



Linked Kultur mit einem beruflichen sozialen Medium?

*Eine Analyse der kulturellen Unterschiede bei der
Gestaltung von deutschen und niederländischen
LinkedIn Profilen*

Studentin: Linda Lenderink
Studentennummer: 4049659
Betreuer: Doris Abitzsch
Datum: 07.05.2015
Universiteit Utrecht
Faculteit Geesteswetenschappen
Master Interculturele Communicatie – Duits

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung.....	3
2. Theoretischer Rahmen	4
2.1 Digitale Welt	4
2.1.1 Nutzung von sozialen Medien in Deutschland und in den Niederlanden	5
2.1.2 Entwicklung und Gründe für die Nutzung sozialer Medien auf dem Arbeitsmarkt	6
2.2 LinkedIn	7
2.2.1 Aspekte von LinkedIn	7
2.3 Gestaltung des Lebenslaufs in Deutschland und in den Niederlanden	12
2.3.1 Persönliche Informationen	13
2.3.2 Bewerbungsfoto	13
2.3.3 Berufstätigkeiten	14
2.3.4 Ausbildung und Studium	14
2.3.5 Besondere Kenntnisse/Hobbys und Interessen	14
2.4 Kultur	15
2.4.1 Kulturelle Dimensionen von Hofstede	16
2.4.2 Kulturstandards von Thomas	17
2.4.3 Bestimmung des kulturellen Modells.....	19
2.4.4 Kultur und soziale Medien.....	20
3. Fragestellung und Hypothesen.....	21
3.1 Fragestellung	21
3.2 Hypothesen	21
4. Methode	24
5. Resultate.....	30
5.1 Profilbild	30
5.2 Titel.....	30
5.3 Kontakte	30
5.4 Kontaktdaten	30
5.5 Berufserfahrung	31
5.6 Ausbildungen	32
5.7 Kompetenzen	33
5.8 Empfehlungen	33
5.9 Themen.....	34
5.10 Sprachkenntnisse	34

6. Diskussion.....	36
6.1 Prüfung der Hypothesen	36
6.2 Beantwortung der Teilfragen	42
6.3 Beantwortung der Kernfrage	46
7. Reflexion.....	48
8. Fazit	49
Literaturverzeichnis.....	50
Anhang	52
1. Kriterien der Analyse	52
2. Ergebnisse der Analyse.....	53
3. LinkedIn Profile dieser Arbeit.....	54
3.1 DP1.....	54
3.2 DP2.....	57
3.3 DP3.....	59
3.4 DP4.....	65
3.5 DP5.....	69
3.6 NP1	81
3.7 NP2	84
3.8 NP3	90
3.9 NP4	96
3.10 NP5	106

1. Einleitung

Diese Arbeit ist zum Abschluss des 3. Blockes des Masters Interculturele Communicatie an der Universiteit Utrecht geschrieben worden. Das Ziel dieser Arbeit ist, herauszufinden, ob Kultur Einfluss auf die Gestaltung der deutschen und niederländischen LinkedIn Profile von Berufstätigen ausübt. Sie beschäftigt sich mit der Frage, ob es Unterschiede bei der Gestaltung von LinkedIn Profilen zwischen deutschen und niederländischen Berufstätigen gibt und ob diese kulturell geprägt sind. Durch die Bestätigung oder Abweisung von zehn Hypothesen wird versucht, die zwei Teilfragen zu beantworten, wodurch am Ende der Arbeit eine Antwort auf die Kernfrage gegeben werden kann.

Der Anlass dieser Arbeit findet sich in einer Gastlesung von Julia Striegl der DNHK. Während dieser Vorlesung erzählte sie, dass Berufstätige in Deutschland eher aktiv auf Xing statt LinkedIn sind. Die Entdeckung eines für die Autorin dieser Arbeit neues Mediums, führte zu eine Neugierde nach eventuellen kulturellen Unterschieden, weswegen LinkedIn zum Thema dieser Arbeit gewählt wurde. Ein wichtiger Grund für die Entstehung dieser beruflichen sozialen Medien war die Umstellung der Stellenangebote von Printmedien wie Zeitschriften und Zeitungen in die digitale Welt. Das Internet spielt hierdurch eine bedeutende Rolle. In dieser Arbeit werden LinkedIn Profile von deutschen und niederländischen Übersetzern in Bezug auf zehn Aspekte analysiert. Dabei werden die Kulturstandards von Thomas (2005 und 2009) verwendet um herauszufinden, ob die Unterschiede vorhanden sind und ob sie kulturell geprägt sind, hierdurch kann eine Antwort auf die Kernfrage gegeben werden. Die Antwort dieser Frage ist von Bedeutung, weil berufliche soziale Medien in den letzten Jahren eine wichtige Rolle bei der Anwerbung einer Stelle gespielt haben (Vincent, 2011). Der Gebrauch dieser Medien wächst noch immer und daher könnte die Gestaltung der sozialen beruflichen Profile immer wertvoller werden. Wenn Kultur eine bedeutende Rolle bei der Gestaltung dieser Profile spielt, ist es relevant, dass der Bewerber, der sich in einer fremden Kultur bewirbt, sich von diesen Unterschieden bewusst ist. Der Bewerber könnte sein Profil anhand dieser Information an der fremden Kultur anpassen. Die Chance auf eine Stelle in diesem Markt könnte dadurch vergrößert werden, da der Bewerber die Normen und Werte einer Bewerbung in dieser Kultur entspricht.

In den folgenden Kapiteln wird der theoretische Hintergrund zu den Themen der digitalen Welt, sozialer Medien, LinkedIn, des Lebenslaufs und Kultur erörtert. Folgend werden die Fragestellung, Teilfragen und Hypothesen erklärt. Anschließend wird die Methode dieser Arbeit erläutert und werden die Resultate in dem 5. Kapitel präsentiert, welche im nächsten Kapitel in Verbindung mit dem theoretischen Hintergrund gebracht werden. Zum Schluss folgt eine Reflexion auf die Arbeit, ein Fazit, das Literaturverzeichnis und im Anhang sind die Kriterien zur Analyse, die Ergebnisse der Analyse und die ausgewählten LinkedIn Profile aufgeführt.

2. Theoretischer Rahmen

In diesem Kapitel werden zunächst die wichtigsten theoretischen Hintergründe zu den Themen soziale Medien, LinkedIn und Kultur erörtert. Diese behandelten Theorien bilden den Hintergrund zum restlichen Teil der Arbeit. Erstens wird in Kapitel 2.1 erklärt was die digitale Welt ist und wie Deutsche und Niederländer soziale Medien nutzen. Zweitens wird in Kapitel 2.2 erklärt was die Entwicklung und die Gründe für die Nutzung dieser Medien auf dem Arbeitsmarkt sind.

2.1 Digitale Welt

In den letzten Jahren gab es in der digitalen Welt einige sehr große Veränderungen. Wichtige Begriffe bezüglich dieser Veränderungen sind Web 2.0, *creative consumers* und soziale Medien gewesen.

Diese Begriffe werden oft verwechselt, da diese eng miteinander verbunden sind, daher ist es wichtig diese zu definieren. „Web 2.0 ist das geprägte Internetangebot, das durch die Mitwirkung der Benutzer gestaltet und genutzt wird.“ (Duden, 2013) Die Definition von sozialen Medien wird wie folgt definiert: „die Gesamtheit der digitalen Technologien und Medien über die Nutzerinnen und Nutzer miteinander kommunizieren und Inhalte

austauschen können.“ (Duden, 2013) „Creative

consumers are the new locus of value in

Web 2.0. It is they - rather than firms - who produce much of the value-added content in social media, and it is their networks of friends and associates that constitute the social. Creative consumers are the dynamos of this new media world.“

(Berthon et al., 2012:263) Abbildung 1 zeigt, wie diese drei Begriffe miteinander in Verbindung stehen. Web 2.0 wird als die technische

Organisation des Webs gesehen, die das soziale Phänomen der kollektiven Daten ermöglicht und die Inhalt der *creative consumers* unterstützt. Soziale Medien aktivieren dementsprechend die inhaltliche Bildung und Verbreitung von Information, die entwickelt wurden von *creative consumers* über das Web 2.0 (Berthon et al., 2012). Dieses Dreieck ist wichtig für dieser Arbeit, da die (technische) Organisation des Webs essentiell ist für das soziale Phänomen, das über LinkedIn durch seinen Nutzer stattfindet. Zwei dieser drei Aspekte des Dreiecks werden im nächsten Kapitel erläutert. Wie das soziale Medium LinkedIn aufgebaut ist, wird in Kapitel 2.2 erläutert. Außerdem wird mit Hilfe dieser Arbeit auf die *creative consumers* eingegangen, da durch diese Arbeit deutlich wird, anhand der Beantwortung der Kernfrage in Kapitel 6.3, ob deutsche und niederländische Berufstätige ihr LinkedIn Profil anders gestalten. Auf den Begriff Web 2.0 wird in dieser Arbeit nicht weiter eingegangen.

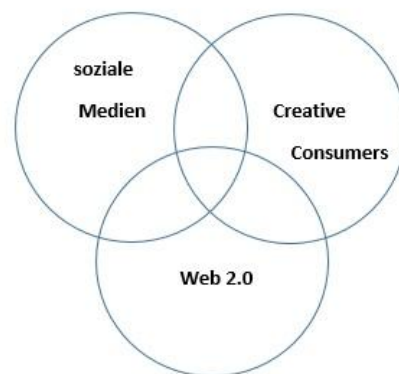


Abbildung 1 – Web 2.0, soziale Medien und *creative consumers* (eigene Abbildung, kreiert auf Basis von Berthon et al., 2012)

2.1.1 Nutzung von sozialen Medien in Deutschland und in den Niederlanden

In Deutschland und in den Niederlanden nutzen viele Menschen soziale Medien. Im Vergleich zu anderen europäischen Ländern wird in den Niederlanden am häufigsten (63.8%) auf soziale Netzwerke zugegriffen. Im Gegenteil zu den Niederlanden verwenden 40 Prozent der Deutsche einmal pro Monat soziale Medien. In Abbildung 2 ist eine Übersicht von der Nutzung der europäischen Länder dargestellt (statista.com, 2015).

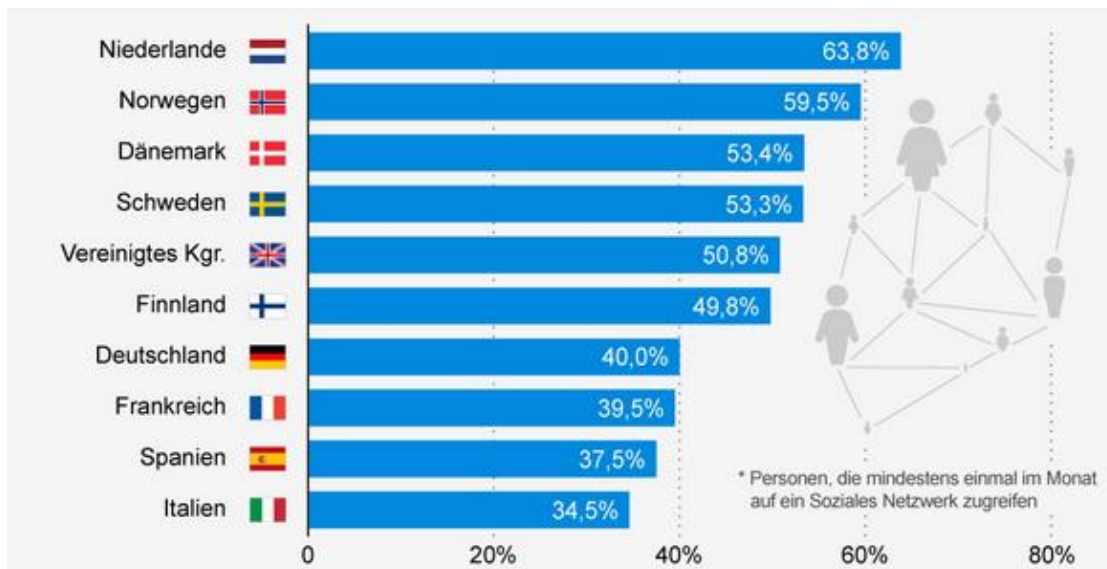
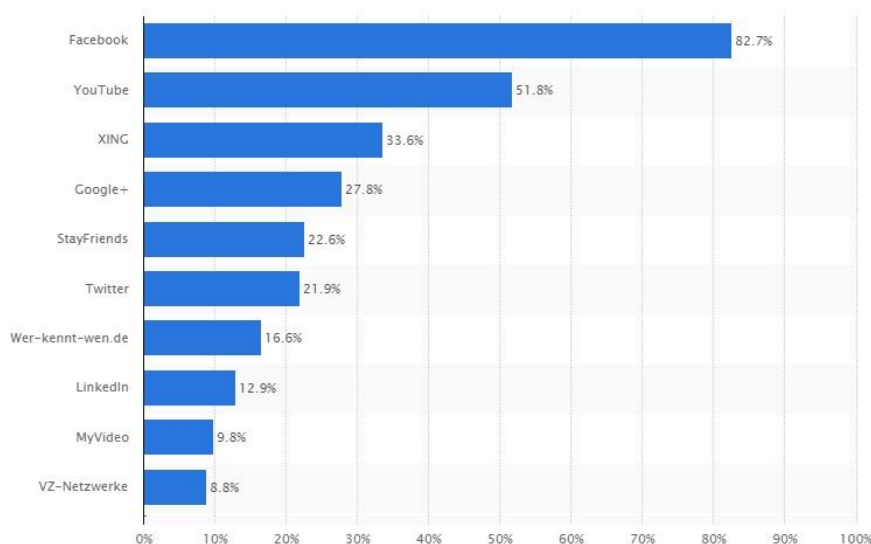


Abbildung 2 – Anteil der Bevölkerung der europäischen Länder, der Soziale Netzwerke nutzt (statista.com, 2015)

Für diese Arbeit ist es wichtig zu wissen, welche sozialen Medien genutzt werden. In Abbildung 3 werden daher die zehn Webseiten genannt, die im Oktober 2013 am häufigsten in Deutschland



genutzt wurden. An der Spitze in Deutschland steht Facebook (82.7%), gefolgt von YouTube (51.8%) und Xing (33.6%). Auf dem 8. Platz steht LinkedIn mit 12.9 Prozent.

Abbildung 3 - Online-Medien, die in Deutschland im Oktober 2013 genutzt wurden (statista.com, 2014)

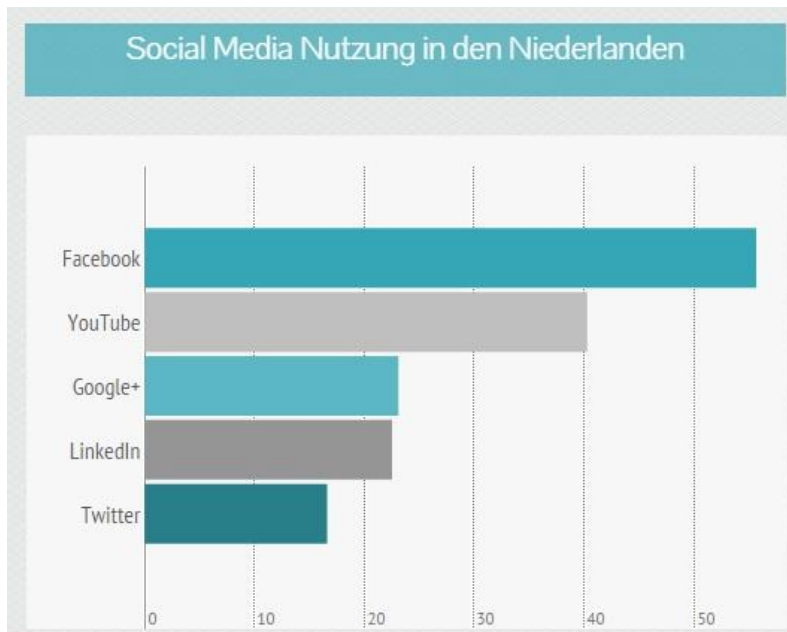


Abbildung 4– Soziale Medien Nutzung in den Niederlanden in Prozenten (eigene Abbildung kreiert auf Basis von Turpijn et al., 2015)

Abbildung 4 zeigt, die Nutzung der Sozialen Medien in den Niederlanden. An der Spitze in den Niederlanden steht Facebook, da 55.7 Prozent der Niederländer diese Webseite nutzt. Auf dem 2. Platz steht YouTube (40.31%) und auf dem 3. Platz steht Google+ (23.12 %). Der 4. Platz wird durch LinkedIn ausgefüllt (22.53%) (Turpijn et al., 2015). In Deutschland und in den Niederlanden stehen die gleichen Webseiten auf dem 1. und 2. Platz (Facebook und YouTube). Da in dieser Arbeit LinkedIn betrachtet wird, ist es wichtig die Nutzung von Xing zu untersuchen, da diese Webseite ein Konkurrent von LinkedIn ist. In Deutschland wird Xing mehr als LinkedIn verwendet. Ein Vergleich zeigt, dass in Deutschland die Zahl der Benutzer mit 10.4 Mio höher liegt als in den Niederlanden, wo 3.8 Mio Berufstätigen auf LinkedIn aktiv sind (statista.com, 2014)(Turpijn et al., 2015).

2.1.2 Entwicklung und Gründe für die Nutzung sozialer Medien auf dem Arbeitsmarkt

Diese Arbeit betrachtet LinkedIn, da dieses soziale Medium viel genutzt wird und speziell für den Arbeitsmarkt entwickelt ist. Es ist wichtig diese Entwicklung zu beschreiben, damit man ein deutliches Bild der Veränderungen bekommt. Außerdem ist es wichtig zu erkennen, warum dieses Medium hilfreich ist für den Arbeitsmarkt, daher wird dieses im folgenden Abschnitt erläutert.

In den letzten Jahren hat eine Änderung auf dem Arbeitsmarkt durch den Gebrauch vom Internet stattgefunden. Unternehmen haben früher Stellenangebote in Zeitungen und Zeitschriften platziert, aber seit den 1990er Jahren werden die Stellenangebote auch online über Online-Stellenmärkte angeboten. Zusätzlich gibt es heutzutage viele Menschen, die aktiv sind in sozialen Netzwerken (siehe Kapitel 2.1.1) und daher sind Unternehmen hier auch aktiv geworden. Unternehmen möchten sich in sozialen Netzwerken als attraktive Arbeitgeber profilieren. Außerdem befinden Unternehmen

sich in sozialen Netzwerken, da sie Arbeitnehmer direkt begegnen können und Recruiter sich hier befinden. Arbeitnehmer nutzen soziale Medien, da sie sich hier profilieren können. Sie können zukünftige Arbeitgeber finden und ihnen folgen und Kontakt mit anderen Arbeitnehmern des präferierten Unternehmens aufnehmen. Außerdem sind sie für Recruiter einfach zu finden und man kann über das eigene Netzwerk zum Beispiel Stellen oder interessante Personen finden. Soziale Medien werden also als Schnittstelle für den Bewerbungsprozess verwendet, da viele aktuelle Lebensläufe dort zu finden sind und es eine Kosten günstige und schnelle Weise des Anwerbens ist. Zusätzlich ist die Qualität der neuen Arbeitnehmer über soziale Medien laut Unternehmen höher und Arbeitnehmer sind zufriedener (Vincent, 2011).

2.2 LinkedIn

In Kapitel 2.2 wird das soziale Medium LinkedIn erläutert, da dieses Medium im Mittelpunkt dieser Arbeit steht. Anschließend werden die Aspekte von LinkedIn kurz erwähnt. Diese Aspekte werden hier aufgeführt und analysiert, um die Arbeit zu verdeutlichen.

