

## Yasni (Interview II): Reputationsmanagement, Community, Recht und Trends

(Darmstadt, 17. Februar 2010)

*Im Laufe der Zeit entsteht bei Yasni eine Community um das eigene Profil herum, die so ganz anders ist als die von Xing, Facebook oder Wer kennt Wen (WKW)! Freundlich, offen und kommunikativ entwickelt sich schnell ein virtuelles Gespräch mit anderen Mitgliedern. Ich frage mich so im Stillen, passen meine Kontakte auch auf mein Profil auf, sobald jemand etwas „böses“ anmerkt? Das Gefühl ist, man wird in ein Umfeld gebettet, das beobachtet – bewusst beobachten soll. Denn dafür ist Yasni da: Reputationsmanagement! Darauf möchte ich in diesem Teil des Interviews eingehen.*

**SQ: Unter anderem habe ich bei Yasni auch einen Community-basierten Ansatz miterlebt. Herr Schütz (FS), welche Rolle spielen der Aufbau einer Gemeinschaft und ihre Pflege für Yasni?**

**FS:** Wir sehen Yasni nicht als Community und haben daher bewusst auf viele Möglichkeiten der Kommunikation der Nutzer untereinander verzichtet.

Bei Yasni kann man sich Bekannte hinzufügen und in Kategorien einsortieren, um zu zeigen, wer man ist und in welchem Umfeld man sich bewegt. Bekannte können eigene Informationen und Links bestätigen und noch diverse weitere Referenzen abgeben.

All diese menschlich initiierten Zusatzinformationen werden zusammen mit den im Netz befindlichen Informationen zu einem Wichtigkeits-Score verarbeitet, der wiederum die Basis für den **VIP-Rank** bildet. Der VIP-Rank ist eine Rangliste, die eine relative Position im Vergleich zu anderen Personen angibt. Er geht unter anderem auch in die Relevanz bei der Personensuche ein. Er ist aber nur einer von vielen Faktoren.

Das heißt, einige der Yasni-Funktionen sind auch aus reinen Communities bekannt, dienen bei Yasni aber als Mittel zum Zweck und sind Teil der Personen-Darstellung.

Es geht bei Yasni überhaupt nicht um den Aufbau einer Gemeinschaft, sondern es sollen vorhandene real existierende Gemeinschaften transparent dargestellt werden. Richtig ist, dass sich in und um Yasni inzwischen auch neue Gemeinschaften gebildet haben, z. B.

- finden „Offline-Usertreffen“ statt,
- wurden Blogs ins Leben gerufen,
- Facebook-Gruppen gegründet uvm.

Wir sehen das natürlich mit Freude, fördern es aber nicht aktiv. Wir geben unseren Nutzern sehr gern neue Inspirationen dahingehend, Yasni auch für bestimmte Ereignisse zu verwenden, wie den Valentinstag.

**SQ: Welche Features hierzu werden von den Nutzern gewünscht, Herr Rühl?**

**(SR):** Die Nutzer wünschen sich neben Verbesserungen der Suche auch alle sonstigen aus Social Networks bekannten Funktionen. Viele dieser Wünsche wollen wir ganz bewusst nicht erfüllen, da wir unser Produkt nicht als Community positionieren möchten, sondern weiterhin als eine Suchmaschine mit der Möglichkeit zum aktiven Eigenmarketing.

## SQ: Wie kommt Yasni dennoch dem großen Kommunikationsbedürfnis der Mitglieder entgegen?

**SR:** Es gibt den **Messenger** mit dem man unverbindlich Kontakt aufnehmen kann. Diese Option ist mit diverse Spam-Abwehrmechanismen versehen, zum Schutz unserer Kunden. Zudem kann jeder Nutzer in seinem Profil alle Arten von Kommunikations-Adressen eintragen. Generell gilt auch hier: Yasni ist der Wegweiser und möchte weder Email, noch Telefon oder Twitter ersetzen!

**SQ:** Anmerkung von mir. Ich habe zwar so gut wie keinen von den Usern gekannt, die mich hinzufügen wollten und mein Profil als Glaubwürdig eingestuft haben, aber danke für die vielen Doppelherzchen [Abb. 1]!

