

Mit Personal Branding gegen Fakes

Auf der Business-Plattform LinkedIn nehmen Fake-Accounts zu. Was das für das Netzwerk und Sales-Treibende bedeutet und wie Mitglieder ihre Echtheit demonstrieren, zeigt LinkedIn-Expertin Viviane Ehret-Kleinau.

Berlin, April 2022. Das Problem kennt die gesamte Social Media-Community: Nachrichten von Bots überfluten digitale Posteingänge vieler User. Von unangemessen Angeboten und Bildern bis hin zu Kooperationsanfragen fragwürdiger Unternehmen findet sich diverser Scam unter den Messages. Sie alle eint, dass hinter ihren Accounts keine echten Menschen stehen. Bislang betraf diese Problematik nur B2C-Plattformen, doch nun spezialisieren Betrüger ihre Täuschungen auf LinkedIn.

Fakes und Fehler

Tausende Fake-Accounts seien derzeit auf LinkedIn aktiv, das fanden zwei Wissenschaftler:innen aus Stanford heraus. Diese Profile kontaktieren andere Mitglieder mit Sales-Angeboten – denn auch wenn die Profilpersonen nicht existieren, ihre Auftraggeber gibt es. Einige dieser Unternehmen gaben zu, computergenerierte Vertriebstätigkeiten eingekauft zu haben. Antwortet ein LinkedIn-Mitglied auf diese Nachrichten, versorgt ihn daraufhin ein realer Berater.

Dieselbe Masche, derselbe Scam – nur auf einer Business-Plattform statt für Privatpersonen. Den Schaden tragen das Netzwerk und diejenigen Mitglieder, die wirkliche Kontaktpflege und Vertriebsarbeit über LinkedIn betreiben. LinkedIn will aktiv gegen Bots vorgehen. Was Nutzende selbst tun können, um sich von den virtuellen Schwindlern abzugrenzen, erklärt *ReachIn Network*-CEO Viviane Ehret-Kleinau.

Mit Persönlichkeit gegen Ungewissheit

Kaum individuelle Merkmale und ein verschwommener, undefinierbarer Hintergrund bestimmen das Profilbild eines Hochstapler-Accounts. Denn die Bilder zeigen keine echten Personen. Eine künstliche Intelligenz steckt hinter der abgebildeten Kreation, erkennbar an verschiedenen Kriterien wie beispielsweise einem einzelnen Ohrring.

„Ein aussagekräftiges Foto mit unverwechselbaren Eigenschaften würde eine einfache Bilderstellungs-KI nicht für ein Business-Netzwerk gestalten“, so Ehret-Kleinau´s Bild-Lösung. Gleiches gilt für das Hintergrundbild, das bei Fake-Profilen meistens fehlt. „Bots machen nur das Nötigste, um interagieren zu können und nicht direkt als Imitation aufzufallen. Ein Hintergrundbild dient somit als zusätzlicher Schritt zur Verifizierung.“

Pressekontakt

Rebecca Hollmann & Joke Benthien ▪ Borgmeier Public Relations ▪ Rothenbaumchaussee 5 ▪ 20148 Hamburg
Tel.: 040/4130 96 -23 ▪ Mail: hollmann@borgmeier.de

Die Attrappen-Profile weisen zwar einen Lebenslauf auf, aber darüber hinaus fehlen Infos. Je gehaltvoller und spezifischer ein Profil, umso höher die Chance mit einem echten Menschen zu kommunizieren. „Von anderen Mitgliedern bestätigte Kenntnisse können wichtige Indikatoren sein, auch für eine eventuelle Zusammenarbeit mit dieser Person“, erklärt die LinkedIn-Spezialistin. „Ansonsten können User davon ausgehen, dass abseits der Direktnachrichten Fake-Profile nicht aktiv in Austausch treten.“ Das heißt: Themenbezogene Kommentare unter Posts und selbst generierte Beiträge mit Mehrwert bekunden Authentizität. All dies weisen Accounts auf, die aktives Personal Branding betreiben. „Personal Branding ist unabdingbar, um glaubwürdig im Business-Netzwerk unterwegs zu sein.“

Über die ReachIn Network GmbH

Die ReachIn Network GmbH ist eine Spezialagentur aus Berlin, die sich exklusiv der 360 Grad LinkedIn Vermarktung widmet. Ihr Fokus liegt auf Employer Branding und Social Media Reichweite. Als Geschäftsführung agieren die Unternehmerin Viviane Ehret-Kleinau sowie der Company Builder Markus Malti und der Unternehmer Kaspar Nefel. Weitere Infos unter www.reachin.network

Pressekontakt

Rebecca Hollmann & Joke Benthien ▪ Borgmeier Public Relations ▪ Rothenbaumchaussee 5 ▪ 20148 Hamburg
Tel.: 040/4130 96 -23 ▪ Mail: hollmann@borgmeier.de