

KARRIERE UND SOZIALE NETZWERKE

Personal Branding im Netz

Ein professioneller Auftritt in Xing & Co. ist für Jobsuchende ein Muss – ist aber kein Einstellungskriterium

Jobbörsen, Printanzeigen, Karrieretage, Fachmessen, persönliche Kontakte und Social Media: Die Möglichkeiten, neue Mitarbeiter zu finden, sind vielfältig. Hoch im Kurs stehen dabei Social Media. Die Chance, Talente für das eigene Unternehmen via Xing, Facebook und Co. zu finden, nutzt heute beinahe jede Firma.

Das soziale Netzwerke so populär sind, hat zahlreiche Gründe. Zum einen ist es ein schneller und direkter Weg, zum anderen erhöhen sie die Reichweite, wie Sybille Disser, Director Human Resources von Pepper, meint: „Man entdeckt leicht Kandidaten, die man auf dem klassischen Weg nicht finden würde.“ Genutzt werden dabei auch die Kontakte der eigenen Mitarbeiter. So motiviert People Interactive seine Belegschaft, sich in Business-Netzwerken und Fachgruppen aktiv einzubringen und übernimmt dafür die Kosten.

Für Jobsuchende ist damit klar: Die eigene Online-Reputation im Griff zu haben, lohnt sich. Und entsprechend gilt es, am Personal Branding zu arbeiten. Allerdings spielen private Netzwerke wie



Bewerbungsgespräch: Vor allem der persönliche Eindruck zählt, ein professioneller Auftritt bei Xing kann diesen aber zusätzlich unterstreichen

gen Positionierung, die zur Bildung einer eigenen Marke führt, Grundlagen fürs Netzwerken zu schaffen.“ Ganz wichtig ist die Professionalität des Gesamterscheinungsbilds. Dabei spielen Fragen eine Rolle wie: Gibt es einen nachvollziehbaren Lebenslauf und steht der Bewerber zu diesem? Welche Berufserfahrungen hat der Bewerber? In welchen Business-Gruppen ist er Mitglied? Zu einem professionellen Auftritt gehören auch ein qualitativ hochwertiges Foto sowie ein vollständiges und aktuelles Profil.

Selbstdarsteller kommen schlecht an
Negativ in Business-Netzwerken dagegen sind die Nennung von zu vielen Kompe-

tenzen im Lebenslauf, Nachlässigkeiten sowohl bei fachlichen als auch grammatikalischen Formulierungen sowie ein allzu privates Erscheinungsbild. Für Sybille Disser von Pepper ist auch eine geringe Aktivität auf der Plattform problematisch. „Das lässt darauf schließen, dass das Interesse an beruflicher Weiterentwicklung eventuell nicht sehr hoch ist.“ Stephan Mosblech von der Kölner Agentur People Interactive mag keine Illoyalität gegenüber ehemaligen Arbeitgebern und Kunden. Und Jessica Schmidt von der Mainzer Agentur Mediaman wird hellhörig, wenn sie das Gefühl bekommt, ein Lebenslauf sei „frisirt“.

So wichtig wie der Auftritt in sozialen Netzwerken auch ist, als Einstellungskriterium spielt er kaum eine Rolle. Den meisten Unternehmen sind ein sauberes Bewerbungsanschreiben, ein nachvollziehbarer Lebenslauf und aussagekräftige Referenzen wichtiger. Zudem legen viele Agenturen mehr Wert auf die Teamfähigkeit und die Persönlichkeit des Bewerbers. ■

SUSANN NAUMANN



„Ein professioneller Auftritt fördert, ein unprofessioneller schadet.“

SYBILLE DISSER
Director Human Resources Pepper GmbH

Facebook im Recruiting-Prozess eine untergeordnete Rolle. Viel mehr Wert legen die Human-Resource-Verantwortlichen auf eine gute Präsentation in Business-Netzen wie Xing oder LinkedIn. Jessica Schmidt, Client Server Director bei Mediaman, stellt klar: „Facebook ist mir zu privat ausgerichtet. Ich unterstütze die Art der Infogenese und -verquickung dort nicht.“

Aber nicht nur die Wahl des Netzwerks, sondern auch der Auftritt dort spielen eine entscheidende Rolle. I-Potentials-Geschäftsführerin Constanze Buchheim betont: „Bei Netzwerken wie Xing oder LinkedIn geht es darum, beruflich-akzentuiert aufzutreten, um mit einer eindeuti-



„Saubere aufbereitete Informationen mit Bild, Lebenslauf und Kompetenzen helfen enorm.“