Man zeigt seine Kontakte, denn Yasni ist ein „offenes Netzwerk“, in dem jeder Nutzer meine Freunde und Bekannte, also Verknüpfungen mit anderen Yasni-Mitglieder, einsehen kann. Die Sichtbarkeit meiner Kontakte kann aber generell nicht eingestellt werden, im Gegensatz zu Xing oder WKW.

Fragen, die ich mir immer bei solchen Modulen stelle, sind auch hier:

- Ist es gut oder schlecht, wenn ein Mitglied wenig Kontakte und Bewertungen hat? (Den kennt ja Keiner! Den mag dann auch Keiner! = Von No name bis Miesmuschel!)
- Ist es gut oder schlecht, wenn ein Mitglied sehr viele Kontakte hat? (Der ist beliebt! Der ist ja nur online! = Von Partytiger bis Der-hat-keine-anderen-Hobbies!)



Abb. 1: Bewertungen und Besucher

## SQ: Herr Schütz, welche Vorteile ergeben sich aus offen und sichtbar kommunizierten Verbindungen?

**FS:** Dafür ist Yasni ja auch da, das aktive Managen der sichtbaren Verbindungen! Verbindungen zu anderen Personen zeigen immer auch ein Stückweit das soziale Umfeld und dadurch auch Interessen einer Person auf.

Beispielsweise haben sich durch Yasni:

- schon unzählige Verwandte und Bekannte wiedergefunden,
- wurden unzählige Geschäftspartnerschaften gebildet und
- konnten persönlichkeitsverletzende Videos, Bilder und Blogeinträge rechtzeitig gefunden und beim Verursacher entfernt werden.

Die Anzahl der Verbindungen ist auch immer abhängig von dem Beruf einer Person, z. B. haben Prominente tendenziell mehr Verbindungen, als private Personen.

**SQ:** Die bei Yasni angebotenen Features und auch Sichtbarkeit von Verknüpfungen wirft bei mir Fragen bezüglich Datenschutzes und des Umgangs mit meinen persönlichen Angaben auf. Obwohl sie im Web frei verfügbar sind. Komprimiert in einem Browser-Fenster ergeben, haben sie eine andere Wirkung.

### **SQ: Was sind die meistgestellten Fragen im Blog über Datenschutz und Recht?**

**SR:** Das größte Missverständnis bei der Kritik an Yasni ist mit „Don't shot the messenger!“ beschreibbar. Ein kleiner Teil der Internet-Nutzer verkennt leider den Nutzen von Yasni und lebt stattdessen lieber nach dem Motto „Was ich nicht weiß, macht mich nicht heiß.“

Dass der Grund für eine Bewerbungsabsage möglicherweise nichts mit dem Lebenslauf auf Papier zu tun hat, sondern eher mit den eigenen Spuren im Netz, wie z. B. einem versehentlich seit Jahren öffentlichen Amazon-Wunschzettel (den der Personaler schon immer via Amazon gefunden hat), wird dabei leider manchmal ignoriert.

In unserem eigenen Blog lesen und schreiben im Wesentlichen lebens- und marketing-erfahrene Personen und die Fragen beziehen sich daher eher auf die Reputationsfunktionen von Yasni.

In anderen Blogs sieht man häufig schon an der Formulierung und dem Nutzernamen, dass es sich lediglich um eine handvoll Kommentatoren handelt, die selbst gar kein eigenes Problem haben sondern dies als Variante für ihre eigene Aufmerksamkeitserzeugung sehen.

Wir führen den Dialog mit wirklich betroffenen Personen individuell und in der Regel mit für beide Seiten positivem Ausgang. Natürlich gilt hier die Kulanzpräferenz.

### **SQ: Auch wenn die in Yasni angezeigten Informationen alle im Web für jeden Nutzer frei verfügbar sind, diese lediglich aggregiert und strukturiert, sind die Bedenken der Nutzer trotzdem gerechtfertigt?**

**SR:** Ich denke, dass sich die Aufregung um peinliche Partyfotos bald wieder legen wird. Das Internet hat doch wirklich weitaus mehr zu bieten als Klatsch und Tratsch.

Im Netz präsent zu sein bedeutet daher nicht, auf Privatsphäre zu verzichten - auch wenn diese online viel differenzierter abgegrenzt werden muss.

Wir befinden uns momentan in einer Übergangsphase, in der viele Menschen die in den letzten Jahren hinterlassenen Spuren aufarbeiten müssen – was sie durch Tools wie Yasni überhaupt erst können – und durch die Medien die gezielte Suche nach solchen Informationen forciert wird.