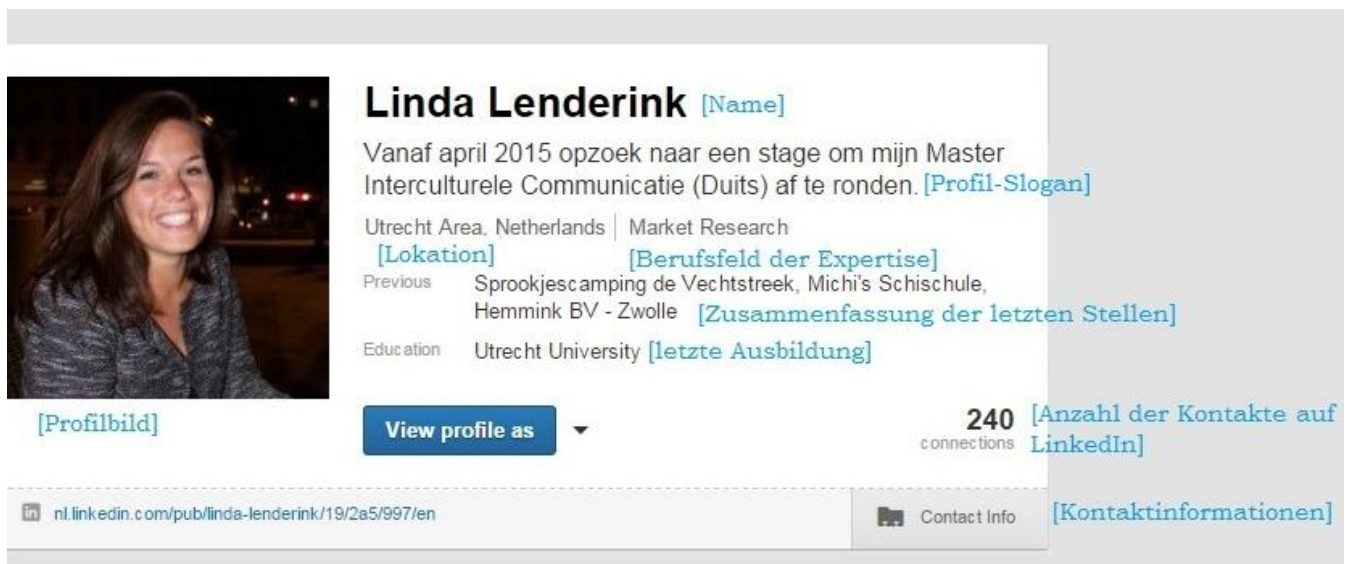
LinkedIn ist ein Resultat der Entwicklungen in der digitalen Welt. In dem Dreieck, wie in Kapitel 2.1 erwähnt, gehört LinkedIn zu der Gruppe soziale Medien. LinkedIn ist das größte Online-Berufsnetzwerk weltweit, worauf man online professionelle Beziehungen aufbauen und pflegen kann (Vermeieren/Verdonck, 2011), außerdem gibt es die Möglichkeit sich auf einer richtigen Weise zu profilieren (Crant, 2014). Die Kommunikation, die auf diesem Online-Netzwerk stattfindet, kann verschiedene Faktoren hervorbringen. Man kann zum Beispiel eine neue Anstellung, Mitarbeiter, Sponsor oder Experte finden. Wichtig auf dieser Online-Plattform ist der Begriff netzwerken, da hier die Jobbörse stark vernetzt ist (Vermeieren/Verdonck, 2011). Profile sind im Gegensatz zu anderen sozialen Netzwerken, wie zum Beispiel Facebook strikt professionell, daher findet man beispielsweise keine oder wenig Information über zum Beispiel Hobbies und politische und religiöse Präferenzen. Es gibt verschiedene Nutzergruppen, die auf LinkedIn aktiv sind. Diese Nutzer können in drei verschiedenen Gruppen eingeteilt werden. Die erste Gruppe wird als die jetzigen Studenten und neuen Absolventen definiert. Zusätzlich gibt es die Berufseinsteiger und als dritte Gruppe die Arbeitskräfte, die schon länger im Berufsfeld aktiv sind. Die zweite Gruppe (Berufseinsteiger) betrachtet LinkedIn als am Nützlichsten (Skeels/Grudin, 2009).

2.2.1 Aspekte von LinkedIn

LinkedIn ist in verschiedene Teile aufgebaut. Bevor man einen Account erstellt und gestaltet, kann entschieden werden welches Profil man einrichten möchte, da man auf LinkedIn ein privates oder ein Unternehmensprofil einrichten kann. Diese Masterarbeit fokussiert sich auf private Profile und daher wird nur die Einrichtung dieser Profile erläutert.

Zusammenfassung der Personaldaten

Das Profil beginnt mit einem Profilbild und einer Zusammenfassung von Fakten. Diese Zusammenfassung fängt mit dem Namen von der Person des Profils an. Darunter gibt es einen Profil-Slogan. Ein Profil-Slogan gibt die jetzige Stelle der Person wieder. Dieser Profil-Slogan ist wichtig, da es das erste ist, was andere sehen, wenn sie eine Suchaktion ausführen. Außerdem wird er gezeigt, wenn Personen eine Frage beantworten oder in einer Diskussion reagieren. Darunter wird die Lokation der Person angezeigt. Der genaue Wohnort wird durch Datenschutz nicht wiedergegeben, aber es wird mit verschiedenen Räumen gearbeitet, wie in Abbildung 5 Utrecht Area. Zusätzlich könnte man das Berufsfeld der Expertise wählen. Darunter gibt es eine Zusammenfassung der letzten Stellen und die letzte Ausbildung der Person wird angezeigt. In der rechten Ecke werden die Kontakte wiedergegeben und man kann auf die Kontaktinformationen klicken, damit man die Kontaktinformation bekommt. Da oben steht, wie viel Kontakte die Person auf LinkedIn hat (Vermeieren/Verdonk, 2011)(LinkedIn, 2015). Diese Aspekte sind in Abbildung 5 wiedergegeben.



Linda Lenderink [Name]

Vanaf april 2015 opzoek naar een stage om mijn Master Interculturele Communicatie (Duits) af te ronden. [Profil-Slogan]

Utrecht Area, Netherlands | Market Research
[Lokation] [Berufsfeld der Expertise]

Previous Sprookjescamping de Vechtstreek, Michi's Schischool, Hemmink BV - Zwolle [Zusammenfassung der letzten Stellen]

Education Utrecht University [letzte Ausbildung]

[View profile as](#) ▼

240 connections [Anzahl der Kontakte auf LinkedIn]

nl.linkedin.com/pub/linda-lenderink/19/2a5/997/en [Contact Info](#) [Kontaktinformationen]

Abbildung 5 – Wiedergabe der Personaldaten auf LinkedIn

Berufserfahrung

Nach dieser Zusammenfassung der Personaldaten gibt es eine Übersicht der Berufserfahrung, dort kann man die jetzige Stelle und die vorherigen Stellen eintragen. Pro Stelle kann man den Name des Unternehmens, den Titel der Stelle, den Ort der Stelle, den konkreten Zeitraum und eine Stellenbeschreibung hinzufügen. In Abbildung 6 ist ein Beispiel davon wiedergegeben (LinkedIn, 2015).

Berufserfahrung

Intern [Titel]

SPORT+MARKT [Name des Unternehmens]

February 2011 – June 2011 (5 months) | Cologne Area, Germany

[Zeitraum]

[Ort]

I supported the Dutch Project team during this internship. The internship was focused on market research and media evaluation. Besides this, I wrote a marketing plan for the companies which sponsor the soccer clubs in the Eredivisie. [Beschreibung]

Abbildung 6 – Wiedergabe der Berufserfahrung auf LinkedIn

Kenntnisse und Bestätigungen

Nachfolgend auf die Berufserfahrung gibt es die Möglichkeit Kenntnisse und Bestätigungen hinzu zu fügen. Hier können Kenntnisse aufgelistet werden, sowie Sprachen oder Fähigkeiten. Personen in dem Netzwerk des Profilbesitzers können diese Fähigkeiten bestätigen, sodass diese Eigenschaften zuverlässig für die Person sind. Wenn Personen eine Fähigkeit bestätigen, wird das Profilbild der Person, die diese bestätigt hat, hinter der Fähigkeit abgebildet, wie in Abbildung 7 (LinkedIn, 2015).

Kenntnisse und Bestätigungen

The image shows a LinkedIn profile section titled 'Kenntnisse und Bestätigungen'. It lists four skills: 'Event Management' with 6 endorsements and '[Fähigkeit]' label, 'Market Research' with 3 endorsements, 'Sales' with 3 endorsements, and 'English' with 2 endorsements and '[Sprache]' label. To the right of each skill, there are small profile pictures of people who have endorsed that skill. A legend at the bottom right indicates that these are '[Bestätigung von Personen aus dem Netzwerk]'.

Abbildung 7 – Übersicht der Kenntnisse und Bestätigungen auf LinkedIn

Zertifikate/ Diplome und Kenntnisse von Sprachen

Unter diesem Abschnitt können Zertifikate und Diplome mit Informationen über das Diplom, wie Zertifikatsbezeichnung und –Stelle, Lizenznummer und die Daten aufgeführt werden. Nach den Zertifikaten und Diplomen gibt es die Möglichkeit die Kenntnisse von Sprachen und das Niveau der Sprache aufzulisten. Es stehen folgende Sprachkenntnisse zur Auswahl: Muttersprache oder

zweisprachig, verhandlungssicher, fließend, konversationsicher und Grundkenntnisse. Abbildung 8 zeigt ein Beispiel von diesen Aspekten (LinkedIn, 2015).

Zertifikate/Diplome

Fendex B diploma - Export Management

Fenedex International Entrepreneurship

November 2012 – Heute

Sprachen

Dutch

Muttersprache oder zweisprachig

English

Verhandlungssicher

Abbildung 8 – Zertifikate/Diplome und Sprachkenntnisse auf LinkedIn

Ausbildung

Nach diesem Teil können die jetzige Ausbildung und die vorherigen Ausbildungen aufgelistet werden. Pro Ausbildung können die Ausbildungsstätte, Ausbildungsdaten, Abschluss, Studienfächer, Abschlussnote, Aktivitäten und Verbände und eine Beschreibung der Ausbildung eingetragen werden. Ein Beispiel ist in Abbildung 9 wiedergegeben (LinkedIn, 2015).

Ausbildung

Christelijke Hogeschool Windesheim [\[Ausbildungsstätte\]](#)



Bachelor of Science (BSc), International Business & Languages, [\[Studienfach\]](#)

Zwolle The Netherlands [\[Ort des Studiums\]](#)

2008 – 2012 [\[Ausbildungsdaten\]](#)

The study focuses on all aspects of doing business abroad, including General Economics, International Marketing Consumer Behaviour and International Communication. Also, the languages English, German and Spanish have been a fundamental part of the curriculum. Another key aspect of the study is the mandatory semester abroad. [\[Beschreibung\]](#)

Abbildung 9 – Aspekte der Ausbildung

Weitere Informationen und Themen

Nach dem Kapitel der Ausbildung gibt es die Möglichkeit weitere Informationen zu teilen. Hier können Geburtstag und Familienstand vom Besitzer des Profils ausgefüllt werden. Danach werden die Themen, die den Besitzer des Profils interessieren wiedergegeben. Das können Meinungsbildner,

Themenbereiche (Marketing), Herausgeber (TED), Unternehmen und Hochschulen sein. Wenn den Besitzer des Profils ein Thema interessiert wird eine Abbildung dieses Themas angezeigt. Abbildung 10 zeigt einige Themen, an denen der Besitzer des Profils interessiert ist.

Folgen

Unternehmen



Facebook
Internet
✓ Folgen



Unilever
Konsumgüter
✓ Folgen



FrieslandCampina
Milchwirtschaft
✓ Folgen



Linnéuniversitetet
Bildungsmanagement
✓ Folgen



HEMA
Einzelhandel
✓ Folgen



Hemmink BV
Import und Export
✓ Folgen



KLM
Fluggesellschaften
✓ Folgen



2 weitere anzeigen >

Hochschulen



Abbildung 10 – Beispiel der Themen, die durch der Besitzer des Profils gefolgt werden.

Empfehlungen

Auf LinkedIn können Kontakte des Profilbesitzers eine Empfehlung über den Besitzer des Profils notieren. Der Profilbesitzer kann eine Empfehlung bei seinen Kontakten anfragen, allerdings können sie auch auf eigene Initiative eine Empfehlung zufügen (LinkedIn, 2015).

Weitere Informationen über LinkedIn Profile

In Abbildung 11 werden die verschiedenen Profile auf LinkedIn wiedergegeben. Bei jedem Profil hat man verschiedene Möglichkeiten und die Kosten pro Profil sind unterschiedlich.



Abbildung 11 – verschiedene Profile auf LinkedIn (LinkedIn, 2015)

Bei der ersten Möglichkeit (Ihren Traumjob landen) gibt es weniger Möglichkeiten als zum Beispiel bei der dritten Möglichkeit (neue Vertriebspotenziale erschließen). Außerdem gibt es ein Gratis Account womit man weniger Optionen hat als bei der ersten Möglichkeit (Ihren Traumjob landen). Von links nach rechts in Abbildung 11 werden die Möglichkeiten vielfältiger und jede Art des Accounts ist für eine andere Zielgruppe geeignet. Zusätzlich kann man selbst wählen, welche Daten man auf LinkedIn schützt und welche nicht. Man kann zum Beispiel wählen, wer Aktivitäten sehen darf und wer nicht. Das Netzwerk des Profilbesitzers ist wichtig für den Datenschutz seines Profils. Der Grund dafür ist, dass ein Profilbesitzer die Profile von Kontakten 2. Grades häufig betrachten kann, aber diese Möglichkeit bei Kontakten 3. Grades häufig nicht hat (LinkedIn, 2015).

2.3 Gestaltung des Lebenslaufs in Deutschland und in den Niederlanden

In diesem Kapitel wird die Gestaltung des Lebenslaufs in Deutschland und in den Niederlanden anhand einer kontrastiven Analyse erläutert. Diese kontrastive Analyse hat zum Ziel die Sprach- und Kulturunterschiede zwischen zwei unterschiedlichen Kulturen darzustellen (Ten Thije und Deen, 2009). Da LinkedIn eine Plattform ist worauf man einen Online-Lebenslauf darstellen kann, ist es wichtig für diese Arbeit die Unterschiede zwischen den Lebensläufen zu betrachten. Eine wichtige Randbemerkung ist, dass es Empfehlungen für die Gestaltung des Lebenslaufs sind. Arbeitssuchende dürfen nach eigenem Wunsch ihren Lebenslauf gestalten.

Wie schon in Kapitel 2.1.2 erwähnt, sind Stellenangebote von Zeitungen auf Webseiten umgewandelt worden und es gibt heutzutage die Möglichkeit sich selber über Webseiten, wie LinkedIn, zu profilieren (Vincent, 2011)(Crant, 2014). Wichtig bei der Profilierung ist der Lebenslauf. „Der Lebenslauf ist eine schriftliche Darstellung, die eine Zusammenfassung von Daten und Ereignissen des Lebens einer Person wiedergibt.“ (Duden, 2015) Hier können Informationen chronologisch erwähnt werden, aber das ist nicht verpflichtend. Die wichtigsten Informationen können auch erst

erwähnt werden. Der Lebenslauf sollte in Deutschland und den Niederlanden lückenlos sein und außerdem sollte sich ein roter Faden deutlich durch den Lebenslauf ziehen. Zusätzlich ist der Lebenslauf in Deutschland ein Teil der Bewerbungsmappe und daher sind die Bewerbungsprozesse in Deutschland viel ausführlicher als in den Niederlanden. Es gibt verschiedene Abschnitte des Lebenslaufs, die folgend erläutert werden (Püttjer/Schnierda, 2012).

2.3.1 Persönliche Informationen

Die persönlichen Informationen, die in einem Lebenslauf zu finden sein sollten, sind folgende: Name, Anschrift, Telefonnummer, Handynummer, E-Mail-Adresse, Geburtsdatum und -ort, Familienstand, Kinder und Nationalität (Püttjer/Schnierda, 2012). In den Niederlanden sollte man auch erwähnen ob man einen Führerschein hat (Independent Recruiters, 2015). In Deutschland sollten junge Frauen am besten nicht erwähnen, dass sie nicht verheiratet sind und keine Kinder haben, da das abschreckend wirken könnte. Arbeitgeber können erwarten, dass die Mitarbeiterin kurz nach der Einstellung schwanger wird. Hingegen werden junge Männer hierdurch mit Flexibilität assoziiert. Außerdem sollte das Alter der Kinder nicht erwähnt werden, wenn sie jünger als 12 Jahre sind, da der Arbeitgeber denken könnte, dass dies zu Abwesenheit des Arbeitnehmers führen kann (Bensberg, 2015).

2.3.2 Bewerbungsfoto

Das Bewerbungsfoto ist in den Niederlanden nicht immer auf dem Lebenslauf abgebildet (Independent Recruiters, 2015). Dahingegen wird in Deutschland erwartet, dass ein Bewerbungsfoto mit geschickt wird. Dieses Bewerbungsfoto sollte in Deutschland professionell sein und der Hintergrund sollte strukturiert sein. Dies bedeutet, dass das Bild keinen dunklen Hintergrund hat und der Bewerber genügend Raum hat, sich zu präsentieren. Die Person auf dem Bewerbungsfoto sollte Arbeitskleidung tragen und lächelnd mit einem offenen Blick auf dem Bild gut erkennbar sein. Außerdem sollten das Make-up und Schmuck bei Frauen dezent sein. Abbildung 12 zeigt zwei Bewerbungsfotos.



Abbildung 12 – Das Bewerbungsfoto

Das Bild an der linken Seite ist nicht als Bewerbungsfoto geeignet, da das Jackett fehlt, seine Körperhaltung unpassend ist und der Hintergrund des Bildes zu dunkel ist. Das Bild an der rechten Seite ist als Bewerbungsfoto geeignet (Püttjer/Schnierda, 2012).

2.3.3 Berufstätigkeiten

In dem Abschnitt Berufstätigkeiten sollte in Deutschland der Zeitraum, das Unternehmen, Ort des Unternehmens, Unternehmensbereich, die Abteilung der Arbeitnehmer und die Positionsbezeichnung erwähnt werden. Die Aufgabenbereiche sollten stichwortartig aufgelistet werden. Wichtige berufliche Situationen sollte man dahingegen ausführlich erwähnen.

Führungserfahrungen sollten deutlich mit den dazugehörigen Tätigkeiten erwähnt werden.

Außerdem sollte eine Förderung innerhalb des Unternehmens genannt werden, damit deutlich wird, dass die Person sich innerhalb des Unternehmens entwickelt hat (Püttjer/Schnierda, 2012). In den Niederlanden wird dieser Abschnitt weniger ausführlich erwähnt. Das Unternehmen, der Zeitraum, die Positionsbezeichnung und eventuell die Beschreibung der relevanten Tätigkeiten werden normalerweise in den Niederlanden in diesem Abschnitt erwähnt (Independent Recruiters, 2015).