STEPHAN MOSBLECH
Geschäftsführer People Interactive

Dos und Don'ts für den eigenen Auftritt

Wer sich in sozialen Netzwerken als Arbeitnehmer „verkaufen“ möchten, betreibt eine Markenbildung hinsichtlich der eigenen Persönlichkeit – Tipps von Kristina Gerwert, Leiterin Human Resources Management der Adesso AG:

■ Dos

- ✓ Formulieren Sie vorab konkrete Ziele: Was will ich erreichen? Was ist das Ziel? Wie will ich mich präsentieren?
- ✓ Erstellen Sie ein Profil mit aussagefähigen Fakten und versehen Sie es mit relevanten Key Words, die für potenzielle Arbeitgeber interessant sind, da Sie hierüber gefunden werden können.
- ✓ Denken Sie aus Sicht des Arbeitgebers:

Welche Informationen über Sie sind für den Arbeitgeber interessant?

- ✓ Zeigen Sie, dass Sie an Karrierechancen interessiert sind (Jobsuche oder Herausforderung).
- ✓ Halten Sie Ihr Profil aktuell.
- ✓ Integrieren Sie Empfehlungen von relevanten Personen.
- ✓ Nutzen Sie mehrere Optionen, die das Netz bietet: zum Beispiel indem Sie ein Video über sich veröffentlichen oder auch Blogs, Twitter oder Diskussionsforen in Ihre Profiseiten einbinden, um Fachkenntnisse beziehungsweise Know-how zu Themen zu demonstrieren.
- ✓ Reagieren Sie zeitnah, wenn Sie kontaktiert werden.

■ Don'ts

- ✗ Geben Sie nicht zu viele private Details über sich preis.
- ✗ Platzieren Sie keine Nachrichten, die für andere uninteressant sind.
- ✗ In den Business-Netzwerken wie Xing sollte man vorsichtig mit Äußerungen sein. Da jede Kommunikation „bleibt“, ist es ratsam, sachliche Inhalte zu liefern und qualifizierte Antworten zu geben. Vorsicht geboten ist bei kritischen Aussagen, auch im Hinblick auf bisherige Arbeitgeber oder das Arbeitsumfeld. Aussagen sollten faktenbasiert und nicht zu emotional sein.
- ✗ Vermeiden Sie politische oder religiöse Äußerungen.

Interview



Constanze Buchheim
Geschäftsführerin
I-Potentials GmbH,
Berlin
www.i-potentials.de

Die „Marke Ich“ entwickeln

Wie können Bewerber ihren Auftritt in sozialen Netzwerken optimieren?

Constanze Buchheim: Zunächst ist es wichtig, die „Marke Ich“ zu entwickeln und die eigene, besondere Stärke zu benennen, die mich als Arbeitnehmer deutlich von anderen im positiven Sinne unterscheidet. Wem dies nicht in Eigenreflexion gelingt, der kann hier sein Umfeld einbeziehen und Freunde, Kollegen oder Verwandte genau diese Frage stellen. Kennt man einmal die Kerninhalte der eigenen Positionierung, kann man Profile und Texte anlegen, die diese Botschaften transportieren und Schlagwörter enthalten, über die Suchende automatisch aufs Profil gelenkt werden.

Was heißt das konkret?

Buchheim: Bei Xing funktioniert das sehr gut über Schlagworte in den Bereichen „Ich biete“ oder in „Ich suche“. Das Wort „Herausforderung“ ist zudem meist ein Signal an Rekrutierende, dass man offen für einen Jobwechsel ist. Auch das „Über mich“-Feld hilft, weil hier der Zusammenhang der einzelnen Positionen kurz beschrieben werden kann. In jedem Fall ist es wichtig, in jedem Netzwerk, das man nutzt, mit nicht allzu stark voneinander abweichenden Profilen zu arbeiten, damit der rote Faden auch netzwerkübergreifend kommuniziert und signalisiert werden kann.

Beeinflusst der Auftritt des Bewerbers die Entscheidungsfindung eines HR-Managers?

Buchheim: Geht es um die erste Kontaktaufnahme, ist der Auftritt des Bewerbers definitiv relevant. Zu wenig Informationen können dazu führen, dass man den Kandidaten gar nicht erst anspricht, weil die Unsicherheit zu hoch ist. Bei nicht authentischen, nicht nachvollziehbaren oder schlechten Eigendarstellungen gilt dies gleichermaßen. Geht es allerdings darum, eine Einstellungsentscheidung zu treffen, ist das Profil des Bewerbers lediglich ein Punkt unter vielen und entsprechend nicht mehr ganz so ausschlaggebend. Einen Bewerber, der im Interview überzeugen kann, wird man sicher nicht zurückweisen, weil sein LinkedIn-Profil unvollständig ist.