in der Branche zu finden – Mobilität und Flexibilität vorausgesetzt.

[zurück zum Inhaltsverzeichnis...](#)

Versicherungs- und Finanzspezialisten in einem Wachstumsmarkt

von Christian Spitschka, 21.10.2009

Gerade die Ereignisse der letzten zwei Jahre haben eines wieder in den Fokus gerückt: Die Rente ist nicht sicher. Nicht mehr nur noch das demografische Problem macht den Rentenkassen zu schaffen, sondern zusätzlich die enorm gewachsene Staatsverschuldung wird die gesetzliche Altersvorsorge in neue und innovative Bahnen lenken müssen. Heißt im Klartext: Die private Vorsorge wird weiter an Gewicht gewinnen und der Staat wird sich daran beteiligen müssen.

Eine der Möglichkeiten ist die Betriebliche Altersvorsorge (bAV). Hierfür braucht der Anbieter dieser Finanzprodukte Spezialisten. Sowohl auf strategischer, als auch auf operativer Ebene. Er muss nicht nur die Durchführungswege kennen und diese dem Unternehmen anpassen, sondern er benötigt zudem qualitative Kontakte am Markt.

Diese Mitarbeiter sind Fachleute, die nicht nur das Versicherungsgeschäft der Vermögensanlage beherrschen. Die sozialversicherungsrechtlichen und juristischen Fähigkeiten gehören mit zum Handwerk. Die fachgerechte Präsentation und Abschlussicherheit erfordern ausgeprägte kommunikative Fähigkeiten. Dadurch lässt sich ein langfristiges und kontinuierliches Geschäftsvolumen nicht nur sichern, sondern auch Referenzgeschäfte entwickeln.

Doch diese gefragten Spezialisten haben es gar nicht notwendig, die Angebote der Internetseiten regelmäßig zu durchsuchen. Noch dazu haben alle Unternehmen in ihren Anzeigen ein ähnliches Wording: „innovativ, überzeugend, Leistung wird belohnt, ...“.

Wie wir immer wieder feststellen, ist eine der besten Schnittstellen zu diesen Fachleuten daher das Gespräch. Nur im persönlichen Telefonat lassen sich die spezifischen Vorteile des suchenden Unternehmens für den potenziellen Kandidaten ideal herausarbeiten und sein Interesse wecken. Simple Anrufe „hätten Sie Interesse an Wir schicken Ihnen Infomaterial ...es wird sich jemand bei Ihnen melden ...“ kann Ihren Ruf als gesuchter und kompetenter Arbeitsgeber in Frage stellen.

Daher ist es wichtig, Personalberatungen hierfür zu beauftragen, die eine intensive Branchenerfahrung besitzen. Telefonate mit interessierten Kandidaten dauern oft lange und gehen fachlich sehr in die Tiefe. Wenn der Kandidat gleich zu Beginn einen kompetenten Ansprechpartner in Personal- und Fachfragen hat, ist die Vertrauens- und Interessenbasis für Vorstellungsgespräche im Unternehmen geschaffen.

[zurück zum Inhaltsverzeichnis...](#)

Das Zeitalter der Partizipation von Jürgen Rohrmeier

Das Internet hat unser Leben in den letzten Jahren dramatisch verändert. Die zunehmende Nutzung von Web 2.0 Technologie und den damit verbundenen Möglichkeiten der Vernetzung und unmittelbaren, grenzenlosen Echtzeitkommunikation transformieren unsere Gesellschaft darüber hinaus in einer unglaublichen Art und Weise, wie sie bisher nur sehr selten in der Menschheitsgeschichte aufgetreten ist. Insbesondere die sog. sozialen Netzwerke (social networks oder SN) spielen dabei eine große Rolle nicht nur in gesellschaftlicher Hinsicht, sondern auch für die Arbeitswelt und in ganz besonderer Weise für die Personalarbeit der Zukunft. Welche Aspekte sind dabei von Bedeutung?

- Menschen können sich finden, organisieren und zusammenarbeiten, ohne irgendeine formale Organisation oder die Notwendigkeit der physischen Nähe
- Die Kosten dieser Art der Organisation gehen gegen Null. Dies verändert alles: es bewirkt eine neue Art der Produktivität (z.B. Crowd-sourcing, siehe unten) und einen grundlegenden Wandel in der Definition sozialer Aktivitäten (z.B. Flash-Mobs, siehe unten).
- Wir werden nicht mehr länger passive Konsumenten zu sein.
- Wir werden nicht mehr länger passive Mitarbeiter sein.