2.3.4 Ausbildung und Studium

Dieser Abschnitt ist für Berufseinsteiger wichtig, für Arbeitnehmer hingegen, die über mehrere Jahre Erfahrung verfügen, ist er weniger relevant. Arbeitnehmer mit mehreren Jahren Erfahrung sollten die Information knapp wiedergeben anhand der Lehrfirma/Hochschule, des Studiengangs und des Abschlusses. Es reicht für diese Gruppe wenn sie nur den letzten erworbenen Schulabschluss nennen (Püttjer/Schnierda, 2012). Noten sollten in Deutschland angegeben werden wenn sie gut sind, zum Beispiel eine Durchschnittsnote von 1.3, wenn das nicht der Fall ist sollte man diese nicht vermerken. (Bensberg, 2015). In den Niederlanden sollten die Lehranstalten, der Name des Studiums und der Zeitraum erwähnt werden. Zusätzlich sollte man angeben ob man das Studium absolviert hat (Independent Recruiters, 2015).

2.3.5 Besondere Kenntnisse/Hobbys und Interessen

Sprachkenntnisse und das Niveau der Sprachkenntnisse sollte man im Lebenslauf erwähnen.

Außerdem sollte die elektronische Datenverarbeitung wiedergegeben werden. Persönliche Interessen sollten angegeben werden, wenn Sie für den Arbeitgeber interessant sind. Diese persönlichen Interessen sollten für die Stelle geeignet sein und sie sollten ein positives Bild des Bewerbers wiedergeben. Hobbys, die nicht geeignet sind, sind zum Beispiel lesen, schwimmen, Risikosportarten, Leistungssport und Sportarten, die nur in bestimmten Orten betrieben werden können (Skifahren). Zum Schluss sollte der Lebenslauf in Deutschland unterschrieben werden und sollten den Erstellungsort und das Datum der Unterschrift zugefügt werden (Püttjer/Schnierda, 2012) (Bensberg, 2015). In den Niederlanden sollten die Sprachkenntnisse und das Niveau der Sprachkenntnisse zusätzlich erwähnt werden. Ebenso wie die EDV-Kenntnisse. Hobbys und

Interessen kann man zufügen, aber Interessen müssen nicht unbedingt für die Stelle relevant sein, wie kochen. Am Ende des Lebenslaufs gibt es die Möglichkeit Referenzen zu nennen (Independent Recruiters, 2015). In diesem Kapitel wurde deutlich, dass die Lebensläufe in Deutschland und in den Niederlanden nicht gleich ausgefüllt werden (Püttjer/Schnierda, 2012).

2.4 Kultur

In diesem Kapitel wird der Begriff Kultur erklärt, da der Begriff erst definiert werden muss, bevor kulturelle Aspekte zwischen Deutschland und den Niederlanden behandelt und analysiert werden können. Danach wird das Lebenswerk von Hofstede erläutert, und die Folgen der Eigenschaften der deutschen und niederländischen Kultur aufgezeigt, die anhand der Kulturstandards von Thomas erklärt werden. Zum Schluss wird eine Verbindung zwischen sozialen Medien und der Kultur hergestellt.

Definition des Kulturbegriffes

Der Begriff Kultur ist nicht einheitlich definiert. Die amerikanischen Anthropologen Alfred Kroeber und Clyde Kluckhohn kritisierten verschiedene Definitionen und Konzepte von dem Begriff Kultur im Jahr 1952 und fügten daher ihre 164 erarbeiteten Begriffe in einer Liste zusammen. Das Problem, das die Kultur nicht einfach begrifflich zu bestimmen war und ist, basiert auf dem Zwiespalt der Anthropologen der Natur der Begriffe gegenüber. Doch werden in Spencer-Oatey und Franklin (2009) verschiedene Aspekte wiedergegeben, die in den meisten Definitionen übereinstimmen. Erstens gibt es in einer Kultur verschiedene Regelmäßigkeiten, die explizit oder implizit erscheinen können. Zweitens wird eine Kultur mit einer sozialen Gruppe assoziiert, allerdings sind innerhalb dieser Gruppe Unterschiede vorhanden, wodurch Individuen nicht exakt die gleichen kulturellen Merkmale besitzen. Drittens beeinflusst Kultur das Verhalten und die Interpretation des Verhaltens. Letztendlich wird Kultur durch Interaktion mit anderen Individuen erhalten oder konstruiert. In dieser Arbeit wird die folgende Definition von Kultur angewendet: „Kultur beeinflusst das Wahrnehmen, Denken, Werten und Handeln aller Mitglieder der jeweiligen Gesellschaft. Das kulturspezifische Orientierungssystem schafft einerseits Handlungsmöglichkeiten und Handlungsanreize, andererseits aber auch Handlungsbedingungen und setzt Handlungsgrenzen fest.“ (Thomas, 2005:22) Diese Definition wurde gewählt, da die Anwarter innerhalb einer Kultur die gleiche Weise von Wahrnehmung, Denken, Werten und Handeln haben. Allerdings gibt es innerhalb dieser Kultur Möglichkeiten, aber auch Regeln die Einfluss haben auf die Art und Weise des Bewerbungsprozesses.

In dieser Masterarbeit wird analysiert ob Kulturunterschiede im Berufsfeld der Übersetzer auf LinkedIn vorhanden sind. Die Gruppe, die analysiert wird, sind Übersetzer und die gehören zu einer professionellen Kultur. Eine professionelle Kultur wird wie folgt definiert: „Professions create and

sustain relatively unique work cultures referred to as professional cultures. [...] A professional culture binds members of a profession to form a professional community, ensures the continuance of a profession as a group collectivity, and guides the members to think and behave as the profession requires. Because a profession is not limited to the framework of a given organization or even a given industry or nation, its professional culture exists across the boundaries of organizations, industries or nations." (Wang 2001:4) nach (Spencer-Oatey/Franklin 2009:43) Eine professionelle Kultur ist eine *community of practice*, da sie sich innerhalb dieser professionellen Gruppe (in dem Fall der Masterarbeit: Übersetzer) gleich verhalten, sie können zum Beispiel Kenntnis über spezifisches Vokabular haben, die eine andere professionelle Gruppe nicht nutzt (Spencer-Oatey/Franklin, 2009).

Betrachtung einer Kultur

Kultur kann auf verschiedene Weisen erforscht werden. Verschiedene wissenschaftliche Disziplinen, wie zum Beispiel Psychologie und Anthropologie haben sich damit beschäftigt. Kenneth Pike, ein Linguist und Anthropologe, unterscheidet zwei Perspektiven, durch die Kultur erforscht werden könnte. Diese *emic* und *etic* Perspektiven sind von dem Begriffspaar *phonetics* und *phonemics* abgeleitet. Die *emic* Perspektive setzt voraus, dass die Ideen, das Verhalten von Individuen, der Themen und Konzepte kulturspezifisch sind. Dahingegen setzt die *etic* Perspektive voraus, dass die Ideen, das Verhalten von Individuen, der Themen und Konzepte kulturübergreifend sind. Da die *emic* Perspektive einzigartig ist für eine spezifische Kultur, gibt es keine Möglichkeit Aspekte mit anderen Kulturen zu vergleichen. Zusätzlich analysiert man eine Kultur auf eine *emic* Weise durch Anwesenheit in und Observation von der jeweiligen Kultur. Die Kultur wird von innen betrachtet. Hingegen wird auf ethische Weise eine Kultur von außen erforscht. Das bedeutet, dass Kulturen auf theoretische Weise erforscht werden und der Forscher sich nicht innerhalb dieser Kultur befinden muss um diese zu untersuchen (Spencer-Oatey/Franklin, 2009).

2.4.1 Kulturelle Dimensionen von Hofstede

In Kapitel 2.4.1 und 2.4.2 werden die verschiedenen Betrachtungen einer Kultur anhand von Hofstede und Thomas erläutert. Danach wird erklärt, warum die Betrachtung von Thomas in dieser Arbeit gewählt wurde. Mit Hilfe von den Kulturstandards von Thomas wird versucht, die Unterschiede zwischen der deutschen und der niederländischen Kultur in LinkedIn Profilen ans Licht zu bringen. Zum Schluss wird eine Verbindung zwischen sozialen Medien und Kultur dargestellt.

Der Begriff Kultur wird oft mit den Dimensionen von Hofstede verbunden. Geert Hofstede ist bekannt für seine Forschung bei IBM in den 60er und 70er Jahren. In seiner Forschung hat Hofstede Länder anhand von Kulturdimensionen kategorisiert. Anhand dieser Kulturdimensionen hat er auf eine *etic* Weise ein System entwickelt, mit dem man Kulturen vergleichen kann. Diese fünf Dimensionen, die er entwickelt hat, sind: Individualismus vs. Kollektivismus, Machtdistanz,

Maskulinität vs. Femininität, Unsicherheitsvermeidung und langfristige vs. kurzfristige Orientierung. Die Werte, die Deutschland und die Niederlande bekommen, sind in Tabelle 1 wiedergegeben (Spencer-Oatey/Franklin, 2009).

	Deutschland	die Niederlande
Kollektivismus vs. Individualismus	67	80
Unsicherheitsvermeidung	65	53
Machtdistanz	35	38
Maskulinität vs. Femininität	66	14
Langfristige vs. kurzfristige Orientierung	31	43

Tabelle 1: Übersicht der deutschen und niederländischen Dimensionen nach den Dimensionen von Hofstede (Hofstede, 2001)

Hofstede verwendet für die Einordnung von Nationen eine Punkteskala von 0-100. Ein hoher Wert bedeutet einen ausgeprägten Individualismus, eine ausgeprägte Unsicherheitsvermeidung, eine ausgeprägte Machtdistanz, eine ausgeprägte Maskulinität oder eine langfristige Orientierung. Ein niedriger Wert bedeutet einen ausgeprägten Kollektivismus, eine niedrige Ausprägung der Unsicherheitsvermeidung, eine geringe Machtdistanz, eine ausgeprägte Femininität oder eine kurzfristige Orientierung. Anhand dieser Zahlen können Kulturen miteinander verglichen werden (Hofstede, 2001). In Kapitel 2.4.3 wird auf diese Zahlen eingegangen, da diese bei der Bestimmung des Modells der Analyse eine Rolle spielen.

2.4.2 Kulturstandards von Thomas

Thomas untersuchte Kultur auf eine *emic* Weise (siehe Kapitel 2.4). Seine Variablen der Kulturunterschiede basieren auf semi-strukturierten Interviews mit Menschen, die umgezogen sind in ein anderes Land als das Heimatland. Außerdem unterhalten diese Menschen sich in diesem ‚neuen‘ Land interaktiv mit den Bewohnern des ‚neuen‘ Landes. Er hat versucht den Menschen die *critical incidents* der Gastkultur zu beschreiben. *Critical incidents* sind Momente in einer Interaktion, in denen erwartet wird, dass der Bewohner des Heimatlandes auf eine andere Art und Weise als die Gäste des Landes reagiert. Aufgrund dieser Information hat Thomas die Definition der Kulturstandards pro Nation festgelegt (Spencer-Oatey/Franklin, 2009). Die Resultate dieser Arbeit haben gezeigt, dass innerhalb einer Nation eine hohe Übereinstimmung von verhaltensrelevanten Merkmalen vorhanden ist (Thomas, 2005). Diese zentralen, orientierenden Charakteristiken in einer Kultur werden durch Thomas als Kulturstandards bezeichnet. Der Nachteil dieser Variablen liegt in der Fokussierung auf die Unterschiede zwischen den beiden untersuchten Ländern. Da Thomas‘ (2005) Kulturstandards einer Kultur aus dem Blickwinkel einer anderen Kultur untersucht hat, sind die Kulturstandards nicht anwendbar für einen Vergleich zwischen mehreren Kulturen (Spencer-

Oatey/Franklin, 2009). Hierunter werden die deutschen und niederländischen Kulturstandards aufgelistet und erklärt.

Kulturstandards Deutschland:

- **Sachorientiert:** Fokussierung auf Sachthemen, wie zum Beispiel Inhalt und Aufgaben haben Vorrang bei der Beschäftigung einer Person.
- **Regelorientiert:** Strukturen und Regeln sind von großer Bedeutung. Am liebsten wird alles durch Regeln strukturiert, damit Unsicherheit vermieden wird.
- **Direktheit/Wahrhaftigkeit:** Man sagt, was man denkt und probiert Mehrdeutigkeit zu vermeiden und Sachen explizit zu formulieren.
- **Interpersonale Distanzdifferenzierung:** Man sollte sich nicht ungefragt einmischen in den Angelegenheiten von anderen Menschen. Man sollte Abstand halten.
- **Internalisierte Kontrolle:** Tätigkeiten werden korrekt und mit Verantwortung erfüllt. Was sie machen, möchten sie gut machen.
- **Zeitplanung:** Zeit wird so gut wie möglich geplant und eingeplant, damit kostbare Zeit nicht verspielt wird.
- **Trennung von Persönlichkeits- und Lebensbereichen:** Arbeits- und Privatleben werden ungern miteinander vermischt (Thomas, 2005).

Kulturstandards in den Niederlanden:

- **Calimero-Effekt:** Es besteht ein ungleiches Kräfteverhältnis zwischen Deutschland und den Niederlanden, da es in den Niederlanden weniger Einwohner gibt.
- **Flache Hierarchie:** Machtbeziehungen sind horizontal strukturiert und Beziehungen zwischen Kollegen sind informell und locker. Die Kompetenzbereiche sind umfassend und Mitarbeiter bekommen schnell eine große Verantwortung.
- **Konsensus orientiert:** Entscheidungen werden in Übereinstimmung miteinander getroffen; alle Beteiligten haben Mitspracherecht.
- **Beziehungsorientiert:** Beziehungen mit Personen haben einen höheren Stellenwert als sachliche Themen. Diese Beziehungsebene wird unterstützt durch einen informellen Umgang (duzen).
- **Pragmatisch:** Anhand einer flexiblen Einstellung wird das Ziel pragmatisch angegangen. Die Kommunikation findet auf eine direkte, schnelle und offene Weise statt. Außerdem wird Kritik direkt geäußert.
- **Informalität:** Es wird versucht eine lockere Atmosphäre zu kreieren zum Beispiel durch die Nutzung von Witzen und informellen Anredeformen.

- **Calvinistische Bescheidenheit:** Es wird versucht nicht aufzufallen, Distanz wird vermieden, da egalitär als wichtiger empfunden wird. Titel werden nicht öffentlich benutzt und Wohlhabenheit wird nicht gekennzeichnet (Thomas, 2009).

2.4.3 Bestimmung des kulturellen Modells

Die Dimensionen von Hofstede bilden den Ausgangspunkt für die Kulturstandards von Thomas. Aus diesem Grund ist es wichtig zu wissen auf welche Dimensionen Thomas seine Kulturstandards aufgebaut hat und sind die Dimensionen von Hofstede in dieser Arbeit aufgenommen. Hierunter wird erklärt warum Thomas' Theorie für diese Arbeit besser geeignet ist.

Es gibt außer den vielen Zitierungen nach Hofstede auch Kritik an seinen Kulturdimensionen (Spencer-Oatey/Franklin, 2009). Einige Beispiele dieser Kritik durch Jones (2007) werden hier genannt. Hofstede betrachtet eine Kultur als homogen statt einer Kultur, die aus verschiedene Gruppen existiert. Außerdem kann die auf ein internationales Unternehmen fokussierte Information nicht die Werte eines gesamten Landes widerspiegeln (Jones, 2007). In dieser Arbeit sind die Kulturdimensionen von Hofstede betrachtet. Hofstede gibt eine gute Basis für viele kulturellen Untersuchungen und zusätzlich kann man einfach Kulturen anhand dieser gleichen Dimensionen miteinander vergleichen. Allerdings gibt Hofstede auch ein statisches Bild von Kulturen wieder, da jede Kultur einen bestimmten Wert pro Dimension bekommt. Kulturen werden daher durch Hofstede weniger dynamisch als die Kulturstandards von Thomas betrachtet. Diese statische Wiedergabe der fünf Kulturdimensionen gibt kein ausreichendes Bild für diese Arbeit wieder, da die Unterschiede zwischen Deutschland und den Niederlanden gering sind (Kulturdimension Maskulinität vs. Femininität ausgeschlossen). In Tabelle 1 in Kapitel 2.4.1 wurden diese Werte übersichtlich dargestellt. Da die Unterschiede in der Forschung von Hofstede gering sind und es hierdurch schwierig ist Kulturunterschiede zwischen diesen Ländern zu untersuchen, sind für diese Arbeit die Kulturstandards von Thomas gewählt worden. Thomas (2005) hat im Gegensatz zu Hofstede seine Dimensionen nicht im Voraus ausgedacht, aber basierte seine Kulturstandards auf Basis der Informationen, die er während seiner Untersuchung bekommen hat. Thomas gibt pro Kultur die sieben wichtigsten Aspekte einer Kultur wieder. Diese Kulturstandards sind expliziter als die Dimensionen von Hofstede umschrieben, da diese Standards für eine spezifische Kultur definiert sind und auf diese Kultur zutreffen. In dieser Masterarbeit wird versucht die Unterschiede auf deutschen und niederländischen LinkedIn Profilen so spezifisch wie möglich wiederzugeben. Da die Kulturstandards von Thomas (2005 und 2009) die deutsche und niederländische Kultur genauer als die Dimensionen von Hofstede beschreiben, sind sie für diese Arbeit mehr geeignet. Durch die Verwendung der Kulturstandards wird einerseits auf eine *emic* Weise erforscht, die innerhalb einer Kultur stattgefunden hat. Außerdem ist die Wissenschaftlerin dieser Arbeit beim LinkedIn Netzwerk aktiv angemeldet, damit sie sich innerhalb dieses Netzwerks befindet. Andererseits ist die

Wissenschaftlerin kein Mitglied der Übersetzungsgruppe und befindet sie sich daher nicht innerhalb dieser Gruppe. Zusätzlich wird die Kultur anhand von Theorien erforscht, welche wieder zu einer *etic-Betrachtung* gehören. Diese Arbeit ist daher eine Mischung von einer *etic* und *emic* Methode.

2.4.4 Kultur und soziale Medien

Berthon et al. (2012) setzen voraus, dass Webseiten soziale Medien Webseiten in einem Land durch drei Aspekte beeinflusst werden. Diese Aspekte sind die Technologie, die Kultur und die Regierung des Landes. Wichtig für diese Arbeit ist die Beziehung zwischen Kultur und sozialen Medien. Berthon et al. (2012) bestätigen, dass kulturelle Normen und Werte in Verbindung mit den Interessen der Nutzer auf Webseiten der sozialen Medien in verschiedenen Ländern stehen. Das bedeutet, dass es Unterschiede gibt zwischen Kulturen und Unternehmen und sie daher nicht die gleichen Strategien für dieselben Kulturen nutzen können. Es wird daher von Nutzern der sozialen Medien erwartet, dass Unternehmen die Aspekte über soziale Medien an der Kultur der Nutzer anpassen. *Creative consumers* (siehe Kapitel 2.1 für die Definition) spielen eine Rolle bezüglich der Kultur in sozialen Medien, da sie diesen Plattformen Werte beisteuern, die sie kulturell beeinflussen können (Berthon et al., 2012). Wie *creative consumers* diese Webseiten kulturell beeinflussen, ist abhängig von der (inter)kulturellen Kompetenz dieser Nutzer. Sie haben nicht nur die Möglichkeit Informationen nach ihren eigenen Kulturstandards (wie zum Beispiel die Kulturstandards in Kapitel 2.4.2) zu gestalten, sondern sie haben auch die Möglichkeit sich zu assimilieren in einer anderen Kultur. Wenn sie sich anpassen, nutzen sie Fähigkeiten, die zu einer interkulturellen Kompetenz gehören. Interkulturelle Kompetenz ist ein Begriff, der sowie die Kultur nicht eindeutig zu definieren ist. Thomas (2005) gibt verschiedene Definitionen des Begriffs der interkulturellen Kompetenz wieder, woraus die folgende Definition gewählt ist: „Interkulturelle Kompetenz ist die notwendige Voraussetzung für eine angemessene, erfolgreiche und für alle Seiten zufriedenstellende Kommunikation, Begegnung und Kooperation zwischen Menschen aus unterschiedlichen Kulturen.“ (Thomas, 2005:11) In dieser Arbeit wird versucht die Unterschiede zwischen deutschen und niederländischen LinkedIn Profilen herauszufinden. Es gibt die Möglichkeit, dass eine Person sich assimiliert in einer anderen Kultur und damit ihre interkulturelle Fähigkeiten verwendet. Allerdings muss berücksichtigt werden, dass die Ergebnisse maximal interpretiert werden, da die Unterschiede auch andere Gründe als Interkulturalität haben können (Ten Thije und Maier, 2012).

