



## Mobber und Schönredner lassen die Kassen klingeln

07.10.2010 10:45

«Naming and Shaming» der Arbeitgeber gewinnt in der Web-Community an Bedeutung. Auch immer mehr Schweizer nutzen die nicht ganz unumstrittenen Job-Bewertungsportale und bescheren den Betreibern schwarze Zahlen.

Ulrich Rotzinger

Schon mal gehört von Kununu, Kelzen, Jobvoting oder Bizswatch? Es sind die angesagten Online-Job-Bewertungsportale im deutschsprachigen Raum. Auch Mitarbeiter von Schweizer Firmen können hier ihren Arbeitgeber loben, kritisieren oder einfach mal ganz deutlich die Meinung sagen.

Über die UBS steht auf Kununu.com beispielsweise: «Mobbing ist an der Tagesordnung, wenn man weiterkommen will. Hat die schlechtesten Chefs, die es nur geben kann». Der Verfasser ist ein ex-Mitarbeiter, er bleibt anonym. Ein Angestellter schreibt über «sehr belastenden Grossraumbüros» und «irrationalen Entscheidungen im unteren Management am Standort Zürich».

Unzählige Schweizer CEO tun es - warum Sie nicht? Lesen Sie den cash-Newsletter, jeden Morgen top aktuell ab 8 Uhr. cash-Newsletter: Wo Profis sich informieren. [Jetzt kostenlos abonnieren.](#)

Es kommt aber auch vor, dass Arbeitgeber von ihrem Personal mit Lob überschüttet werden. «Interessantes Unternehmen, eine «Institution» in der Bevölkerung», schreibt einer aus der SBB-Finanzabteilung.

### Schwarze Zahlen nach drei Jahren

Grösste Web-Plattform für dieses «Naming and Shaming» ist nach eigenen Angaben Kununu.com. Geschäftsführer der österreichischen Plattformbetreiberin, Martin Poreda, sagt, dass sein Portal immer häufiger auch von Schweizer Firmen genutzt werde, die auf Kommentare reagieren oder sich selbst präsentieren wollen. «Die Schweizer waren die ersten, die sich als Arbeitgeber auf Kununu präsentiert haben», sagt Poreda.

Kununu verdient das Geld mit Firmen, die auf der Website ein Profil buchen. Sie erhalten Webspace, um ihr Unternehmen mittels Text, Bildern und Videos zu präsentieren oder offene Stellen anzubieten. Unabhängig von der Plattform sieht sich Kununu als «Berater und Wegbegleiter für Unternehmen in Sachen Social Media».

Und das offenbar mit Erfolg: «Kununu schreibt nach nur drei Jahren Geschäftstätigkeit und mit neun Mitarbeitern schwarze Zahlen», sagt Poreda. Der Umsatz werde 2011 im siebenstelligen Bereich liegen.

Aktuell bewerten 8770 Arbeitnehmer rund 3700 Schweizer Unternehmen. In Österreich sind es 11'000 Arbeitnehmer, die für 5300 Unternehmen eine Bewertung abgeben. Als «aktivste» Schweizer Unternehmen erscheinen auf der Kununu-Website die Schweizerischen Bundesbahnen, die Grossbanken UBS und Credit Suisse, gefolgt von Sunrise und Migros; als «aktivste» Stadt taucht Zürich auf.

### Rechtlich nicht unproblematisch

Die Juristin Nathalie Glaus hat ihre Masterarbeit über Internet-Bewertungsportale geschrieben und dabei auch Kununu.com unter die Lupe genommen. Sie macht grosse Fragezeichen. «Die Bewertungen können anonym gemacht werden», so Glaus. Im Fall von Manipulation biete die Plattform nur bedingt Korrekturmöglichkeiten.

Zudem könne die Gesamtbewertung des Unternehmens stark von einer geringen Bewerter-Zahl verzerrt werden. Und die Vermischung von Inhalten sei «grenzwertig». «Problematisch ist, dass der User nicht klar gekaufte von nicht gekaufter Information unterscheiden kann.»

Kununu-Chef Martin Poreda verteidigt das Konzept: «Die Anonymität verhilft zu authentischen, ungeschönten Aussagen, die Arbeitnehmern wie Arbeitgebern nützen.» Zumal würden neun Kununu-Angestellte die Bewertungen auf diskriminierende, rufschädigende oder rassistische Inhalte prüfen. Komme ein Unternehmen schlecht weg, räumt ihm Kununu die Möglichkeit eines Gegenkommentares ein.

Das Konzept scheint auch andere Jobportal-Betreiber zu überzeugen. «Vor kurzem haben wir mit Livejobs.ch eine Kooperation geschlossen», so der Kununu-Chef. Das Schweizer Video-Portal für Jobs, Karriere und Firmenportraits soll Arbeitnehmer und -geber via Kununu unterstützen.