Was heisst das für Personalarbeit der Zukunft? Das ist eine Frage, die sich die professionelle "Personalgemeinde" rund um die Welt in diesem Augenblick stellt. Hier ein paar Überlegungen:

77% aller 20-29-jährigen finden Social Networks eine unabdingbare Voraussetzung für erfolgreiches Arbeiten.

Nachwuchstalente wird man nur für das eigene Unternehmen begeistern können, wenn man die Voraussetzungen dafür schafft, z.B. über Blogs, Chatrooms, web-gestützte Konnektivität, unternehmensgeförderte soziale Netzwerke, Twitter und andere ähnliche Anwendungen von web 2.x Technologien.

Soziale Netzwerke werden eine zunehmende Bedeutung in Personalbeschaffung und Personalmarketing erlangen, sei es im Branding als Arbeitgeber, in der Suche nach Kandidaten oder in der Personalauswahl.

Alle Bereiche der Personalarbeit werden über kurz oder lang beeinflusst werden: Personal- und Organisationsentwicklung, Talent Management, Performance Management, Personalrichtlinien, Betriebsvereinbarungen u.v.m.

Unternehmensführung und Personalmanagement werden lernen müssen fundamental anders mit den Mitarbeitern umzugehen, vor allem mit einer geradezu revolutionär größeren Offenheit, und sei es nur um unweigerlich folgende Peinlichkeiten und Unglaubwürdigkeit zu verhindern. Denn all die Millionen Facebook und Twitter Nutzer machen nicht nur sich selbst zur überall verfügbaren öffentlichen Person, sondern auch die Unternehmen. Führungsverhalten, Personalarbeit und Firmenkultur werden zunehmend schonungslos offengelegt und intern wie extern verfügbar gemacht. Personalmanagement wird sich dringend darauf einzustellen müssen.

Folgende Leitprinzipien werden dabei eine Rolle spielen:

Offen ist besser als Ge(bzw. Ver)schlossen

Beziehung ist besser als Transaktion

Zuhören ist besser als Reden.

[zurück zum Inhaltsverzeichnis...](#)

Begriffsdefinition aus dem Web 2.0

Soziale Netzwerke im Sinne der Informatik sind Netzgemeinschaften bzw. Webdienste, die Netzgemeinschaften beherbergen.

Handelt es sich um Netzwerke, bei denen die Benutzer gemeinsam eigene Inhalte erstellen (User Generated Content),

bezeichnet man diese auch als soziale Medien. Soziale Netzwerke stehen umgangssprachlich für eine Form von Netzgemeinschaften, welche technisch durch Web-2.0-Anwendungen oder Portale beherbergt werden. Die Webportale bieten ihren Nutzern üblicherweise folgende Funktionen an:

Persönliches Profil, mit diversen Sichtbarkeitseinstellungen für Mitglieder der Netzgemeinschaft oder generell der Öffentlichkeit des Netzes

Kontaktliste oder Adressbuch, samt Funktionen, mit denen die Verweise auf diese anderen Mitglieder der Netzgemeinschaft

(etwa Freunde, Bekannte, Kollegen usw.) verwaltet werden können (etwa Datenimport aus E-Mail-Konto oder anderen Portalen)

Empfang und Versand von Nachrichten an andere Mitglieder (einzeln, an alle usw.)

Empfang und Versand von Benachrichtigungen über diverse Ereignisse (Profiländerungen, eingestellte Bilder, Videos, Kritiken, Anklopfen usw.)

Blogs

Suche

Soziale Netzwerke, deren Funktionen über die von reinen Webforen und Chats hinausgehen, existieren seit Mitte der 1990er Jahre, eines der ersten Beispiele ist die 1995 gegründete US-amerikanische Schulfreunde-Community Classmates.com. Derartige Websites blieben jedoch bis etwa 2003 weitgehend eine Randerscheinung. Dann setzte auf dem Sektor jedoch ein rascher Boom ein. Im Juli 2005 wurde MySpace für 580 Millionen US-Dollar von der News Corporation gekauft. Im Oktober 2007 kündigte Google die OpenSocial-Initiative an. Dadurch wurde es möglich, Inhalte verschiedener Sozialer Netzwerke durch eine einheitliche Methode zusammenzuführen. Microsoft kaufte am 25. Oktober 2007 einen Anteil von 1,6 Prozent an Facebook und bezahlte dafür 240 Millionen US-Dollar. Durch diese Transaktion wurde Facebook auf dem Papier auf einmal 15 Milliarden US-Dollar wert.