Dahingehend kann ich die die Sorgen der Nutzer im Einzelnen natürlich nachvollziehen.

Schon jetzt treten die positiven Aspekte des Monitoring in den Vordergrund und die überwiegende Mehrheit der Nutzer von Yasni nimmt aktiv ihren Ruf selbst in die Hand anstatt „die Maschinen zu stürmen“.

**SQ:** Dem kann ich so nicht zustimmen. Peinliche Partyfotos werden meiner Meinung nach immer Aufmerksamkeit bekommen, da sie durchaus Verhaltensweisen einer Person aufzeigen können.

### **SQ: Welche Regeln und Richtlinien haben Sie bezüglich Umgangs mit personenbezogenen Informationen für ihr Produkt aufgestellt?**

**SR:** Wir halten uns in enger Absprache mit unseren Beratern und den Aufsichtsbehörden an die geltenden Gesetze und prüfen stetig unsere Funktionen darauf, dass sie den Besuchern und auch Nichtbesuchern von Yasni einen realen Nutzen bringen:

- im Bereich der Auffindbarkeit zu Angeboten und positiven Eigenschaften,
- im Bereich der ehrlichen, prüfbaren Referenzen zu Fähigkeiten
- und auch im Bereich des Datenschutzes.

Unsere Berater sind renommierte Anwälte und auf europäischer Ebene zertifizierte Gutachter aus dem Bereich Datenschutz und IT-Recht. Wir legen sehr viel Wert auf dieses Thema.

### **SQ: Reputationsmanagement ist ein relativ neues Thema. Welche Standard-Features hierfür haben sich bisher im Web abgezeichnet?**

**SR:** Grundsätzlich wird nachhaltiges Egomarketing, also die Darstellung der eigenen Person und der eigenen Fähigkeiten im Netz immer wichtiger werden.

Dazu gehört auch ein kontinuierliches Monitoring zur eigenen Person und zu relevanten Begriffen. Um im Netz langfristig erfolgreich zu sein, muss man natürlich Aufmerksamkeit für seine Person schaffen und auch zu den gewünschten Suchbegriffen gefunden werden.

Aktuell buhlen sehr viele Services um die Publikations-Vorherrschaft und viele Personen verbringen erhebliche Teile ihrer Lebenszeit mit der Anhäufung zusätzlicher Information.

Generell gibt es für die Selbstdarstellung:

- strukturierte biografisch orientierte Plattformen wie LinkedIn,
- Echtzeit-Infodienste wie Twitter und
- die sehr individuelle Selbst-Darstellung durch eine Homepage oder einen Blog.

Für das Eigen-Monitoring existieren die entsprechenden Suchdienste.

Daneben gibt es übergreifende Misch-Services, die mehr oder weniger vollständig versuchen, vor allem die Publikationsbereiche parallel abzudecken, z. B. YIID oder myOnid.

### **SQ: Für welche Features hat sich Yasni entschieden?**

**SR:** Yasni positioniert sich auch hier als „Wegweiser“ bzw. „1. Anlaufstelle“. Im Vordergrund stehen die Suche bzw. Findbarkeit und dafür bietet Yasni neben der Funktionalität vor allem eine sehr hohe Reichweite – in etwa auf dem Niveau der Gelben Seiten im Netz.

Yasni dient dazu, die zu einem selbst gehörigen Informationen und vor allem das eigenen Angebot, die eigenen Fähigkeiten auffindbar zu machen. Die Informationen selbst liegen meistens außerhalb und Yasni verlinkt lediglich darauf. Häufig sind Einschätzungen anderer Personen – z. B. in der Presse – deutlich glaubwürdiger als in einem Profil selbst eingetragene Begriffe. Mit dem kostenlosen Personen-Profil kann sich bei Yasni zudem jeder Nutzer von Namensvettern abgrenzen.

Das Monitoring zum eigenen Namen und dazu auch beliebig vielen weiteren Namen kann ebenfalls kostenlos beauftragt werden. Der Nutzer erhält dann eine wöchentliche Status-Email mit allen neuen Fundstücken. Für im Reputationsmanagement erfahrenere Nutzer mit i.d.R. größerem Bedarf an Sichtbarkeit (z.B. Journalisten, Freelancer, Experten) bieten wir seit Herbst des vergangenen Jahres mit Yasni Premium die Möglichkeit, zu ihren relevanten Angeboten und Stichworten noch häufiger und besser positioniert angezeigt zu werden. Hier bieten wir zudem ganz klar einen Reichweitevorteil!