3. Fragestellung und Hypothesen

Anhand der Theorien werden in diesem Kapitel die Fragestellung und die Hypothesen formuliert.

3.1 Fragestellung

In dieser Masterarbeit wird die folgende Kernfrage beantwortet:

Gibt es Unterschiede bezüglich der Art und Weise, wie deutsche und niederländische Berufstätige ihr LinkedIn Profil gestalten und wenn ja, sind diese Unterschiede kulturell geprägt?

Zur Beantwortung dieser Kernfrage wurden die folgenden Teilfragen gestellt:

- Wie sind deutsche und niederländische LinkedIn Profile gestaltet?
- Sind Kulturstandards von Thomas von den deutschen und niederländischen LinkedIn Profilen abzulesen?

3.2 Hypothesen

Die folgenden Hypothesen werden in dieser Arbeit überprüft:

H1) Das Profilbild ist auf deutschen LinkedIn Profilen formeller als auf niederländischen LinkedIn Profilen gestaltet.

Nach Thomas (2005) werden Beziehungen zwischen Personen in Deutschland durch Formalität geprägt. In den Niederlanden gibt es eher eine informelle Atmosphäre (Thomas, 2009). Deutsche sind laut Thomas (2005) regelorientiert und sie haben verschiedene Regeln über die Gestaltung des Profilbilds. Außerdem ist ein Profilbild in Deutschland gefordert und in den Niederlanden ist es nicht notwendig (Püttjer/Schnierda, 2012). Erwartet wird daher, dass das Profilbild auf deutschen LinkedIn Profilen formeller gestaltet ist als die niederländischen LinkedIn Profilen.

H2) Titel werden öfter auf deutschen LinkedIn Profilen als auf niederländischen LinkedIn Profilen verwendet.

Nach den Kulturstandards von Thomas (2005 und 2009) sind Deutsche sachorientiert und Niederländer beziehungsorientiert. Der Inhalt wird von Deutschen über Beziehungen bevorzugt. Ein Titel gibt ein Ausbildungsniveau wieder und ist daher auf den Inhalt statt die Beziehungen gerichtet. Diese Hypothese kann auch mit dem Kulturstandard der calvinistischen Bescheidenheit verbunden werden, da Niederländer am liebsten nicht auffallen und Titel nicht öffentlich benutzen (Thomas, 2009). Anhand dieser Kulturstandards wird erwartet, dass Deutsche mehr Titel auf ihren LinkedIn Profilen als Niederländer verwenden.

H3) Die Anzahl der Kontakte ist auf deutschen LinkedIn Profilen geringer als auf niederländischen LinkedIn Profilen.

Laut Thomas (2005) gibt es in Deutschland eine Trennung von persönlichen und offiziellen

Lebensbereichen. Arbeits- und Privatleben werden ungern miteinander vermischt. Da LinkedIn ein Online-Berufsnetzwerk ist, wird erwartet, dass die deutschen Nutzer sich auf LinkedIn nur mit Personen verbinden, die zu ihrem professionellen Netzwerk gehören und das Profil aufwerten. Niederländer sind laut Thomas (2009) beziehungsorientiert und daher wird erwartet, dass sie auch Personen, die nicht auf das professionelle Netzwerk gehören zu ihrem professionellen Netzwerk hinzufügen. Daher wird erwartet, dass Niederländer eine höhere Anzahl an Kontakten auf LinkedIn haben.

H4) Kontaktdaten werden öfter auf niederländischen als auf deutschen LinkedIn Profilen angezeigt.

Laut des Kulturstandards von Thomas (2009) sind Niederländer beziehungsorientiert. Die Deutschen hingegen halten eher Abstand, da sie sich nicht ungefragt in Angelegenheiten von anderen einmischen (Thomas, 2005). Anhand dieser Kulturstandards wird erwartet, dass Niederländer schneller zueinander in Kontakt treten und Deutsche langsamer den Kontakt aufnehmen. Daher wird erwartet, dass Deutsche ihre Kontaktdaten mehr auf LinkedIn Profilen schützen als die Niederländer.

H5) Berufserfahrungen werden auf deutschen LinkedIn Profilen ausführlicher als auf niederländischen Profilen aufgeführt.

Deutsche möchten gern internalisierte Kontrolle ausüben. Es wird erwartet, dass Tätigkeiten korrekt und mit Verantwortung ausgeübt werden. Diese Verantwortung wird nicht nur in der Gruppenarbeit erwartet, sondern auch bei den individuellen Aufgaben. Was man macht, sollte man gut machen (Thomas, 2005). Es wird erwartet, dass deutsche LinkedIn Profile ausführlicher als niederländische LinkedIn Profile ausgestaltet sind, da die Deutschen ihre Aufgaben von Anfang an ordnungsgemäß erledigen möchten. Außerdem wurde in der kontrastiven Analyse in Kapitel 2.3.3 geschlossen, dass Niederländer den Abschnitt Berufstätigkeiten weniger ausführlich erwähnen als Deutsche. Dahingegen fangen Niederländer laut Thomas (2009) mit einer Aufgabe an ohne eine richtige Zielsetzung formuliert zu haben. Es wird erwartet, dass sie das Profil weniger ausführlich ausgefüllt haben, da sie flexibel sind und das Profil anpassen können.

H6) Ausbildungen werden auf deutschen LinkedIn Profilen ausführlicher als auf niederländischen Profilen beschrieben.

Aus demselben Grund wie die Hypothese fünf wird erwartet, dass die Ausbildungen auf deutschen LinkedIn Profilen ausführlicher als auf niederländischen Profilen erwähnt werden. Was Deutsche machen, machen sie gut (Thomas, 2005). Niederländer sind nicht so genau in der Zielsetzung und möchten sich lieber flexibel aufstellen (Thomas, 2009). Außerdem wird in deutschen Lebensläufen erwartet, dass Noten angegeben werden, wenn sie gut sind (siehe Kapitel 2.3.4). Das ist nicht der Fall in niederländischen Lebensläufen.

H7) Kompetenzen werden auf deutschen LinkedIn Profilen häufiger vom Inhaber des Profils angegeben, während auf niederländischen LinkedIn Profilen diese Kompetenzen eher durch andere Personen bestätigt werden.

Es wird erwartet, dass mehr Kompetenzen auf deutschen LinkedIn Profilen angegeben werden, da Deutsche gewissenhaft vorgehen. Außerdem versuchen sie Unsicherheit zu vermeiden und dank dieser Kompetenzen können sie sich gut verkaufen (Thomas, 2005). Da Niederländer beziehungsorientiert sind (Thomas, 2009), wird erwartet, dass Kontakte eher diese Kompetenzen bestätigen. Außerdem wird erwartet, dass die Kompetenzen auf niederländischen LinkedIn Profilen eher bestätigt werden, da Niederländer Referenzen in den Lebensläufen nennen (Independent Recruiters, 2015).

H8) Empfehlungen werden öfter auf niederländischen LinkedIn Profilen als auf deutschen LinkedIn Profilen gegeben.

Der Besitzer eines LinkedIn Profils könnte Empfehlungen von Kontakten auf seinem LinkedIn Profil bekommen. Es wird erwartet, dass niederländische LinkedIn Profile mehr Empfehlungen als deutschen LinkedIn Profile enthalten, da Deutsche sachorientiert (Thomas, 2005) und Niederländer beziehungsorientiert sind (Thomas, 2009). Außerdem könnte ein Arbeitgeber diese Empfehlungen an vorherigen Arbeitgebern fragen, da in Kapitel 2.3.5 deutlich wird, dass Niederländer Referenzen am Ende des Lebenslaufs nennen können (Independent Recruiters, 2015).

H9) Niederländische LinkedIn Nutzer folgen häufiger Themen als deutsche LinkedIn Nutzer.

Laut den Kulturstandards von Thomas (2005) gibt es eine Trennung zwischen Arbeits- und Privatleben in Deutschland. In den Niederlanden wird diese Trennung nicht so deutlich gemacht. Außerdem können Hobbys und Interessen in den Niederlanden hinzugefügt werden, die nicht unbedingt für die Stelle relevant sind (Independent Recruiters, 2015) Anhand dieser Information wird erwartet, dass deutsche LinkedIn Nutzer allein den Themen folgen, die sich auf das Arbeitsleben beziehen. Dem entgegen wird erwartet, dass niederländische LinkedIn Nutzer Themen folgen, die sich auf das Arbeits- und Privatleben beziehen.

H10) Die Sprachenkenntnisse sind auf deutschen LinkedIn Profilen als wichtiger eingestuft als auf niederländischen LinkedIn Profilen.

Sprachkenntnisse und das Niveau der Sprachkenntnisse sollte man im Lebenslauf in Deutschland und den Niederlanden erwähnen (Püttjer/Schnierda, 2012) (Independent Recruiters, 2015). Ein niederländischer Kulturstandard laut Thomas (2009) ist die calvinistische Bescheidenheit. Am liebsten bleiben die Niederländer im Hintergrund und probieren nicht aufzufallen. Wegen dieser Bescheidenheit wird erwartet, dass die Sprachenkenntnisse auf deutschen LinkedIn Profilen als wichtiger als auf niederländischen LinkedIn Profilen eingestuft werden.

4. Methode

LinkedIn wurde in dieser Arbeit betrachtet, da dieses berufliche, soziale Medium in den Top 10 der sozialen Medien Nutzung in Deutschland und in den Niederlanden zu finden ist. Das ist nicht der Fall bei Konkurrent Xing. Aus praktischen Gründen wurde dieses soziale Medium ausgewählt, da die Wissenschaftlerin dieser Arbeit bei LinkedIn angemeldet ist. Wie bereits in Kapitel 2.4.3 erklärt wurde, wurde diese Arbeit aus einer Mischung von *emic* und *etic* Perspektiven betrachtet. Da Thomas seine Kulturstandards innerhalb einer Kultur erforscht hat (*emic*) und Kultur in dieser Arbeit anhand von Theorien erforscht wurde (*etic*). Außerdem ist diese Arbeit eine Stichprobe und somit sind die Resultate nicht repräsentativ für die gesamte deutsche und niederländische Bevölkerung.

Um die Leitfrage dieser Masterarbeit zu beantworten, sind pro Hypothese jeweils fünf deutsche und fünf niederländische private LinkedIn Profile ausgewählt worden. Da die Bewerbungsprozesse in Deutschland und den Niederlanden unterschiedlich sind, wurden deutsche und niederländische Profile untersucht. Der Lebenslauf in Deutschland ist zum Beispiel ein Teil der Bewerbungsmappe und in den Niederlanden ist das nicht der Fall. Die Bewerbungsprozesse in Deutschland sind viel ausführlicher als in den Niederlanden (Püttjer/Schnierda, 2012). Da die Bewerbungsprozesse unterschiedlich sind, war es wahrscheinlich, dass Unterschiede in deutschen und niederländische LinkedIn Profilen vorhanden waren und sie sind daher für eine Untersuchung nach Unterschieden geeignet. Die Profile wurden anhand der Benutzung der Suchmaschine von LinkedIn gewählt. In dieser Suchmaschine wurden die folgende Suchanfragen eingegeben: „Übersetzer“, „Übersetzer Niederländisch“ „Vertaler“ und „Vertaler Duits“. Danach hat LinkedIn eine Liste mit Suchergebnissen geliefert. Diese Liste mit Profilen wurde auf Sichtbarkeit kontrolliert. Das bedeutet, dass man mehr Information sehen muss, als nur die Zusammenfassung der Profilbesitzer. Pro Gruppe wurden fünf verschiedene Profile gewählt. Diese Anzahl wurde gewählt, da man genauso viele deutsche als niederländische Profile untersuchen muss um eine gerechte Vergleichung zu machen. Da Profile nicht immer sichtbar sind und die Sichtbarkeit der Profile von dem Netzwerk der LinkedIn Nutzer abhängig ist, war es nicht erzielbar mehr als fünf deutsche Profile für die Analyse zu finden. Der Grund dafür ist, dass das Netzwerk der Autorin dieser Arbeit hauptsächlich niederländische Kontakte enthält, daher hat sich die Suche nach deutschen Profilen erschwert. Für diese Arbeit wurde eine spezifische professionelle Gruppe gewählt, damit die Daten zu vergleichen sind und es der Validität zugutekommt. Die professionelle Gruppe der Übersetzer wurde gewählt, da es eine freiberufliche Berufsgruppe ist und diese Berufsgruppe sich selbst Arbeit suchen sollte. Es wurde erwartet, dass die LinkedIn Profile dieser Gruppe ausführlich ausgefüllt sind, da sie anhand dieses Hilfsmittels Arbeit bekommen können. Bei der Auswahl der Accounts wurde darauf geachtet, dass die deutschen Personen in Deutschland aufgewachsen sind und von Niederländisch auf Deutsch übersetzt wurden und die niederländischen Personen in den Niederlanden aufgewachsen sind und von Deutsch auf

Niederländisch übersetzt wurden. Erstens wurde versucht diese Information anhand des Profils der Profilbesitzer herauszufinden. Es wurde versucht herauszufinden in welchem Land der Profilbesitzer zur Schule gegangen ist, bevor er/sie mit einem Studium angefangen hat. Das sollte in Deutschland oder den Niederlanden sein. Zweitens wurde beobachtet in welchen Sprachen die Übersetzer übersetzen. In den meisten Fällen hat der Profilbesitzer das auf dem Profil vermerkt. Wenn das nicht auf den Profilen erklärt war, wurde an der Zwischenperson, die sich zwischen den Profilbesitzer und die Autorin befindet, gefragt wo der Profilbesitzer aufgewachsen ist und in welchen Sprachen er/sie übersetzt.

Die in dieser Arbeit gewählten Übersetzer sind anhand der folgenden Codes anonymisiert. DP1 bedeutet die erste deutsche Person und NP2 bedeutet die zweite niederländische Person und so weiter.

deutsche Übersetzer	niederländische Übersetzer
DP1	NP1
DP2	NP2
DP3	NP3
DP4	NP4
DP5	NP5

Tabelle 2: Übersicht der Anonymisierung der LinkedIn Profile von den untersuchten Personen

Bei der Analyse wurden die folgende Aspekte der LinkedIn Profile betrachtet: das Profilbild, der Gebrauch der Titel, die Anzahl der Kontakte, die Wiedergabe der Kontaktdaten, die Gestaltung der Arbeitserfahrung und Ausbildung, die Anzahl der Kompetenzen, Empfehlungen, Themen und zum Schluss die Einstufung der Sprachenkenntnisse. Diese Aspekte wurden in Kapitel 2.2.1 erläutert. Diese Aspekte wurden gewählt, weil diese Aspekte zu festen Bestandteilen eines Lebenslaufs gehören. Außerdem sind diese Aspekte vorhanden, da sie zu der gehandhabten Vorgabe von LinkedIn gehören. Da diese Aspekte in den meisten Fällen in den Profilen vorhanden waren, wäre es möglich die Aspekte miteinander zu vergleichen.

Hierunter wird erläutert wie diese Aspekte in der Rangfolge der Hypothesen analysiert worden sind und warum diese Aspekte gewählt worden sind:

➤ Hypothese 1 - Profilbild

Der Aspekt Profilbild wurde für diese Arbeit gewählt, da im Kapitel 2.3.2 deutlich wurde, dass die Regeln für ein Bewerbungsfoto in Deutschland und den Niederlanden unterschiedlich sind. Das Bewerbungsfoto ist zum Beispiel in den Niederlanden nicht immer auf dem Lebenslauf abgebildet (Independent Recruiters, 2015). Dahingegen wird in Deutschland erwartet, dass ein Bewerbungsfoto mit geschickt wird (Püttjer/Schnierda, 2012). Anhand dieser Information wurde

erwartet, dass die Ergebnisse der LinkedIn Profilen unterschiedlich sind und daher von Bedeutung für die Beantwortung der Kernfrage sind.

In dieser Arbeit wurde erstens betrachtet ob die Profile ein Profilbild hatten. Zweitens wurde analysiert ob die Personen formelle Kleidung trugen. Das beinhaltet, dass die Person einen Anzug oder ein Kleid in dunklen Farben trägt. Zusätzlich wurde anhand des Hintergrundes des Profilbildes untersucht ob das Bild professionell gestaltet war. Der Hintergrund sollte hell sein und es sollte ein Passbild anstatt eines Freizeitbildes sein.

➤ Hypothese 2 – Titel

Dieser Aspekt wurde gewählt, da Niederländer im Gegensatz zu Deutschen am liebsten nicht auffallen möchten und Titel nicht öffentlich benutzen (Thomas, 2009). Es wurde erwartet, dass diese Unterschiede in den LinkedIn Profilen vorhanden sind. Die Anzahl der Titel wurde daher auf den LinkedIn Profilen gezählt. Einige Beispiele von Titeln sind M.A. und MSc.

➤ Hypothese 3 - Kontakte

In dieser Arbeit wurden die Kontakte der Profilbesitzer analysiert, da in Deutschland Xing (33.6 Prozent) mehr als LinkedIn (12.9 Prozent) verwendet wird (statista.com, 2014). Es wurde erwartet, dass Kontakte der deutschen Profilbesitzer eher auf Xing anstatt LinkedIn vorhanden sind. Hierdurch wurde erwartet, dass es zu Unterschieden in Anzahl der Kontakte auf niederländischen und deutschen Profilen führen kann, weil die Chance prozentual in den Niederlanden (22.53 Prozent) größer ist als in Deutschland (12.9 Prozent), dass ein Kontakt mit der gleichen Nationalität auf LinkedIn aktiv ist (statista.com, 2014). Die Anzahl der LinkedIn Kontakte wurde in dieser Arbeit auf den LinkedIn Profilen gezählt. Wenn die Anzahl höher als 500 war, wurde >500 geschrieben.

➤ Hypothese 4 - Kontaktdaten

Die Kontaktdaten wurden in dieser Arbeit analysiert, da die Gebräuche der Wiedergabe der Kontaktdaten pro Kultur unterschiedlich sein können. Außerdem waren keine Informationen über die Wiedergabe der Kontaktdaten auf sozialen beruflichen Medien zu finden. Es wäre interessant zu wissen, ob Kontaktdaten geschützt werden oder nicht, weil man dadurch weiß ob es in einer Kultur erlaubt ist Kontaktdaten zu schützen und welche Kontaktdaten man schützen kann. Wenn Kontaktdaten nicht geschützt werden, gibt es nämlich die Möglichkeit, dass sie verfügbar sind für Personen, die der Profilbesitzer nicht direkt kennt (2. Grades oder 3. Grades Kontakte). Das ist nicht der Fall, wenn jemand sich pro Email um einen Job bewirbt. Für die Überprüfung der Kontaktdaten der LinkedIn Profilbesitzer wurden die verschiedenen Weisen der

Wiedergabe von Kontaktdaten durchleuchtet. Es wurde analysiert ob das Profil eine E-Mailadresse, Instant Messaging (chatten über Internet), eine Telefonnummer, eine Adresse, einen Twitter oder Facebook Account und Webseiten oder Blog auf den LinkedIn Profilen hinzugefügt waren. Diese Informationen sollten in dem Abschnitt Kontaktinformationen angegeben werden.