Vorher wurde ein ähnliches Angebot seitens Google abgelehnt und ein Betrag von einer Milliarde US-Dollar, den Yahoo! bezahlen wollte, um Facebook zu übernehmen, nicht angenommen. Im März 2008 hat AOL, die Internettochter des amerikanischen Medienkonzerns Time Warner, das Soziale Netzwerk Bebo für 850 Millionen US-Dollar (ca. 545 Millionen Euro) gekauft. Bebo wurde 2005 gegründet, hatte zur Zeit der Übernahme nach eigener Aussage etwa 40 Millionen Nutzer und ist vor allem in Großbritannien populär. Im August 2008 vermeldete Facebook seinen 100.000.000. Nutzer. Im September 2009 waren 300 Millionen Nutzer bei Facebook registriert.

Beispiele: Facebook, MySpace, Bebo, StudiVZ, SchülerVZ, Lokalisten, LinkedIn, Plaxo, Xing u.v.m.

Crowdsourcing bzw. Schwarmauslagerung bezeichnet im Gegensatz zum Outsourcing nicht die Auslagerung von

Unternehmensaufgaben und -strukturen an Drittunternehmen, sondern die Auslagerung auf die Intelligenz und die Arbeitskraft einer Masse von Freizeitarbeitern im Internet. Eine Schar kostenloser oder gering bezahlter Amateure generiert Inhalte, löst diverse Aufgaben und Probleme oder ist an Forschungs- und Entwicklungsprojekten beteiligt (vgl. Schwarmintelligenz).

Crowdsourcing ist ein 2006 von Jeff Howe und Mark Robinson (Wired Magazine) geprägter Neologismus. Zudem bezeichnet der Begriff Crowdsourcing auch das Insourcing von Ideen. Eine erste sozialwissenschaftliche Annäherung an das junge Phänomen erarbeitet Christian Papsdorf mit folgender Definition: "Crowdsourcing ist die Strategie des Auslagerns einer üblicherweise von Erwerbstätigen entgeltlich erbrachten Leistung durch eine Organisation oder Privatperson mittels eines offenen Aufrufes an eine Masse von unbekanntem Akteuren, bei dem der Crowdsourcer und/oder die Crowdsources frei verwertbare und direkte wirtschaftliche Vorteile erlangen." Diese detaillierte Definition zielt darauf ab, ähnliche Phänomene wie Open Source, Mass Customization oder die These des Arbeitenden Kunden deutlich von Crowdsourcing zu unterscheiden. Crowdsourcing kann auch als Form des elektronischen Handels stattfinden und wird in diesem Zusammenhang als Social Commerce bezeichnet. Dabei werden Kunden eines Anbieters zu „persönlichen Filtern anderer Kunden“ und helfen diesen, das bestmögliche Angebot zu finden. Zudem wird Crowdsourcing als eine Chance zum Ausgleich des globalen Wohlstandgefälles diskutiert.

Der Begriff **Flashmob** (flash – Blitz; mob – von mobilis – beweglich) bezeichnet einen kurzen, scheinbar spontanen

Menschenauflauf auf öffentlichen oder halböffentlichen Plätzen, bei denen sich die Teilnehmer üblicherweise persönlich nicht

kennen. Flashmobs werden über Online-Communities, Weblogs, Newsgroups, E-Mail-Kettenbriefe oder per Mobiltelefon

organisiert. Obwohl die Ursprungsidee explizit unpolitisch war, gibt es mittlerweile auch Flashmobs mit politischem Hintergrund.

Diese müssten auf Grund ihrer Sinnhaftigkeit und Zielgerichtetheit als Smart Mob bezeichnet werden. Diese Aktionsform will mit dem öffentlichen Auftritt einem politischen, gesellschaftlichen oder wirtschaftlichen Ziel zu Aufmerksamkeit verhelfen.

RSS ist ein Service auf Webseiten, der, ähnlich einem Nachrichtenticker, die Überschriften mit einem kurzen Textanriss und einen Link zur Originalseite enthält. Die Bereitstellung von Daten im RSS-Format bezeichnet man auch als RSS-Feed (engl. to feed – im Sinne von versorgen, einspeisen, zuführen). Er liefert dem Leser, wenn er einmal abonniert wurde, automatisch neue Einträge. Der Client sendet also in regelmäßigen Abständen Anfragen zur Aktualisierung des RSS-Feeds an den Server.

RSS wird verwendet, um Artikel einer Website oder deren Kurzbeschreibungen (insbesondere Nachrichtenmeldungen) zu speichern und in maschinenlesbarer Form bereitzustellen. Ein sogenannter RSS-Feed oder Newsfeed (engl. etwa Nachrichteneinspeisung) besteht aus einer XML-Datei, die den reinen strukturierten Inhalt – beispielsweise einer Nachrichtenseite – bereithält, aber keinerlei Layout, keine Navigation oder sonstige Zusatzinformationen beinhaltet. Zahlreiche Webangebote, die regelmäßig Artikel publizieren, stellen eine automatisch generierte RSS-Datei mit den neuesten Artikeln zur Verfügung.