### **SQ: Für welche Features hat sich Yasni bewusst dagegen entschieden?**

**SR:** Yasni möchte alle relevanten Optionen des Reputationsmarketings anbieten. Wir glauben allerdings, dass rein tagesaktuelle Äußerungen des Einzelnen – und z.B. Tweets sind solche Informationen - die „virtuelle Person“ nicht ausmachen oder überdecken dürfen.

Nachhaltige Referenzen und bewusst getätigte öffentliche Aussagen sind hier deutlich weniger „zeitgeistanfällig“. Daher haben „Feeds“ bei uns eine eher untergeordnete Bedeutung. Die Trennung in „Biografie/Skillset“ und „Zeitgeist“ werden wir sogar noch ausbauen und uns damit auch deutlicher positionieren.

**SQ: In welche Richtung wird sich das Reputationsmanagement insgesamt entwickeln und welche Möglichkeiten sehen Sie?**

**SR:** Bisher gab es keine echte Personensuche im Netz, sondern lediglich verzeichnisinterne Suchfunktionen z. B.:

- bei Handwerkerverzeichnissen
- in Ehemaligen-Netzwerken
- Lebenslauf-Datenbanken
- Mitglieder-Listen
- Business-Netzwerken

Daher wird Reputationsmanagement bisher fast ausschließlich als „Image-Pflege für den Check danach“ verstanden. D. h., man will gut dastehen, wenn jemand den eigenen Namen googelt. Dies setzt jedoch voraus, dass die erste Kontaktaufnahme bereits stattgefunden hat und der Name bekannt ist, z. B. durch eine Job-Bewerbung oder einen Presseartikel, einen Blog oder eine Verzeichnis-Suche.

Die Personensuche, insbesondere im Bereich „Experten zu bestimmten Themen finden“, wird dem Reputationsmanagement im Sinne des „Marketings in eigener Sache“ künftig eine deutlich andere Richtung und eine ganz neue Entwicklungsgeschwindigkeit geben. Natürlich steht auch die Image-Pflege im Netz erst am Anfang der Entwicklung – aber andere Personen mit dem eigenen Angebot ansprechen ist für die meisten Menschen nun mal ein deutlich relevanterer Anwendungsfall. Wir wollen diese Entwicklung entscheidend als Vorreiter mit gestalten.

**SQ: Ein Trend ist die Einbindung von Maps-Applikationen oder News passend zur Person. Wie bewerten Sie diese beiden und welche Trends sehen Sie darüber hinaus - sowohl in Personensuchen als auch beim Reputationsmanagement?**

**SR:** Auch wir stehen bei der netzübergreifenden Personensuche nicht zuletzt technologisch noch ganz am Anfang der Entwicklung. Der Trend geht bereits jetzt statt zu „immer mehr Informationen“ zu „immer relevantere Informationen“. Relevante Quellen - auch zu kleinen Spezial-Personengruppen - werden wir daher weiter im Fokus haben und einbinden. Insgesamt aber auf eine immer klarere, relevanzorientierte Darstellung Wert legen.

Dies wird auch zu einer qualitativ immer besseren Personensuche führen. Quantitativ ist eine netzübergreifende Suche schon jetzt dem Verzeichnisansatz deutlich überlegen - schließlich sind die Verzeichnisse komplett enthalten. Die Trennung flüchtiger Zeitgeistinformationen, die häufig in News-Quellen zu finden sind, von Informationen, die einen Menschen ausmachen, wird das derzeitige „Hecheln nach immer mehr Aktualität“ ablösen. Das Netz wird das Leben weiter unterstützen! In unserer Branche in Form von passendere Kontakte in jedem Lebensbereich und besser prüfbareren Informationen.

Zeitfressende Aktivitäten werden sich dagegen überleben bzw. vereinfachen. Wer permanent darstellen möchte wo er sich befindet kann dies einfacher per GPS-Tracker anbieten. Sicher ist, dass unsere Kunden vor allem Yasni-Premium-Mitglieder von der Entwicklung im Bereich Reichweite durch persönliche Präsentation wesentlich profitieren werden.

**SQ: Vielen Dank für das Interview!**