➤ Hypothese 5 – Arbeitserfahrung

Die Arbeitserfahrung wurde in dieser Arbeit als Aspekt aufgeführt, da ein Lebenslauf in Deutschland und in den Niederlanden nicht komplett ist ohne diese Informationen. Außerdem wurde erwartet, dass in dieser Aspekt Unterschiede vorhanden sind, weil wie bereits in Kapitel 2.3.3 erklärt wurde, dass der Abschnitt Arbeitserfahrung in den Niederlanden weniger ausführlich erklärt wird als in Deutschland. Die Gestaltung der Berufserfahrung wurde anhand folgender Kriterien analysiert: Name des Unternehmens, Titel der Stelle, Ort der Stelle, Zeitraum und Beschreibung. Eine Beschreibung wurde als Beschreibung gekennzeichnet, wenn diese die Tätigkeiten der Arbeitserfahrung erklärt. Es wurde betrachtet ob diese Kriterien bei jeder Stelle vorhanden gewesen sind, und wenn diese vorhanden waren, wie oft sie erwähnt worden sind.

➤ Hypothese 6 -Ausbildung

Ausbildung wurde als Aspekt aufgeführt, da sie in jedem Lebenslauf vorhanden sind. Sie sind daher gut zu analysieren. Außerdem wurde in Kapitel 2.3.4 deutlich, dass es innerhalb dieses Aspekts Unterschiede zwischen der deutschen und niederländischen Kultur gibt. In deutschen Lebensläufen wurde zum Beispiel erwartet, dass Noten angegeben werden (Bensberg, 2015). Das ist nicht der Fall in den Niederlanden (Independent Recruiters, 2015).

Die Gestaltung der Ausbildung wurde anhand folgender Kriterien analysiert: Ausbildungsstätte, Ausbildungsdaten, Abschluss, Studienfach, Abschlussnote, Aktivitäten und Verbände und eine Beschreibung. Bei der Ausbildungsstätte sollte die Hochschule oder Universität explizit angegeben werden. Außerdem sollte beim Abschluss erwähnt werden, ob die Person das Studium bestanden hat oder man sollte diese Ausbildung bei den Zertifikaten/Diplomen nennen. Bei dem Studienfach sollte angegeben werden in welchem Bereich man studiert hat. Wenn eine Erklärung angegeben wurde neben den Studienfächern wurde diese als Beschreibung gekennzeichnet. Es wurde betrachtet ob diese Kriterien vorhanden sind und wie oft sie erwähnt worden sind.

➤ Hypothese 7 - Kompetenzen

Dank Kompetenzen können Bewerber sich verkaufen, wie Bewerber sich verkaufen kann pro Kultur unterschiedlich sein. Es wurde erwartet, dass die Wiedergabe der Kompetenzen pro Kultur nicht auf dieselbe Weise wiedergegeben wird, da in der Theorie erläutert wurde dass Deutsche versuchen Unsicherheit zu vermeiden (Thomas, 2005) und Niederländer versuchen nicht aufzufallen (Thomas, 2009). Es wurde erwartet, dass dieser Kontrast in deutschen und niederländischen LinkedIn Profilen anhand der Analyse der Profile deutlich wird, daher wurde dieser Aspekt für diese Arbeit gewählt. Die Anzahl der Kompetenzen wurde auf den LinkedIn Profilen gezählt und danach wurde betrachtet wie viele Personen die Kompetenzen dieser Profilbesitzer bestätigt haben.

➤ Hypothese 8 – Empfehlungen

Der Aspekt Empfehlungen wurde in dieser Arbeit gewählt, da Deutsche sachorientiert (Thomas, 2005) und Niederländer beziehungsorientiert sind (Thomas, 2009). Außerdem wurde in Kapitel 2.3.5 erklärt, dass man in den Niederlanden am Ende des Lebenslaufs die Möglichkeit hat Referenzen zu nennen (Independent Recruiters, 2015). Es wurde daher erwartet, dass man bei der Analyse diesem Aspekt verschiedene Ergebnisse findet, die in Verbindung mit den kulturellen Merkmalen stehen. Die Anzahl der Empfehlungen wurde auf den LinkedIn Profilen gezählt, damit die Unterschiede zwischen deutschen und niederländischen Profilen sichtbar werden.

➤ Hypothese 9 – Themen

Die Themen auf LinkedIn sind mit den Interessen der Profilbesitzer verbunden. In Kapitel 2.3.5 wurde erklärt, dass Interessen in Deutschland angegeben sollten werden, wenn Sie für den Arbeitgeber interessant sind (Püttjer/Schnierda, 2012). Dahingegen müssen Interessen in den Niederlanden nicht unbedingt für eine Stelle relevant sein (Independent Recruiters, 2015). Da dieser Aspekt laut die Theorie in der zwei Kulturen nicht übereinstimmt, wurde erwartet, dass es zu interessanten Ergebnissen dieser Arbeit führen könnte. Um dies herauszufinden, wurde die Anzahl der Themen auf den LinkedIn Profilen gezählt.

➤ Hypothese 10 – Sprachkenntnisse

Die Sprachkenntnisse wurden auf den Profilen analysiert, da Sprachen eine wichtige Rolle bei einer Bewerbung in einer fremden Kultur spielen können. Außerdem wurde in Kapitel 2.3.5 erklärt, dass man in Deutschland und in den Niederlanden die Sprachkenntnisse und das Niveau der Sprachkenntnisse erwähnen sollte. Dieser Aspekt ist dadurch gut analysierbar. Zusätzlich

wurde durch die Theorie erwartet, dass Unterschiede vorhanden sind, da Niederländer das Merkmal calvinistische Bescheidenheit besitzen.

Die Sprachkenntnisse wurden anhand der Einstufung der Sprachen analysiert, dabei wurde die Einstufung von LinkedIn mit einbezogen. Es wurde gezählt wie oft die folgenden Niveaus erwähnt sind: Muttersprache oder zweisprachig, verhandlungssicher, fließend, konversationssicher und Grundkenntnisse. Wenn eine Person Muttersprache oder zweisprachig angegeben hat, bekommt er 5 Punkte, verhandlungssicher 4 Punkte, fließend 3 Punkte, konversationssicher 2 Punkte, Grundkenntnisse 1 Punkt und wenn das Niveau nicht angegeben wurde, hat man keine Punkte bekommen. Danach wurde der Durchschnittswert berechnet.

Die Liste dieser Kriterien ist im ersten Anhang aufgeführt.

5. Resultate

In diesem Kapitel werden die Ergebnisse anhand der untersuchten Aspekte der Analyse präsentiert. Diese Ergebnisse werden anhand der aufgestellten Hypothesen (siehe Kapitel 3.2) wiedergegeben. Die Übersicht von den Ergebnissen ist im zweiten Anhang aufgeführt.

5.1 Profilbild

Das Profilbild ist in fast allen analysierten Profilen vorhanden, mit Ausnahme von DP1. Die Art und Weise, wie die Personen gekleidet sind, ist sehr unterschiedlich. In deutschen und niederländischen Profilen in dieser Arbeit sind die Personen häufiger informell gekleidet, nur in vier der zehn deutschen und niederländischen Profile sind sie formell gekleidet. Beim Hintergrund des Profilbilds sind dieselben Ergebnisse wie bei der Formalität der Kleidung für die analysierten deutschen und niederländischen Profile herausgekommen. Das bedeutet, dass zwei deutsche und zwei niederländische Hintergründe der analysierten Profile professionell gestaltet sind.

5.2 Titel

Auf den überprüften deutschen LinkedIn Profilen wird insgesamt fünf Mal ein Titel verwendet. Diese Titel sind in zwei der fünf Profile zu finden, da DP4 vier Mal und DP5 einmal einen Titel verwendet. Auf den untersuchten niederländischen Profilen wird insgesamt neun Mal ein Titel verwendet. Diese Titel sind in allen fünf Profilen zurückzufinden. In vier Profilen werden Titel zwei Mal und in NP2 wird nur einmal ein Titel erwähnt.

5.3 Kontakte

Die untersuchten deutschen Profile haben insgesamt 951 Kontakte auf LinkedIn. Diese Kontakte sind sehr unterschiedlich über die fünf Profile verteilt, da DP1 zum Beispiel 15 und DP5 mehr als 500 Kontakte hat. Die analysierten niederländischen LinkedIn Profile haben insgesamt 1142 Kontakte. Diese Kontakte sind auch sehr unterschiedlich verteilt, da NP1 zum Beispiel 43 Kontakte und NP5 mehr als 500 Kontakte hat.

5.4 Kontaktdaten

Die verschiedenen Aspekte der Kontaktdaten werden nicht oft in den untersuchten Profilen verwendet. Auf deutschen überprüften Profilen werden die E-Mail, Instant Messaging, Telefonnummer und die Adresse auf keinem Profil wiedergegeben. Dahingegen wird einmal ein Twitter Account angegeben und zwei Mal eine Unternehmenswebseite oder ein Blog vermerkt. Auf niederländischen analysierten Profilen werden die E-Mail, Instant Messaging, Telefonnummer und Adresse nicht wiedergegeben. In zwei der fünf Fälle wird ein Twitter oder ein Facebook Account auf den untersuchten niederländischen Profilen erwähnt. Zusätzlich werden Webseiten und Blogs in den meisten Fällen angezeigt, da allein NP1 diese nicht bei den Kontaktinformationen wiedergegeben

hat. Diese Ergebnisse sind in Abbildung 13 ausführlich wiedergegeben. Diese Prozentzahlen beziehen sich nur auf die untersuchten Profile.

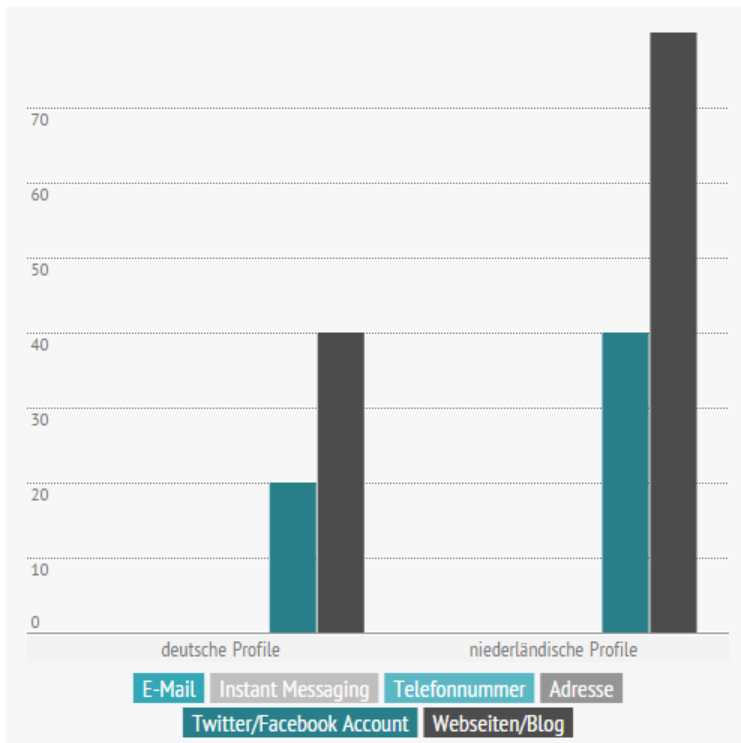


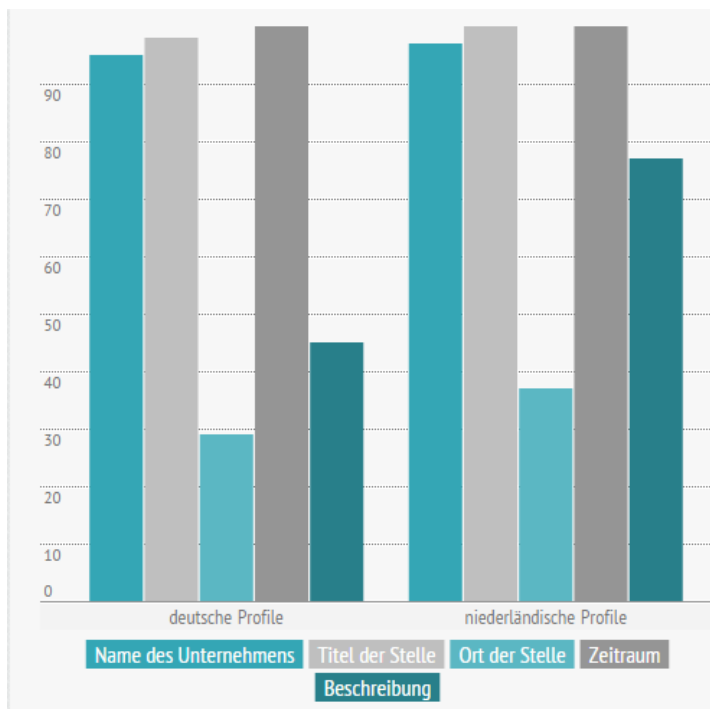
Abbildung 13- übersichtliche Wiedergabe von den Ergebnissen der Kontaktdaten in Prozenten

5.5 Berufserfahrung

Die Berufserfahrung ist sehr unterschiedlich auf den analysierten deutschen Profilen verteilt, da DP2 zum Beispiel nur ein Arbeitgeber und DP5 schon 27 Arbeitgeber gehabt hat. Die anderen Personen haben vier oder sechs Arbeitgeber erwähnt. Der Name des Unternehmens wird in den meisten Fällen angegeben, nur in zwei der 42 Fälle wird dieser verschwiegen. In diesen Fällen wird ein Titel eines Buches oder zwei Personen als Arbeitgeber genannt. Der Titel der Stelle wird auf den deutschen untersuchten Profilen oft angegeben. Es gibt nur eine Ausnahme bei DP5. Der Orte der Stelle wird durch DP1 nicht erwähnt, dahingegen werden durch DP2 und DP4 die Orte der Stellen konsequent aufgelistet. DP3 gibt den Ort in vier der sechs Fälle wieder und DP5 nur in drei der 27 Fälle. Der Zeitraum der Stelle wird auf den analysierten deutschen Profilen immer aufgeführt. Die Beschreibung der Stelle wird hingegen nicht immer wiedergegeben. DP1 gibt immer eine Beschreibung; DP2 gibt keine Beschreibungen; DP3 gibt nur ein Mal eine Beschreibung und fünf Mal keine Beschreibung wieder; DP4 gibt drei Beschreibungen und nur einmal keine und DP5 gibt 11 Mal eine Beschreibung und 16 Mal keine Beschreibung wieder.

Die Anzahl der Berufserfahrungen schwankt auf den analysierten niederländischen Profilen um drei und 14 Berufserfahrungen. Dazwischen gibt es vier, sechs und acht Berufserfahrungen und insgesamt haben die untersuchten niederländischen Profile 35 Berufserfahrungen. Der Name des

Unternehmens wird fast jedes Mal angegeben, nur in einem Fall nicht. Diese Person arbeitet auf freiberuflicher Basis und hat einen eigenen Betrieb ohne speziellen Namen. Der Titel der Stelle wird durch alle niederländischen Personen in dieser Arbeit immer aufgeführt. Hingegen wird der Ort der Stelle nicht konsequent verwendet, da diese in 13 der 35 Fälle angegeben wird. Der Zeitraum wird immer durch die niederländischen LinkedIn Profilbesitzer in dieser Arbeit erwähnt. Eine Beschreibung wird durch NP2, NP3 und NP5 immer wiedergegeben. Dahingegen gibt NP1 niemals eine



Beschreibung und NP4 gibt in zehn der 14 Fälle eine Beschreibung wieder. Diese Ergebnisse sind in Abbildung 14 wiedergegeben. Diese Prozentzahlen beziehen sich nur auf die untersuchten Profile.

Abbildung 14 – übersichtliche Wiedergabe von den Ergebnissen der Aspekte der Berufserfahrung, die auf LinkedIn Profilen in Prozenten wiedergegeben sind

5.6 Ausbildungen

Die deutschen Profilbesitzer in dieser Arbeit haben insgesamt 16 Ausbildungen in ihren Profilen aufgeführt. DP1 und DP2 haben nur eine Ausbildung, aber DP4 hat vier und DP3 und DP5 haben fünf Ausbildungen erwähnt. Die Ausbildungsstätten sind immer auf den untersuchten deutschen Profilen gemeldet. In den meisten Fällen, mit Ausnahme von DP2, sind die Ausbildungsdaten erwähnt. Der Abschluss wird selten genannt (einmal bei DP5). Dahingegen werden Studienfächer oft erwähnt. Nur in drei der 16 Fälle werden diese nicht genannt. Abschlussnoten werden nicht wiedergegeben und Aktivitäten und Verbände nur einmal. Auch eine Beschreibung wird nur einmal auf den analysierten deutschen Profilen wiedergegeben.

Die niederländischen Profilbesitzer in dieser Arbeit haben insgesamt 16 Ausbildungen in ihren Profilen hinzugefügt. DP1 und DP2 haben zwei Ausbildungen und DP3, DP4 und DP5 haben vier Ausbildungen wiedergegeben. Die Ausbildungsstätte der Ausbildung fehlt auf einem Profil. Die Ausbildungsdaten der Ausbildung werden auf allen untersuchten Profilen angegeben. Die niederländischen Profilbesitzer in dieser Arbeit erwähnen nur zwei Mal explizit, dass sie ein Studium bestanden haben. Zusätzlich werden in drei Fällen Abschlussnoten von Abschlussarbeiten aufgeführt. Das Studienfach wird nur einmal nicht auf den analysierten niederländischen Profilen erwähnt.

Aktivitäten und Verbände werden nicht so oft erwähnt, da das nur in vier der 16 Fälle passiert. Eine Beschreibung des Studiums wird selten zugefügt, da NP2 nur einmal eine Beschreibung gegeben hat. In Abbildung 15 sind die Ergebnisse der Aspekte der Ausbildung wiedergegeben. Diese Prozentzahlen beziehen sich nur auf die untersuchten Profile.