Ursprünglich wurden RSS-Feeds von Nachrichtenseiten (am Beginn auf dem Netscape.com-Portal) zur Content-Syndication verwendet. Das Format erlangte seine heutige Popularität vor allem durch den Einsatz in Weblogs. Mittlerweile haben auch MP3-Portale begonnen, RSS-Feeds zusammen mit Podcasting-Funktionalität einzusetzen.

RSS hat sich vor allem durch Weblogs durchgesetzt, da die meisten Autoren sehr früh RSS-Feeds für ihre Artikel anboten bzw. Weblog-Systeme wie WordPress oder Movable Type diese automatisch generieren und in die Webseite einbinden.

Ursprünglich ging es dabei vor allem um Text. Dies hat sich inzwischen geändert: Podcasts etwa zeigen, dass man auch Audio- oder Video-Inhalte gut via RSS verbreiten kann, die dann z. B. auf tragbare Abspielgeräte ladbar sind.

Technisch gesehen ist RSS eine Familie von XML-basierten Dateiformaten. Die Abkürzung RSS hat in den verschiedenen technischen Spezifikationen eine unterschiedliche Bedeutung:

Rich Site Summary in den RSS-Versionen 0.9x

RDF (Resource Description Framework) Site Summary in den RSS-Versionen 0.9 und 1.0

Really Simple Syndication in RSS 2.0

Flickr (von englisch to flick through something, „etwas durchblättern“, also etwa „Vorrichtung zum Durchblättern“ bzw.

„Durchblätterer“ oder von englisch to flicker, „flimmern“) ist ein kommerzielles Web-Dienstleistungsportal mit Community-Elementen, das es Benutzern erlaubt, digitale und digitalisierte Bilder mit Kommentaren und Notizen auf die Website und so anderen Nutzern zur Verfügung zu stellen. Neben dem herkömmlichen Hochladen über die Website können die Bilder auch per E-Mail oder vom Fotohandy aus übertragen werden und später von anderen Webauftritten aus verlinkt werden.

Flickr wurde von Ludicorp entwickelt, einem 2002 in Kanada gegründeten Unternehmen mit Sitz in Vancouver. Ursprünglich war das Hochladen von Bildern nur ein Aspekt des Online-Spiels, das Caterina Fake und ihr Ehemann Stewart Butterfield programmiert hatten. Diese Komponente kam jedoch besonders gut bei den Benutzern an, was dazu führte, dass die Arbeiten an dem Online-Spiel eingestellt wurden und Flickr in seiner heutigen Form entstand. Im März 2005 wurden Flickr und Ludicorp von Yahoo gekauft. Flickr hat nach eigenen Angaben ca. 5.000 Seitenzugriffe pro Minute und über sieben Millionen registrierte Benutzer. Laut der Suchmaschine Alexa gehört Flickr damit zu den Top-50 am stärksten frequentierten Seiten im Internet. Seit dem 12. Juni 2007 ist Flickr in verschiedenen Sprachen (auch in Deutsch) verfügbar. Am 12. November 2007 wurde das zweimilliardste Foto auf Flickr hochgeladen. Knapp ein Jahr später, am 3. November 2008, wurde das dreimilliardste Foto online gestellt

Ein **Blog** oder auch **Weblog**, Wortkreuzung aus engl. World Wide Web und Log für Logbuch, ist ein auf einer Website geführtes und damit – meist öffentlich – einsehbares Tagebuch oder Journal. Häufig ist ein Blog „endlos“, d. h. eine lange, abwärts chronologisch sortierte Liste von Einträgen, die in bestimmten Abständen umgebrochen wird. Der Herausgeber oder Blogger steht, anders als etwa bei Netzzeitungen, als wesentlicher Autor über dem Inhalt, und häufig sind die Beiträge in der Ich-Perspektive geschrieben. Das Blog bildet ein für Autor und Leser einfach zu handhabendes Medium zur Darstellung von Aspekten des eigenen Lebens und von Meinungen zu spezifischen Themen. Meist sind aber auch Kommentare oder Diskussionen der Leser zu einem Artikel zulässig. Damit kann das Medium sowohl dem Austausch von Informationen, Gedanken und Erfahrungen als auch der Kommunikation dienen. Insofern ähnelt es einem Internetforum, je nach Inhalt aber auch einer Internet-Zeitung. Die Tätigkeit des Schreibens in einem Blog wird als Bloggen bezeichnet. Die Begriffe „Blog“, „Blogger“, „Bloggerin“ und „Bloggen“ haben in den allgemeinen Sprachgebrauch Eingang gefunden und sind schon im Duden eingetragen. Weltweit gibt es über 100 Millionen Blogs.