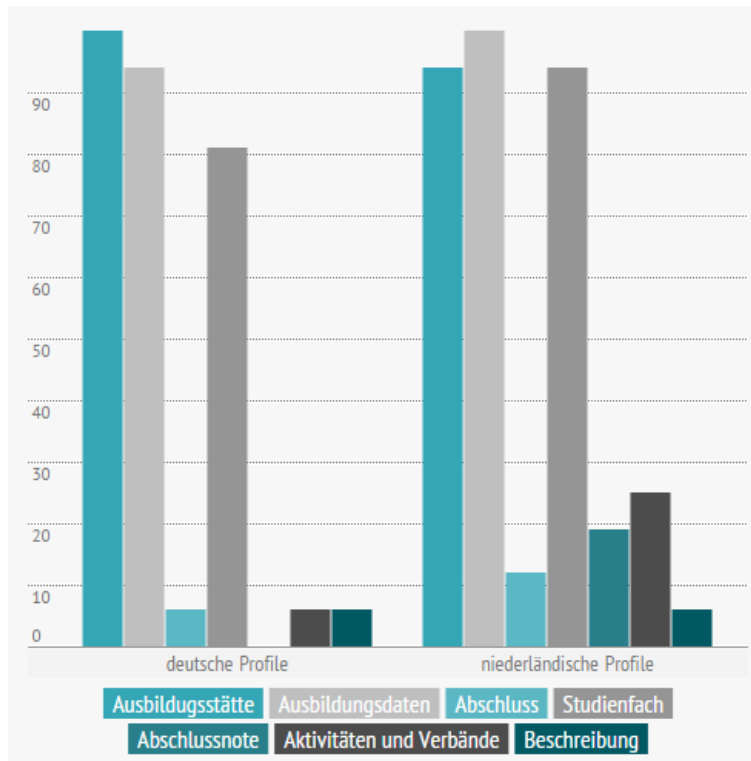


Abbildung 15 – übersichtliche Wiedergabe von den Ergebnissen der Aspekte der Ausbildung, die auf LinkedIn Profilen in Prozenten wiedergegeben sind

5.7 Kompetenzen

Insgesamt haben die deutschen Profilbesitzer in dieser Arbeit 63 Kompetenzen. Diese Kompetenzen sind über vier Personen verteilt, da DP2 keine Kompetenzen wiedergegeben hat. Insgesamt sind diese Kompetenzen in dieser Arbeit 280 Mal durch Kontakte aus dem Netzwerk bestätigt. Diese Bestätigungen sind hauptsächlich an DP3 und DP5 zuteil, da sie zusammen 278 Bestätigungen haben. Die niederländischen Profilbesitzer haben in dieser Arbeit insgesamt 66 Kompetenzen. Diese Kompetenzen sind nicht gleichmäßig verteilt, da NP1 nur drei Kompetenzen erwähnt hat und DP4 mit 22, die meisten Kompetenzen hat. Dasselbe folgt bei der Bestätigung dieser Kompetenzen in dieser Arbeit. Insgesamt werden die Kompetenzen 127 Mal durch Kontakte bestätigt. Allerdings sind diese Bestätigungen nicht gleich verteilt, da NP4 zum Beispiel 74 Bestätigungen durch Kontakte bekommen hat und NP1 keine.

5.8 Empfehlungen

Empfehlungen werden selten durch Kontakte in dieser Arbeit gegeben. Auf den untersuchten deutschen Profilen bekommt DP5 sieben Empfehlungen, damit ist DP5, die einzige Person, die Empfehlungen hat. Auf den analysierten niederländischen Profilen sind fünf Empfehlungen gegeben,

die über zwei Profile verteilt sind. NP4 hat vier Empfehlungen und NP5 hat eine Empfehlung bekommen.

5.9 Themen

Auf den deutschen Profilen in dieser Arbeit werden 129 Themen wiedergegeben, wie zum Beispiel *NederDuits Netwerk*. Diese Anzahl wird hauptsächlich durch DP3 und DP5 verursacht, da DP3 51 Themen und DP5 65 Themen folgen. Die niederländischen Profilbesitzer dieser Arbeit folgen insgesamt 146 Themen. Diese Anzahl wird hauptsächlich durch NP4 dominiert, da dieser Profilbesitzer 81 Themen folgt. Danach folgen NP2 (27) und NP3 (22) den meisten Themen.

5.10 Sprachkenntnisse

Jeder deutsche Profilbesitzer dieser Arbeit hat Sprachen an seinem Profil zugefügt. Drei Personen (DP1, DP3 und DP4) haben fünf Sprachen angegeben. DP5 hat vier Sprachen und DP2 hat drei Sprachen zugefügt. Insgesamt sind das 22 Sprachen, davon sind sechs Sprachen auf das Niveau Muttersprache oder zweisprachig, zwei Sprachen auf das Niveau verhandlungssicher, zwei Sprachen auf das Niveau fließend, drei Sprachen auf das Niveau konversationssicher und sechs Sprachen auf das Niveau Grundkenntnisse eingestuft. Außerdem sind drei Sprachen nicht eingestuft. Die Durchschnittswerte der Sprachen pro Profil sind daher: 3.25, 3, 2.8, 2.8, und 0. Die Summe der Durchschnittswerte ist 11.85.

Die niederländischen Profilbesitzer dieser Arbeit haben insgesamt 15 Sprachen in den Profilen angegeben. NP1, NP2 und NP3 haben drei Sprachen erwähnt und NP4 vier und NP5 zwei. Niederländische Profilbesitzer haben in dieser Arbeit vier Mal angegeben, dass sie das Niveau Muttersprache oder zweisprachig haben, vier Mal haben sie das Niveau verhandlungssicher erwähnt, drei Mal haben sie das Niveau fließend wiedergegeben und einmal hat eine Person das Niveau Grundkenntnisse erwähnt. Außerdem hat NP1 drei Sprachen ohne Niveau gewählt. Die Durchschnittswerte der Sprachen pro Profil sind daher: 4, 4, 4, 3.75 und 0 und die Summe ergibt sich zu 15.75. In Abbildung 16 ist eine Übersicht der Ergebnisse wiedergegeben. Diese Prozentzahlen beziehen sich nur auf die untersuchten Profile.

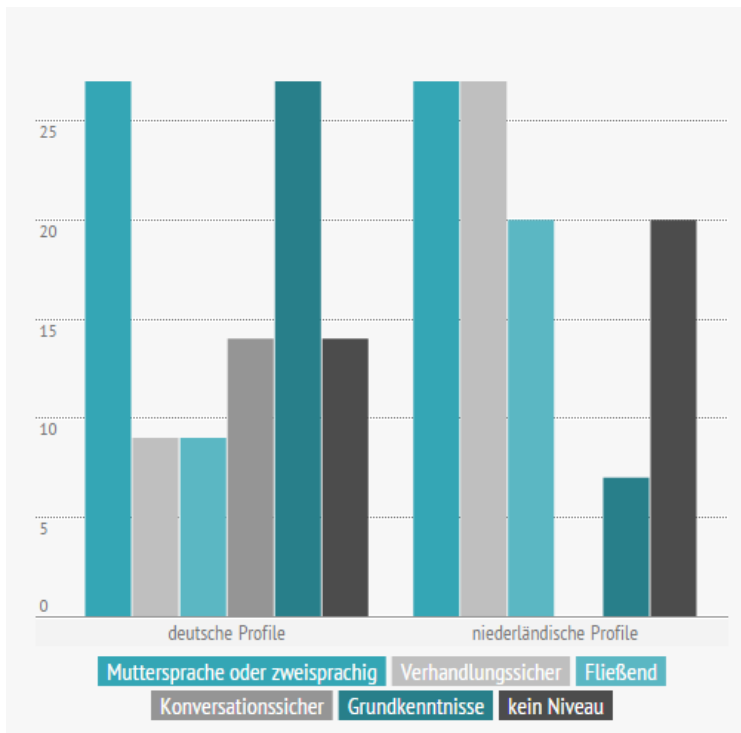


Abbildung 16 – Ergebnisse der Sprachkenntnisse auf deutschen und niederländischen LinkedIn Profilen in Prozenten

6. Diskussion

In diesem Kapitel werden die erfassten Ergebnisse zusammengefasst und mit denen in Kapitel 2 beschriebenen theoretischen Hintergründen in Zusammenhang gesetzt. Außerdem wird auf die Unterschiede und die Ähnlichkeiten zwischen deutschen und niederländischen LinkedIn Profilen in dieser Arbeit eingegangen.

6.1 Prüfung der Hypothesen

- ✗ In Hypothese 1 wurde angenommen, dass [das Profilbild auf deutschen LinkedIn Profilen formeller gestaltet ist als auf niederländischen LinkedIn Profilen](#). Nach den Kulturstandards von Thomas (2005 und 2009) werden berufliche Beziehungen in Deutschland durch Formalität geprägt und Beziehungen mit Personen in den Niederlanden durch Informalität. Aufgrund dieser Merkmale wurde angenommen, dass das Profilbild in Deutschland formeller gestaltet ist als in den Niederlanden. Wie bereits in Kapitel 5.1 erläutert, war auf den deutschen Profilen in vier der fünf untersuchten Profile ein Profilbild vorhanden. Im Gegensatz dazu war bei den analysierten niederländischen Profilen in allen Fällen ein Profilbild vorhanden. Dies widerspricht der Theorie, da in Kapitel 2.3.2 behauptet wurde, dass ein Profilbild in Deutschland gefordert wird und in den Niederlanden nicht notwendig ist. Außerdem trugen Profilbesitzer in zwei der fünf untersuchten deutschen und niederländischen Profile formelle Kleidung und zwei der fünf deutschen und niederländischen analysierten Profile hatten einen professionellen Hintergrund. Zusammenfassend führen diese Überlegungen zu der Schlussfolgerung, dass deutsche Profile in dieser Arbeit genauso formell wie niederländische Profile gestaltet sind. [Daher hat sich Hypothese 1 in dieser Arbeit nicht bestätigt](#).

- ✗ In Hypothese 2 wurde angenommen, dass [Titel öfter auf deutschen LinkedIn Profilen verwendet werden als auf niederländischen LinkedIn Profilen](#). Nach den Kulturstandards von Thomas (2005 und 2009) sind Deutsche sachorientiert und Niederländer beziehungsorientiert. Titel gehören eher zum Inhalt als zu Beziehungen, was zu dieser Hypothese geführt hat. Die Ergebnisse der Analyse (siehe Kapitel 5.2) haben aufgezeigt, dass deutsche Profilbesitzer in dieser Arbeit fünf Mal einen Titel erwähnten, jedoch waren diese Titel nur über zwei Profile verteilt. Niederländische Profilbesitzer verwendeten in dieser Arbeit neun Mal einen Titel und diese Titel waren in jedem Profil vorhanden. Die Schlussfolgerung, die aus dieser Information gezogen werden kann, ist, dass im Fall dieser Arbeit die Titel auf den untersuchten niederländischen Profilen mehr Bedeutung haben als

auf den analysierten deutschen Profilen. Die 2. Hypothese wird daher in dieser Arbeit abgelehnt.

- ✓ Hypothese 3 besagt, dass die Anzahl der Kontakte auf deutschen LinkedIn Profilen geringer ist als auf niederländischen LinkedIn Profilen. Diese Hypothese basiert auf dem Kulturstandard Trennung von Persönlichkeits- und Lebensbereichen (Thomas, 2005). Die Trennung von Persönlichkeits- und Lebensbereichen findet laut Thomas (2005) in der deutschen Kultur statt. Diese zwei Bereiche sollten nicht vermischt werden. Dagegen sind Niederländer beziehungsorientiert (Thomas, 2009). Die Resultate haben gezeigt (siehe Kapitel 5.3), dass die deutschen Profilbesitzer in dieser Arbeit insgesamt 951 Kontakte hatten. Verglichen hierzu hatten die niederländischen analysierten Profile insgesamt 1142 Kontakte. Das bedeutet, dass Niederländer in dieser Arbeit mehr Kontakte auf LinkedIn haben als Deutsche. Aus diesem Grund wird die 3. Hypothese in dieser Arbeit bestätigt.

- ✓ In Hypothese 4 wurde angenommen, dass Kontaktdaten öfter auf niederländischen angezeigt werden als auf deutschen LinkedIn Profilen. Nach den Kulturstandards von Thomas (2005) sind Beziehungen mit Personen in Deutschland durch Zurückhaltung geprägt. Im Vergleich hierzu wurde die niederländische Kultur in ihrem Kulturstandard als beziehungsorientiert definiert (Thomas, 2009). Daher wurde erwartet, dass Deutsche eher als Niederländer Informationen auf LinkedIn Profilen schützen. Aus dieser Arbeit geht hervor (siehe Kapitel 5.4), dass Deutsche und Niederländer in dieser Arbeit keine E-Mail, Instant Messaging, Telefonnummer und Adresse auf den untersuchten Profilen angaben. Ein Twitter oder Facebook Account wurde nur selten erwähnt. In eins der fünf deutschen Profilen und in zwei der fünf niederländischen Profilen wurde diese Information angegeben. Außerdem gab es einen Unterschied in der Angabe von Webseiten und Blogs. Diese Information wurde in dieser Arbeit von Niederländern (in vier der fünf Profile) häufiger erwähnt als von Deutschen (in zwei der fünf Profile). Zusammenfassend gaben weder Niederländer noch Deutsche viele Kontaktdaten auf den analysierten LinkedIn Profilen an. Allerdings wenn sie diese Information auflisteten, wurde das von Niederländer in dieser Arbeit doppelt so häufig getan wie von Deutschen. Aufgrund dieser Information wird die 4. Hypothese in dieser Arbeit bestätigt.

- ✗ Hypothese 5 besagt, dass Berufserfahrungen auf deutschen LinkedIn Profilen ausführlicher aufgeführt werden als auf niederländischen Profilen. Laut Thomas (2005) möchten Deutsche die Aufgaben, die sie machen gleich gut machen. Außerdem bereiten sie Aufgaben gut vor

und haben über diese Aufgaben nachgedacht, bevor sie mit ihnen anfangen. Allerdings wurde in Abschnitt 2.3.3 deutlich, dass Deutsche Berufstätigkeiten weniger ausführlich erwähnen. Dahingegen fangen Niederländer ohne eine richtige Zielsetzung mit einer Aufgabe an. Sie sind laut Thomas (2009) eher flexibel. Deshalb wurde erwartet, dass die LinkedIn Profile von Niederländern nicht so ausführlich gestaltet sind als die deutschen LinkedIn Profile. Insgesamt hatten Deutsche in dieser Analyse mehr Berufserfahrungen erwähnt als Niederländer, aber Sie erwähnen diese analysierten Berufserfahrungen weniger ausführlich als Niederländer. Wichtig Aspekte, die fast immer auf analysierten deutschen und niederländischen LinkedIn Profilen angegeben wurden, waren: der Name des Unternehmens, der Titel der Stelle und der Zeitraum der Stelle. Zwischen den deutschen und niederländischen analysierten Profilen gab es kaum Unterschiede, aber in allen Fällen wurde die Information öfter auf den untersuchten niederländischen Profilen aufgelistet. Der Ort der Stelle und eine Beschreibung der Stelle wurden in der Analyse weniger auf den deutschen und niederländischen Profilen angegeben. Unterschiede zwischen den deutschen und niederländischen Profilen waren bei diesen Aspekten in dieser Arbeit deutlich vorhanden, da Niederländer den Ort der Stelle und eine Beschreibung dieser Stelle öfter angaben. Der Unterschied war bei der Gestaltung der Beschreibung am größten. Anhand dieser Ergebnisse wird deutlich, dass Niederländer in dieser Arbeit LinkedIn Profile ausführlicher gestalten als Deutsche. [Die 5. Hypothese wurde daher in dieser Arbeit nicht bestätigt.](#)

- ✘ In Hypothese 6 wurde angenommen, dass die [Ausbildungen auf deutschen LinkedIn Profilen ausführlicher beschrieben werden als auf niederländischen Profilen](#). Aus demselben Grund und basiert auf denselben Kulturstandards wie in Hypothese 5 wurde die 6. Hypothese formuliert. Die untersuchten deutschen und niederländischen Profilbesitzer hatten genauso viele Ausbildungen auf ihren Profilen aufgelistet, aber es gab jedoch einige Unterschiede und Ähnlichkeiten. Erstens waren die Ausbildungsstätte, die Ausbildungsdaten und die Studienfächer auf den analysierten deutschen und niederländischen Profilen oft vorhanden, da diese auf mehr als 80 Prozent der untersuchten Profile erwähnt wurden. Dahingegen wurden die übrigen Aspekte in dieser Arbeit weniger ausführlich beschrieben. Die Aspekte Abschluss, Abschlussnote, Aktivitäten und Verbände und Beschreibung waren alle auf weniger als 30 Prozent der analysierten deutschen und niederländischen Profile vorhanden. Diese Prozentzahlen beziehen sich nur auf die untersuchten Profile. Die Resultate der Abschlussnote entsprechen nicht der Theorie, da wie in Kapitel 2.3.4 behauptet wurde, Noten häufiger auf deutschen als auf niederländischen Lebensläufen angegeben wurden. Das war aber, in dieser Analyse nicht der Fall. Wenn die obengenannten Aspekte doch erwähnt

wurden, dann wurden die Aspekte in dieser Arbeit häufiger von niederländischen Profilbesitzer aufgelistet, mit Ausnahme von dem Aspekt Ausbildungsstätte. Aufgrund dieser Information kann geschlussfolgert werden, dass niederländische LinkedIn Profilbesitzer in dieser Arbeit die Ausbildungen ausführlicher erwähnen. [Diese Hypothese wurde daher in dieser Arbeit nicht bestätigt.](#)

- ✘ In Hypothese 7 wurde angenommen, dass [Kompetenzen auf deutschen LinkedIn Profilen häufiger vom Inhaber des Profils angegeben werden, während auf niederländischen LinkedIn Profilen diese Kompetenzen eher durch andere Personen bestätigt werden.](#) Wie schon zuvor angedeutet, machen Deutsche das, was sie machen gerne gut. Außerdem versuchen sie, Unsicherheit zu vermeiden (Thomas, 2005). Dank dieser Kompetenzen können sie sich gut verkaufen. Aufgrund dieser Kenntnis wurde erwartet, dass Deutsche mehr Kompetenzen auf LinkedIn auflisten. Im Gegensatz wurde erwartet, dass diese Kompetenzen eher durch Kontakte auf niederländischen Profilen bestätigt werden. Der Grund für diese Erwartung basiert auf dem Kulturstandard Beziehungsorientierung von Thomas (2009). Dieser Kulturstandard gilt für Niederländer. Außerdem nennen Niederländer normalerweise Referenzen am Ende des Lebenslaufs (Independent Recruiters, 2015). Aus den Ergebnissen der Analyse (siehe Kapitel 5.7) wurde deutlich, dass insgesamt 63 Kompetenzen auf den analysierten deutschen Profilen und 66 Kompetenzen auf den analysierten niederländischen Profilen erwähnt wurden. Der Unterschied war nicht groß, aber die Anzahl der Kompetenzen ist doch in diesem Fall auf den untersuchten niederländischen Profilen höher. Die Kompetenzen auf den analysierten deutschen Profilen wurden 280 Mal durch Kontakte bestätigt und die Kompetenzen auf den analysierten niederländischen Profilen nur 127 Mal. Aus diesem Grund wurde der letzte Teil der Hypothese auch nicht bestätigt, da Kompetenzen auf den untersuchten deutschen Profilen mehr bestätigt wurden als die untersuchten niederländischen Profilen. [Die 7. Hypothese wird daher in dieser Arbeit abgewiesen.](#)

- ✘ Hypothese 8 besagt, dass [Empfehlungen öfter auf niederländischen LinkedIn Profilen gegeben werden als auf deutschen LinkedIn Profilen.](#) Diese Hypothese basiert auf den Kulturstandards Sachorientierung und Beziehungsorientierung. Deutsche Personen sind sachorientiert wohingegen Niederländer beziehungsorientiert sind (Thomas, 2005 und 2009). Empfehlungen werden durch Kontakte gegeben und man muss eine Person kennen lernen bevor man dieser Person eine Empfehlung geben kann. Eine gute Beziehung ist der Baustein für eine Empfehlung. Da Niederländer beziehungsorientiert (Thomas, 2009) sind und sie normalerweise Referenzen auf ihren Lebensläufen auflisten (Independent Recruiters, 2015),

wurde erwartet, dass sie mehr Empfehlungen bekommen. Aus den Ergebnissen hat sich ergeben (Kapitel 5.8), dass insgesamt sieben Empfehlungen auf den analysierten deutschen Profilen gegeben wurden. Diese werden nur auf einem Profil gegeben. Dahingegen wurden auf den analysierten niederländischen Profilen nur fünf Empfehlungen gegeben. Analyisierte deutsche Profile bekommen daher mehr Empfehlungen. [Deshalb wird die 8. Hypothese in dieser Arbeit nicht bestätigt.](#)

- ✓ In Hypothese 9 wurde angenommen, dass [niederländische LinkedIn Nutzer häufiger Themen folgen als deutsche LinkedIn Nutzer](#). Nach den Kulturstandards von Thomas (2005) werden Arbeits- und Privatleben in Deutschland ungern miteinander vermischt. Es gibt eine strikte Trennung zwischen diesen zwei Bereichen. Es wurde erwartet, dass deutsche Profilbesitzer nur Themen folgen, die sich auf das Arbeitsleben beziehen, dem entgegen haben Beziehungen mit Personen in den Niederlanden einen höheren Stellenwert als sachliche Themen. Außerdem können Hobbys und Interessen in den Niederlanden hinzugefügt werden, die nicht unbedingt für die Stelle relevant sind (Independent Recruiters, 2015). Daher wurde erwartet, dass die niederländischen LinkedIn Profilbesitzer mehr Themen folgen. Die Analyse hat gezeigt (siehe Kapitel 5.9), dass Deutsche 129 Themen in den untersuchten Profilen und Niederländer 146 Themen in den untersuchten Profilen folgten. [Deshalb wird die 9. Hypothese in dieser Arbeit bestätigt.](#)

- ✗ In Hypothese 10 wurde angenommen, dass [das Niveau der Sprachkenntnisse auf deutschen LinkedIn Profilen als wichtiger eingestuft wird als auf niederländischen LinkedIn Profilen](#). Nach den Kulturstandards von Thomas (2009) gehört der Kulturstandard calvinistische Bescheidenheit zu den Niederländern. Das bedeutet, dass sie am liebsten im Hintergrund bleiben und versuchen nicht aufzufallen. Es wurde erwartet, dass die Niederländer dank dieser calvinistische Bescheidenheit vorsichtig mit der Einstufung der Sprachkenntnisse sind. Aus diesem Grund wurde erwartet, dass Niederländer ihre Sprachkenntnisse niedriger einstufen als Deutsche. Insgesamt hatten deutsche LinkedIn Profilbesitzer in den analysierten Profilen 22 Sprachen auf ihren Profilen gelistet (siehe Kapitel 5.10). Dahingegen hatten die niederländischen LinkedIn Profilbesitzer in den untersuchten Profilen 15 Sprachen aufgelistet. Wenn man die Durchschnittswerte zusammenzählt, ist das Ergebnis, dass Deutsche in dieser Arbeit einen Durchschnitt von 11.85 Punkten und Niederländer in dieser Analyse ein Durchschnitt von 15.75 Punkten haben. Dies wurde in Abbildung 16 erwähnt, da die meisten Sprachen auf die Niveaus Muttersprache oder zweisprachig, verhandlungssicher und fließend eingestuft wurden. Außerdem hatten Deutsche in dieser Arbeit im Durchschnitt

prozentual genauso viele Sprachen auf das Niveau Muttersprache oder zweisprachig eingestuft, aber es gab auch viele Sprachen, auf die Niveaus konversationssicher und Grundkenntnisse eingestuft wurden. Diese gehören zu einer niedrigeren Stufe. Anhand der Durchschnittswerte und Abbildung 16 wurde deutlich, dass die niederländischen Profilbesitzer in dieser Arbeit Sprachen auf LinkedIn höher einstufen als Deutsche. **Hypothese 10** wird daher in dieser Arbeit nicht bestätigt.

In Tabelle 3 wird eine Übersicht von den obengenannten Hypothesen wiedergegeben.

Hypothese Nummer	bestätigt oder abgelehnt	Thema
1	× abgelehnt	Profilbild
2	× abgelehnt	Titel
3	✓ bestätigt	Kontakte
4	✓ bestätigt	Kontaktdaten
5	× abgelehnt	Berufserfahrung
6	× abgelehnt	Ausbildung
7	× abgelehnt	Kompetenzen
8	× abgelehnt	Empfehlungen
9	✓ bestätigt	Themen
10	× abgelehnt	Niveau der Sprachkenntnisse

Tabelle 3 – Übersicht der Bestätigungen und Ablehnungen der Hypothesen

6.2 Beantwortung der Teilfragen

Anhand der Analyse und der Bestätigungen und Abweisungen der obengenannten Hypothesen können Antworten auf die Teilfragen gegeben werden. Mithilfe dieser Antworten findet die Beantwortung der Kernfrage statt.

Die erste Teilfrage lautet: [Wie sind deutsche und niederländische LinkedIn Profile gestaltet?](#)

Deutsche und niederländische LinkedIn Nutzer gestalten ihre Profile anhand des Formats von LinkedIn. Dieses Format gibt erstens eine Zusammenfassung der Person mit einem Profilbild wieder. Darauf folgend werden die verschiedenen Berufserfahrungen, die Kompetenzen, Zertifikate/Diplome, Sprachkenntnisse, die Ausbildungen, weitere Informationen, die verschiedenen Gruppen, welchen die jeweiligen Personen folgen und die Empfehlungen angegeben. Die Zusammenfassung der Person kann die folgende Aspekte enthalten: Ein Profilbild, der Name von der Person des Profils, einer Profil-Slogan, eine Lokation der Person, ein Berufsfeld der Expertise, eine Zusammenfassung der letzten Stellen, die letzte Ausbildung der Person, Kontakte und die Kontaktinformationen. In dem Abschnitt Berufserfahrung kann man die jetzige Stellen und die vorherigen Stellen eintragen. Pro Stelle kann man den Name des Unternehmens, den Titel der Stelle, den Ort der Stelle, den konkreten Zeitraum und eine Stellenbeschreibung hinzufügen. Nachfolgend können Kenntnisse und Bestätigungen aufgelistet werden, sowie Sprachen oder Fähigkeiten. Personen in dem Netzwerk des Profilbesitzers können diese Fähigkeiten bestätigen. In dem Abschnitt Zertifikate und Diplome können Information wie Zertifikatsbezeichnung und –Stelle, Lizenznummer und die Daten aufgeführt werden. Nach den Zertifikaten und Diplomen gibt es die Möglichkeit die Kenntnisse von Sprachen und das Niveau der Sprache aufzulisten. In dem Abschnitt Ausbildung können jetzige Ausbildung und die vorherigen Ausbildungen aufgelistet werden. Pro Ausbildung können die Ausbildungsstätte, Ausbildungsdaten, Abschluss, Studienfächer, Abschlussnote, Aktivitäten und Verbände und eine Beschreibung der Ausbildung eingetragen werden. In dem Abschnitt weitere Informationen können Geburtstag und Familienstand vom Besitzer des Profils ausgefüllt werden. Folgend werden die Themen, die den Besitzer des Profils interessieren wiedergegeben. Zum Schluss können Kontakte des Profilbesitzers eine Empfehlung über den Besitzer des Profils notieren. Wie diese Aspekte auf deutschen und niederländischen Profilen gestaltet sind, ist nicht immer ähnlich. Theorie und Hypothesen stimmen diesbezüglich zwar miteinander überein, die Ergebnisse entsprechen allerdings nicht allen Hypothesen. Das wurde bereits in Tabelle 3 ersichtlich.

Dies wird auch deutlich bei der zweiten Teilfrage: [Sind Kulturstandards von Thomas von den deutschen und niederländischen LinkedIn Profilen abzulesen?](#) Anhand der Kulturstandards wurden zehn Hypothesen aufgestellt (siehe Kapitel 3.2). Drei dieser Hypothesen wurden bestätigt und sieben Hypothesen wurden abgelehnt (siehe Tabelle 3).

Wie von der Literatur vorhergesehen, ist die Anzahl der Kontakte auf deutschen LinkedIn Profilen in dieser Arbeit geringer als auf niederländischen LinkedIn Profilen, Kontaktdaten werden in der Analyse öfter auf niederländischen als auf deutschen LinkedIn Profilen angezeigt und niederländische LinkedIn Nutzer folgen in dieser Arbeit häufiger Themen als deutsche LinkedIn Nutzer. Die Anzahl der Kontakte auf untersuchten deutschen LinkedIn Profilen ist geringer als auf untersuchten niederländischen LinkedIn Profilen, da die Resultaten in der Analyse gezeigt haben, dass die untersuchten deutschen Profilen insgesamt 951 Kontakte hatten und Niederländer insgesamt 1142 Kontakte. Die zweite Hypothese die bestätigt wurde, war: Kontaktdaten werden öfter auf niederländischen als auf deutschen LinkedIn Profilen angezeigt. Aus dieser Arbeit geht hervor, dass Deutsche und Niederländer in dieser Arbeit keine E-Mail, Instant Messaging, Telefonnummer und Adresse auf den analysierten Profilen angaben. Ein Twitter oder Facebook Account wurde nur selten erwähnt und es gab einen Unterschied in der Angabe von Webseiten und Blogs auf den analysierten deutschen und niederländischen Profilen. Diese Hypothese wurde bestätigt, weil wenn Deutsche und Niederländer Information auflisteten, wurde das von Niederländer doppelt so häufig in dieser Arbeit getan wie von Deutschen. Die letzte Hypothese die bestätigt wurde, war: niederländische LinkedIn Nutzer folgen häufiger Themen als deutsche LinkedIn Nutzer. Diese Hypothese wurde in dieser Arbeit bestätigt, weil die Analyse gezeigt hat, dass Deutsche 129 Themen in den untersuchten Profilen und Niederländer 146 Themen in den untersuchten Profilen folgten.

Zusätzlich wurden sieben Hypothesen abgelehnt: deutsche Profilbilder auf LinkedIn wurden nicht formeller gestaltet, Titel wurden nicht öfter in deutschen als in niederländischen Profilen verwendet, die Berufserfahrungen und Ausbildungen wurden nicht ausführlicher auf deutschen Profilen beschrieben und Kompetenzen wurden nicht häufiger auf deutschen LinkedIn Profilen vermeldet. Außerdem wurden Kompetenzen nicht häufiger auf niederländischen Profilen bestätigt, wurden Empfehlungen nicht öfter auf niederländischen LinkedIn Profilen gegeben und es fand keine höhere Einstufung der Sprachkenntnisse aus deutscher Sicht statt.

Die erste Hypothese, das Profilbild ist auf deutschen LinkedIn Profilen formeller als auf niederländischen LinkedIn Profilen gestaltet, wurde abgelehnt, weil deutsche Profile in dieser Arbeit genauso formell wie niederländische Profile gestalten waren. Die Profilbesitzer trugen in zwei der fünf untersuchten deutschen und niederländischen Profile formelle Kleidung und zwei der fünf deutschen und niederländischen analysierten Profile hatten einen professionellen Hintergrund. Außerdem war auf den deutschen Profilen in vier der fünf untersuchten Profile ein Profilbild vorhanden. Im Gegensatz dazu war bei den analysierten niederländischen Profilen in allen Fällen ein Profilbild vorhanden. Aus diesem Grund wurde diese Hypothese in dieser Arbeit abgelehnt.

Die zweite Hypothese die abgelehnt wurde, war: Titel werden öfter auf deutschen LinkedIn Profilen als auf niederländischen LinkedIn Profilen verwendet. Die Resultate dieser Arbeit haben aufgezeigt, dass dies nicht der Fall war. Deutsche Profilbesitzer erwähnten in dieser Arbeit fünf Mal einen Titel, jedoch waren diese Titel nur über zwei Profile verteilt. Dahingegen verwendeten niederländische Profilbesitzer in dieser Arbeit neun Mal einen Titel und diese Titel waren in jedem Profil vorhanden.

Die dritte Hypothese die abgelehnt wurde, war: Berufserfahrungen werden auf deutschen LinkedIn Profilen ausführlicher als auf niederländischen Profilen aufgeführt. Zwischen den deutschen und niederländischen analysierten Profilen gab es kaum Unterschiede, aber in allen Fällen wurde die Information öfter auf den untersuchten niederländischen Profilen aufgelistet. Wichtig Aspekte, die fast immer auf analysierten deutschen und niederländischen LinkedIn Profilen angegeben wurden, waren: der Name des Unternehmens, der Titel der Stelle und der Zeitraum der Stelle. Der Unterschied zwischen den analysierten deutschen und niederländischen Profilen war bei der Gestaltung der Beschreibung am größten. Anhand diese Ergebnisse wurde diese Hypothese in dieser Arbeit abgelehnt.

Die vierte Hypothese die abgelehnt wurde, bezieht sich auf die Gestaltung der Ausbildungen. Es wurde angenommen, dass Ausbildungen auf deutschen LinkedIn Profilen ausführlicher beschrieben werden als auf niederländischen Profilen. Wenn Aspekte in dem Abschnitt Ausbildung erwähnt wurden, dann wurden die Aspekte in dieser Arbeit häufiger von niederländischen Profilbesitzer aufgelistet, mit Ausnahme von dem Aspekt Ausbildungsstätte. Aspekte, die auf mehr als 80 Prozent der untersuchten Profile vorhanden waren, waren die Ausbildungsstätte, die Ausbildungsdaten und die Studienfächer. Die Aspekte Abschluss, Abschlussnote, Aktivitäten und Verbände und Beschreibung waren auf weniger als 30 Prozent der analysierten deutschen und niederländischen Profile vorhanden. Diese Prozentzahlen beziehen sich nur auf die untersuchten Profile.

Die fünfte abgelehnte Hypothese bezieht sich auf den Kompetenzen der Profilbesitzer. Es wurde erwartet, dass Kompetenzen auf deutschen LinkedIn Profilen häufiger vom Inhaber des Profils angegeben werden, während auf niederländischen LinkedIn Profilen diese Kompetenzen eher durch andere Personen bestätigt werden. Diese Hypothese wurde abgelehnt, weil insgesamt 63 Kompetenzen auf den analysierten deutschen Profilen und 66 Kompetenzen auf den analysierten niederländischen Profilen erwähnt wurden. Außerdem wurden die Kompetenzen auf den analysierten deutschen Profilen 280 Mal durch Kontakte bestätigt und die Kompetenzen auf den analysierten niederländischen Profilen nur 127 Mal.

Die Hypothese, die sich auf den Aspekt Empfehlungen bezieht, wurde in dieser Arbeit nicht bestätigt. Es würde erwartet, dass Empfehlungen öfter auf niederländischen LinkedIn Profilen als auf

deutschen LinkedIn Profilen gegeben werden. Aus der Analyse dieser Arbeit hat sich ergeben, dass insgesamt sieben Empfehlungen auf den analysierten deutschen Profilen und fünf Empfehlungen auf den analysierten niederländischen Profilen gegeben wurden, jedoch waren diese Empfehlungen nur auf drei deutschen und niederländischen Profilen in dieser Arbeit vorhanden. Die Ergebnisse in dieser Arbeit waren darum nicht in Übereinstimmung mit der Hypothese.

Die letzte und siebende abgelehnte Hypothese bezieht sich auf die Sprachenkenntnisse der Profilbesitzer. Es wurde erwartet, dass die Sprachenkenntnisse auf deutschen LinkedIn Profilen als wichtiger eingestuft werden als auf niederländischen LinkedIn Profilen. Diese Hypothese wurde abgelehnt, weil Deutsche in dieser Arbeit einen Durchschnitt von 11.85 Punkten und Niederländer in dieser Analyse einen Durchschnitt von 15.75 Punkten haben. Das bedeutet, dass die niederländischen Profilbesitzer in dieser Arbeit Sprachen auf LinkedIn höher einstufen als Deutsche.

Die zehn obengenannten Hypothesen sind allen auf den Kulturstandards von Thomas (2005 und 2009) basiert. Diese Kulturstandards waren in drei der zehn Fälle auf den analysierten deutschen und niederländischen Profilen abzulesen. Allerdings gab es in sieben der zehn Fälle keine Übereinstimmung mit der Theorie. Außerdem wurde anhand dieser Ergebnisse deutlich, dass Kulturstandards in dieser Arbeit, die anhand der bestätigten Hypothesen abzulesen waren, auch in anderen Hypothesen abgewiesen wurden und man daher dieselben Kulturstandards nicht immer ablesen kann. Die Kulturstandards von Thomas sind daher in den meisten Fällen dieser Arbeit nicht von den deutschen und niederländischen LinkedIn Profilen abzulesen. Wichtig zu bemerken ist, dass diese Arbeit eine Stichprobe ist und die Ergebnisse nur auf die untersuchten Profile beziehen. Diese Ergebnisse lassen daher keine Verallgemeinerung zu.

6.3 Beantwortung der Kernfrage

Anhand der Teilfragen, die in Kapitel 6.2 beantwortet wurden, kann eine Antwort auf die Kernfrage dieser Masterarbeit gegeben werden. Diese Kernfrage lautet: **Gibt es Unterschiede bezüglich der Art und Weise, wie deutsche und niederländische Berufstätige ihr LinkedIn Profil gestalten und wenn ja, sind diese Unterschiede kulturell geprägt?** Deutsche und niederländische LinkedIn Nutzer gestalten ihr Profil anhand des Formats von LinkedIn. Dieses Format gibt erstens eine Zusammenfassung der Person mit einem Profilbild wieder. Darauf folgend werden die verschiedenen Berufserfahrungen, die Kompetenzen, Zertifikate/Diplome, Sprachkenntnisse, die Ausbildungen, weitere Informationen, die verschiedenen Gruppen, welchen die jeweiligen Personen folgen und die Empfehlungen angegeben. Allerdings zeigen die für die Analyse verwendeten Profile, dass es innerhalb dieser Gestaltung Unterschiede gibt. Pro Thema wurden verschiedene Aspekte analysiert. Insgesamt wurden 34 Aspekte mittels verschiedener Hypothesen analysiert, von diesen Aspekten waren in dieser Arbeit nur acht Aspekte, die dieselben Ergebnisse hatten. Diese Aspekte sind: die Formalität der Kleidung, die die Person auf dem Profilbild trägt, die Professionalität des Hintergrunds des Profilbilds, die Wiedergabe der E-Mail, Instant Messaging, Telefonnummer und Adresse, die Beschreibung der Ausbildung und die Anzahl der Sprachen, wobei kein Niveau erwähnt wird. Die anderen Aspekte hatten alle unterschiedliche Ergebnisse. Die Liste dieser Aspekte ist im zweiten Anhang aufgeführt. Dank dieser Information wurde deutlich, dass Unterschiede bezüglich der Art und Weise, wie deutsche und niederländische Berufstätige in dieser Arbeit ihr LinkedIn Profil gestalten, vorhanden sind.

Anhand zehn Hypothesen wurden die kulturellen Unterschiede zwischen den analysierten deutschen und niederländischen Profilen analysiert. Drei dieser Hypothesen wurden bestätigt und sieben Hypothesen wurden abgelehnt (siehe Tabelle 3). Wie von der Literatur vorhergesehen, ist die Anzahl der Kontakte auf deutschen LinkedIn Profilen in dieser Arbeit geringer als auf niederländischen LinkedIn Profilen, Kontaktdaten werden in der Analyse öfter auf niederländischen als auf deutschen LinkedIn Profilen angezeigt und niederländische LinkedIn Nutzer folgen in dieser Arbeit häufiger Themen als deutsche LinkedIn Nutzer. Außerdem werden sieben Hypothesen abgelehnt: deutsche Profilbilder auf LinkedIn wurden nicht formeller gestaltet, Titel wurden nicht öfter in deutschen als in niederländischen Profilen verwendet, die Berufserfahrungen und Ausbildungen wurden nicht ausführlicher auf deutschen Profilen beschrieben und Kompetenzen wurden nicht häufiger auf deutschen LinkedIn Profilen vermeldet. Außerdem wurden Kompetenzen nicht häufiger auf niederländischen Profilen bestätigt, wurden Empfehlungen nicht öfter auf niederländischen LinkedIn Profilen gegeben und es fand keine höhere Einstufung der Sprachkenntnisse aus deutscher Sicht statt. In Hinblick auf die Unterschiede sind auch Ähnlichkeiten in den Ergebnissen dieser Arbeit zu erkennen. Bei den Kontaktdaten sind zum Beispiel die Aspekte Twitter/Facebook Account und eine

Webseite/Blog am häufigsten vorhanden, aber diese werden doppelt so oft auf niederländischen als auf deutschen Profile wiedergegeben. Dies bedeutet, dass dieselben Aspekte in diesem Fall doch in beiden Kulturen wichtig sind. Dasselbe gilt für die Aspekte: der Name des Unternehmens, der Titel der Stelle und der Zeitraum der Stelle, Ausbildungsstätte, die Ausbildungsdaten und Studienfächer, da diese Aspekte in den meisten untersuchten Profilen vorhanden waren.