Ein **Wiki** (hawaiianisch für „schnell“), seltener auch WikiWiki oder WikiWeb genannt, ist ein Hypertext-System für Webseiten, dessen Inhalte von den Benutzern nicht nur gelesen, sondern auch online geändert werden können. Diese Eigenschaft wird durch ein vereinfachtes Content-Management-System, die sogenannte Wiki-Software oder Wiki-Engine, bereitgestellt. Zum Bearbeiten der Inhalte wird eine einfach zu erlernende Markup-Sprache verwendet. Die Online-Enzyklopädie Wikipedia ist eine bekannte Anwendung, welche diese Technik nutzt. Wikis ermöglichen es verschiedenen Autoren, gemeinschaftlich an Texten zu arbeiten. Ziel eines Wikis ist es im Allgemeinen, die Erfahrung und den Wissensschatz der Autoren kollaborativ auszudrücken (Kollektive Intelligenz). Sie können sowohl auf einem einzelnen Rechner (Desktop-Wiki) als auch in lokalen Netzwerken oder im Internet eingesetzt werden. Auch wenn das Konzept vor allem in Verbindung mit der Freie Inhalte-Bewegung bekannt wurde und in dieser ein zentrales Medium zur Inhaltserstellung darstellt, nutzen auch Hersteller proprietärer Inhalte Wikis als Arbeits- und Präsentationsform.

Podcasting bezeichnet das Produzieren und Anbieten von Mediendateien (Audio oder Video) über das Internet. Das Kofferwort setzt sich aus den beiden Wörtern iPod und Broadcasting zusammen. Ein einzelner Podcast (deutsch: ein Hörstück, genauer Hördatei oder Bewegbildei) ist somit eine Serie von Medienbeiträgen (Episoden), die über einen Feed (meistens RSS) automatisch bezogen werden können. Man kann Podcasts als Radio- oder Fernsehsendungen auffassen, die sich unabhängig von Sendezeiten konsumieren lassen. Videos heißen Video podcast, vblog oder Vidcast. Podcasting wäre so als Teilbereich von Video/Audio-on-Demand zu betrachten. Jedoch stehen letztere Begriffe eher für kostenpflichtige und durchsuchbare Dienste, während „Sender“ (im Jargon „Feeds“ genannt) Podcasts in aller Regel kostenlos und in einer vom Konsumenten ausgewählten Menge nach und nach in neuen Folgen anbieten.

Twitter ist ein 2006 gegründetes soziales Netzwerk und Internetblog, in dem, für jedermann weltweit einsehbar, Tagebuch geführt wird. Schon im März 2009 hatte Twitter die 7 Millionen Marke an Usern überschritten (was einer jährlichen Wachstumsrate von 1300% entspricht). Man kann sich das folgendermaßen vorstellen: Alle 6,7 Milliarden Menschen auf der Welt handeln und denken jeden Tag aufs Neue und möchten ihre Gedanken und gerade gemachten Erfahrungen mit anderen Menschen teilen: jemandem in Italien ist gerade sein neues Motorrad kaputt gegangen, während gerade ein anderer in Japan seine große Liebe kennen lernt. Oder ein junger Mann aus Augsburg entwickelt mit seinem neu gegründeten Unternehmen eine neue Software und lädt zum Testen ein. All das kann spontan kommuniziert werden. Angemeldete Benutzer von Twitter können in Form vom

sogenannten "Micro-Blogs" oder "Tweets", die auf 140 Zeichen begrenzt sind, zu den verschiedensten Themenbereichen (freundschaftlich, als auch beruflich und politisch - die politische Dimension von Twitter ist erst kürzlich bei den Protesten im Iran augenscheinlich geworden) austauschen oder einfach nur mitlesen. Für die Leser der Beiträge (die sog. Follower) besteht auch die Möglichkeit, sich die Beiträge über RSS-Feeds abonnieren zu lassen! Auch Prominente wie Ashton Kutcher (der ja einen Twitter Wettbewerb gegen CNN gewann), Paris Hilton oder Brad Pitt sind dort vertreten und für viele ist es nun einmal spannend, den Tag eines Promis live mitzuerleben.

[zurück zum Inhaltsverzeichnis...](#)