Die Unterschiede in dieser Arbeit sind allerdings nicht immer kulturell geprägt, da die Hypothesen in den meisten Fällen abgelehnt wurden (siehe Tabelle 3). Dies könnte in der Tatsache begründet liegen, dass dieser Arbeit eine Stichprobe ist und nur fünf Profile pro Kultur analysiert sind. Aus diesem Grund kann man diese Ergebnisse nicht generalisieren und ist es wichtig zu bemerken, dass diese Ergebnisse sich nur auf die untersuchten Profile beziehen. Außerdem wurde anhand dieser Ergebnisse deutlich, dass Kulturstandards in dieser Arbeit, die anhand der bestätigten Hypothesen abzulesen waren, auch in anderen Hypothesen abgewiesen wurden und man daher dieselben Kulturstandards nicht immer ablesen kann. Zusammenfassend, lässt sich die Schlussfolgerung ziehen, dass die Unterschiede in der Gestaltung der ausgewählten LinkedIn Profile vorhanden sind, aber nicht immer Folge einer kulturellen Prägung sind.

7. Reflexion

Diese Arbeit ergibt neue Einsichten über das Thema LinkedIn, da es wenige Studien über dieses Thema gibt. Allerdings sind in dieser Arbeit verschiedene Beschränkungen ans Licht gekommen worauf bei einer weiteren Untersuchung nach kulturellen Unterschieden zwischen deutschen und niederländischen LinkedIn Profilen geachtet werden sollte. Erstens, sollten mehr deutsche und niederländische Profilen analysiert werden. Wie bereits in Kapitel 2.2.1 erwähnt, waren Profile von Kontakten 2. und 3. Grades oft geschützt, wobei sich die Suche nach sowohl deutschen als auch niederländischen Profilen erschwerte. Aus diesem Grund wurde eine Stichprobe mit fünf deutschen und fünf niederländischen LinkedIn Profilen durchgeführt. Würde man mehrere Profile untersuchen, könnten die Unterschiede zwischen deutschen und niederländischen LinkedIn Profilen repräsentativer werden. Da es in dieser Arbeit um eine Stichprobe handelt, sind die Ergebnisse nicht repräsentativ. Außerdem sollte eine weitere Untersuchung, sich nicht nur auf Profile von Übersetzern fokussieren, da es zwischen Arbeitsgruppen auch Unterschiede geben könnte. Die untersuchte Gruppe gibt, daher kein repräsentatives Bild von der gesamten deutschen oder niederländischen Bevölkerung auf LinkedIn. Für eine weitere Untersuchung nach diesem Thema sollte das deutsche online Berufsmedium Xing berücksichtigt werden, da die Deutschen eher auf Xing als auf LinkedIn aktiv sind (siehe Kapitel 2.1.1). Es könnte sein, dass andere Konventionen auf diesem sozialen Medium verwendet werden, die mehr mit den deutschen kulturellen Werten übereinstimmen. Eine weitere Beschränkung dieser Arbeit ist die von LinkedIn gehandhabte Vorgabe, die LinkedIn bei der Gestaltung eines Profils gibt. Es wird vermutet, dass durch diese Vorgabe die Unterschiede in dieser Arbeit zwischen deutschen und niederländischen LinkedIn Profilen nicht so deutlich hervorgehoben werden können, wie bei einem Lebenslauf, den man selbst gestalten muss. Anhand dieser Arbeit ist die Einsicht erworben, dass die Dimensionen von Hofstede nicht für jede Untersuchung geeignet sind. Sie sind für diese Arbeit zu statisch und daher waren in diesem Fall die Kulturstandards von Thomas als theoretische Grundlage mehr geeignet. Eine weitere Erklärung hierzu findet man in Kapitel 2.4.3. Diese Kulturstandards entsprachen den Hypothesen nicht in allen Fällen (siehe Tabelle 3). Allerdings muss berücksichtigt werden, dass die Ergebnisse nicht maximal interpretiert werden, da die Unterschiede andere Gründe als Interkulturalität haben könnten. Es könnte zum Beispiel so sein, dass Titel die Niederländer erwähnen nicht von Deutschen in sozialen beruflichen Medien erwähnt werden. Außerdem könnten deutsche Profilbesitzer weniger Kontakte haben, da viele beruflichen Kontakte bei Xing statt LinkedIn angemeldet sind. Die Sprachkenntnisse wurden von den Niederländern höher als von den Deutschen eingestuft. Es könnte sein, dass die Profile von Niederländern nicht komplett sind und sie nur die Sprachen nennen, in der sie ein bestimmtes Niveau haben. Für eine weitere Untersuchung sollten diese Aspekte ausführlicher untersucht werden, mithilfe von zum Beispiel Interviews oder Fragebogen mit Profilbesitzern.

8. Fazit

In dieser Arbeit wurden deutsche und niederländische LinkedIn Profile auf Unterschiede untersucht um letztendlich herauszufinden ob und wenn ja, die Gestaltung von LinkedIn von kulturellen Werten beeinflusst wird. Dabei wurden verschiedene auf LinkedIn vorhandene Aspekte beachtet, sowie das Profilbild, die Anwendung eines Titels, Anzahl der Kontakte und Wiedergabe der Kontaktdaten. Außerdem wurden die Gestaltung der Arbeitserfahrung und Ausbildung, Anzahl der Kompetenzen, sowie Empfehlungen, Themen, die auf LinkedIn gefolgt werden und die Einstufung der Sprachkenntnisse analysiert.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass einige Kulturunterschiede in den ausgewählten Profilen zwischen Deutschland und den Niederlanden mit den Kulturstandards von Thomas übereinstimmen. Die niederländischen Profile in dieser Arbeit enthalten mehr Kontakte auf LinkedIn, woraus man in diesem Fall schlussfolgern könnte, dass die untersuchten deutschen Profile sachorientiert und niederländischen beziehungsorientiert sind. Zusätzlich haben die Niederländer in dieser Analyse mehr Kontaktdaten auf den Profilen angegeben. Dies spiegelt, die obengenannten Kulturunterschiede in Hinblick auf diesen Aspekt wider. Der Kulturstandard Trennung von Arbeits- und Privatleben wurde betrachtet, weil man in den Niederlanden in dieser Arbeit mehr Themen auf LinkedIn folgt als in Deutschland. Allerdings wurden andere Hypothesen, die auf denselben Kulturstandards basieren, abgewiesen. Dem zufolge könnte man schließen, dass Theorie und Praxis nicht in allen Fällen dieser Arbeit übereinstimmen. Ein Beispiel diesbezüglich ist die Erwartung, dass Kompetenzen öfter durch Kontakte auf niederländischen Profilen bestätigt wurden. Dies war nicht der Fall und daher konnte der Kulturstandard der Beziehungsorientierung in dieser Arbeit nicht immer zur niederländischen Kultur zugeordnet werden. Es gibt sieben Hypothesen, die in dieser Analyse abgelehnt wurden. Erstens wurde das Profilbild auf niederländischen Profilen formeller gestaltet. Zudem wurde häufiger ein Titel auf niederländischen Profilen angegeben. Drittens sind Berufserfahrungen und Ausbildungen auf niederländische Profile ausführlicher erwähnt worden. Außerdem wurden Empfehlungen öfter auf deutschen Profilen angegeben. Zum Schluss wurden die Sprachkenntnisse durch Niederländer höher eingestuft. Durch die viele Ablehnungen der Hypothesen könnte man schließen, dass die Unterschiede in dieser Arbeit nicht in jedem Fall kulturell geprägt sind.

Weiterführende Untersuchungen könnten sich mit einer höheren Anzahl von Profilen beschäftigen, die verschiedene Arbeitsgruppen untersuchen, wodurch eine Generalisierung in Hinblick auf eine Gesamtbevölkerung gemacht werden kann. Außerdem könnten andere berufliche soziale Medien auf Kulturunterschiede untersucht werden, wie zum Beispiel Xing. Zum Schluss könnten weiterführende Untersuchungen sich mehr in die verschiedenen Aspekte vertiefen, mithilfe von Fragenbogen oder Interviews.

Literaturverzeichnis

- Bensberg, G. (2015). Online-Bewerbung. In *Dein Weg zum Prüfungserfolg* (pp. 127-137). Springer Berlin Heidelberg.
- Berthon, P., Plangger, K., Shapiro, D., & Pitt, L. F. (2012). Marketing meets Web 2.0, social media, and creative consumers: Implications for international marketing strategy. *Business Horizons*, 261-271.
- Crant, J. (2014). Using LinkedIn to Boost Top Financial Careers. *Journal of Corporate Accounting & Finance*, 25(3), 19-23.
- Duden.de (2015) Lebenslauf, der. Abgerufen am 24. Februar 2015 von Duden.de:
<http://www.duden.de/rechtschreibung/Lebenslauf>
- Hofstede, G. (2001). *Cultures Consequences. Comparing values, behaviours, institutions and organisations across nations*. Thousand Oakes: Sage.
- Independent Recruiters. (2015) *Voorbeeld CV*. Abgerufen am 20. Februar 2015 von:
<http://www.independentrecruiters.nl/cv-voorbeeld.html>
- Jones, M. L. (2007). Hofstede-culturally questionable?.
- Püttjer, C., & Schnierda, U. (2012). *Das große Bewerbungshandbuch*. Campus Verlag.
- Skeels, M. M., & Grudin, J. (2009). When social networks cross boundaries: a case study of workplace use of facebook and linkedin. In *Proceedings of the ACM 2009 international conference on Supporting group work* (pp. 95-104). ACM.
- Spencer-Oatey, H., & Franklin, P. (2009). *Intercultural Interaction- A Multidisciplinary Approach to Intercultural Communication*. Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Statista. (2015) *Social media sites used by internet users in Germany as of October 2013*. Abgerufen am 10. Februar 2015 von [statista.com](http://www.statista.com/statistics/280176/penetration-rate-of-social-media-sites-in-germany/):
<http://www.statista.com/statistics/280176/penetration-rate-of-social-media-sites-in-germany/>
- Statista (2015) *4 von 10 Deutschen nutzen Soziale Netzwerke*. Abgerufen am 5. März 2015 von [statista.com](http://de.statista.com/infografik/1640/nutzung-sozialer-netzwerke-in-europa/):
<http://de.statista.com/infografik/1640/nutzung-sozialer-netzwerke-in-europa/>
- Ten Thije, J. D. T. & Deen, J. (2009). Interculturele communicatie: contrast, interactie en transfer. *Toegepaste Taalwetenschap in Artikelen*, 2, 31-45.
- Ten Thije, J. D. & Maier, R. (2012). Managing cultural and linguistic diversity in multiple organisational settings: editorial. *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, 33(7), 629-641.
- Thomas, A. (2005) *Theoretische Grundlagen interkultureller Kommunikation und Kooperation*. In: Thomas, A., Schroll-Machl, S., Kammhuber, S., & Kinast, E. U. (Eds.). (2009). *Handbuch Interkulturelle Kommunikation und Kooperation: Band 1 und 2 zusammen (Vol. 1)*. Vandenhoeck & Ruprecht.

- Thomas, A. (2005). *Interkulturelle Handlungskompetenz – Theorie und Praxis*. Universität Regensburg.
- Thomas, A. (Ed.). (2009). *Leben und arbeiten in den Niederlanden: was Sie über Land und Leute wissen sollten; mit 17 Tabellen*. Vandenhoeck & Ruprecht GmbH & Co. KG.
- Turpijn, L., Kneefel, S. & Veer van, N. (2015) *Nationale Social Media Onderzoek 2015*
- Vermeieren, J. & Verdonk, B. (2011) *Hoe LinkedIn nu ECHT gebruiken*. Networking Coach.
- Vincent, A. (2011). Werk vinden met social media: De nieuwe manier van solliciteren. *Spectrum*.

Anhang

1. Kriterien der Analyse

	DP 1	DP2	DP3	DP4	DP5	Total	NP1	NP2	NP3	NP4	NP5	Total
Hypothese 1 - Profilbild												
Profilbild anwesend (ja/nein)												
formelle Kleidung (ja/nein)												
Hintergrund professionell (ja/nein)												
Hypothese 2 - Titel												
Anzahl Titel												
Hypothese 3 - Kontakte												
Anzahl Kontakte												
Hypothese 4 - Kontaktdaten												
E-Mail (ja/nein)												
Instant Messaging (ja/nein)												
Telefon (ja/nein)												
Adresse (ja/nein)												
Twitter/Facebook (ja/nein)												
Webseiten/blog (ja/nein)												
Hypothese 5 - Berufserfahrung												
Anzahl Arbeitgeber												
Name des Unternehmens (ja/nein)												
Titel der Stelle (ja/nein)												
Ort der Stelle (ja/nein)												
Zeitraum (ja/nein)												
Beschreibung (ja/nein)												
Hypothese 6 - Ausbildung												
Ausbildungsstätte (ja/nein)												
Ausbildungsdaten (ja/nein)												
Abschluss (ja/nein)												
Studienfach (ja/nein)												
Abschlussnote (ja/nein)												
Aktivitäten und Verbände (ja/nein)												
Beschreibung (ja/nein)												
Hypothese 7 - Kompetenzen												
Anzahl Kompetenzen												
Anzahl Bestätigungen der Kompetenzen												
Hypothese 8 - Empfehlungen												
Anzahl Empfehlungen												
Hypothese 9 - Themen												
Anzahl Themen												
Hypothese 10 - Sprachkenntnisse												
Anzahl Muttersprache oder zweisprachig												
Anzahl Verhandlungssicher												
Anzahl fließend												
Anzahl Konversationssicher												
Anzahl Grundkenntnisse												
Anzahl kein Niveau erwähnt												
Durchschnittswert												

2. Ergebnisse der Analyse

	DP 1	DP2	DP3	DP4	DP5	Total	NP1	NP2	NP3	NP4	NP5	Total
Hypothese 1 - Profilbild												
Profilbild anwesend (ja/nein)	nein	ja	ja	ja	ja	4/1	ja	ja	ja	ja	ja	5/0
formelle Kleidung (ja/nein)	nein	nein	ja	nein	ja	2/3	nein	ja	nein	ja	nein	2/3
Hintergrund professionell (ja/nein)	nein	nein	ja	nein	ja	2/3	nein	ja	nein	ja	nein	2/3
Hypothese 2 - Titel												
Anzahl Titel	0	0	0	4	1	5	2	1	2	2	2	9
Hypothese 3 - Kontakte												
Anzahl Kontakte	15	220	168	48	>500	951	43	144	78	377	>500	1142
Hypothese 4 - Kontaktdaten												
E-Mail (ja/nein)	nein	nein	nein	nein	nein	0/5	nein	nein	nein	nein	nein	0/5
Instant Messaging (ja/nein)	nein	nein	nein	nein	nein	0/5	nein	nein	nein	nein	nein	0/5
Telefon (ja/nein)	nein	nein	nein	nein	nein	0/5	nein	nein	nein	nein	nein	0/5
Adresse (ja/nein)	nein	nein	nein	nein	nein	0/5	nein	nein	nein	nein	nein	0/5
Twitter/Facebook (ja/nein)	nein	nein	nein	nein	ja	1/4	nein	nein	ja	nein	ja	2/3
Webseiten/blog (ja/nein)	nein	nein	ja	nein	ja	2/3	nein	ja	ja	ja	ja	4/1
Hypothese 5 - Berufserfahrung												
Anzahl Arbeitgeber	4	1	6	4	27	42	4	8	3	14	6	35
Name des Unternehmens (ja/nein)	4/0	1/0	6/0	4/0	25/2	40/2	4/0	8/0	3/0	13/1	6/0	34/1
Titel der Stelle (ja/nein)	4/0	1/0	6/0	4/0	26/1	41/1	4/0	8/0	3/0	14/0	6/0	35/0
Ort der Stelle (ja/nein)	0/4	1/0	4/2	4/0	3/24	12/30	2/2	2/6	1/3	4/10	4/2	13/22
Zeitraum (ja/nein)	4/0	1/0	6/0	4/0	27/0	42/0	4/0	8/0	3/0	14/0	6/0	35/0
Beschreibung (ja/nein)	4/0	0/1	1/5	3/1	11/16	19/23	0/4	8/0	3/0	10/4	6/0	27/8
Hypothese 6 - Ausbildung												
Ausbildungsstätte (ja/nein)	1/0	1/0	5/0	4/0	5/0	16/0	2/0	1/1	4/0	4/0	4/0	15/1
Ausbildungsdaten (ja/nein)	1/0	0/1	5/0	4/0	5/0	15/1	2/0	2/0	4/0	4/0	4/0	16/0
Abschluss (ja/nein)	0/1	0/1	0/5	0/4	1/0	1/15	0/2	2/0	0/4	0/4	0/4	2/14
Studienfach (ja/nein)	1/0	0/1	5/0	4/0	3/2	13/3	2/0	2/0	4/0	4/0	3/1	15/1
Abschlussnote (ja/nein)	0/1	0/1	0/5	0/4	0/5	0/16	2/0	0/2	0/4	1/3	0/4	3/13
Aktivitäten und Verbände (ja/nein)	0/1	0/1	0/5	1/3	0/5	1/15	2/0	0/2	0/4	1/3	1/3	4/12
Beschreibung (ja/nein)	0/1	0/1	0/5	1/3	0/5	1/15	0/2	1/1	0/4	0/4	0/4	1/15
Hypothese 7 - Kompetenzen												
Anzahl Kompetenzen	6	0	23	10	24	63	3	15	8	22	18	66
Anzahl Bestätigungen der Kompetenzen	2	0	95	0	183	280	0	18	4	74	31	127
Hypothese 8 - Empfehlungen												
Anzahl Empfehlungen	0	0	0	0	7	7	0	0	0	4	1	5
Hypothese 9 - Themen												
Anzahl Themen	1	2	51	10	65	129	4	27	22	81	12	146
Hypothese 10 - Sprachkenntnisse												
Anzahl Muttersprache oder zweisprachig	2	0	1	2	1	6	0	1	1	2	0	4
Anzahl Verhandlungssicher	0	0	1	0	1	2	0	0	1	1	2	4
Anzahl fließend	1	0	1	0	0	2	0	2	1	0	0	3
Anzahl Konversationssicher	0	0	0	1	2	3	0	0	0	0	0	0
Anzahl Grundkenntnisse	2	0	2	2	0	6	0	0	0	1	0	1
Anzahl kein Niveau erwähnt	0	3	0	0	0	3	3	0	0	0	0	3
Durchschnittswert	3	0	2,8	2,8	3,25	11,85	0	4	4	3,75	4	15,75

3. LinkedIn Profile dieser Arbeit

Die LinkedIn Profile dieser Arbeit sind auf Anfrage verfügbar, da die LinkedIn Profile persönlichen Informationen erhalten, die nicht für jede Person verfügbar sind. Sie können die Masterarbeit mit den LinkedIn Profilen bekommen durch eine E-Mail nach linda_lenderink@hotmail.com zu schicken.