

SOCIAL MEDIA, KARRIERECHANCE ODER KARRIEREFALLE?



Dipl.-Kfm. Andreas Erbenich,
Personalberater

Die Suche nach einem neuen Job findet für immer mehr Menschen nicht am PC statt – und schon gar nicht mit der Zeitung, sondern mit dem Smartphone in der Hand. Und so ändert die Verbreitung der Smartphones auch das Suchverhalten im Internet.

Zu den immer noch vorhandenen Stellenanzeigen in Printmedien und in den Onlinestellenmärkten wächst nun auch die Akzeptanz für Bewerbungen über Social Media.

Während viele Web-2.0-Experten in den Social Media die Zukunft des Personalmarketings und des Recruitings sehen, sehe ich die Nutzung hier eher differenzierter:

Jenseits von Monster & Co.

Bei vielen der großen Jobbörsen, die zumeist einen Massenmarkt bedienen, scheint sich langsam eine Übersättigung abzuzeichnen. Denn wo platziert man heute eine Stellenanzeige erfolgreich? Wo findet man bitteschön eine vermeintlich interessante Stellenanzeige?

In Zeiten, in denen Unternehmen immer mehr Fachkräfte fehlen, müssen Personaler neue Wege einschlagen, um die notwendigen Fach- und Führungskräfte zu finden: „Social Recruiting“ könnte die Lösung heißen.

Im deutschsprachigen Raum ist sicherlich Xing der Marktführer beim „Social Recruiting“. Xing oder auch LinkedIn haben sich hier als berufliche Netzwerke klar positioniert. Facebook hingegen wird als Netzwerk ge-

sehen, auf das die Nutzer vor allem privat zugreifen, um sich gegenseitig an ihrem Leben teilhaben zu lassen. Viele Statusmeldungen, die täglich an Facebooks Pinnwände geschrieben werden, sind bei der Jobsuche eher unangemessen.

Als Bewerbungskanal scheint Twitter durch seine begrenzten Kommunikationskapazitäten eher ungeeignet. Zwar gibt es inzwischen tatsächlich Stellenausschreibungen, die explizit nur eine Bewerbung mittels „Tweets“, als Twitter-Nachrichten, zulassen. Ob Bewerbungen via 140-Zeichen-Botschaften auf breiter Basis funktionieren, ist jedoch eher fraglich.

Der erste Schritt: Social-Media-Profil erstellen

Das Veröffentlichen konkreter Vakanzen in den sozialen Netzwerken spielt noch keine große Rolle. Bedeutsam ist hier das langfristige Aufbauen eines Netzwerks und einer Expertise. Die Teilnahme an Foren und das Veröffentlichen von Beiträgen (be-)fördert die fachliche Reputation.

Falls Sie noch nicht im Netz vertreten sind, können folgende Hinweise nützlich sein: Erstellen Sie ein aussagekräftiges Profil mit Angaben zu Ihrem Werdegang, Ihren Interessen sowie zu den Kategorien „Ich suche“ und „Ich biete“, und halten Sie es auf dem neuesten Stand. Wenn Sie ein Foto einstellen wollen, dann nur ein gutes (Bewerbungs-) Foto – also keine „Partybilder“.

Wenn Sie in Foren mitdiskutieren wollen, ist es für ein Selbstmarketing wichtig, das richtige Maß zu finden. So können Beiträge in Spam-ähnlicher Frequenz Ihrer Reputation sehr abträglich sein. Kontraproduktiv sind immer noch Rechtschreibfehler, Nachlässigkeiten im Ausdruck oder auch schlecht gewählte Benutzernamen.

Dieses „Reputationsmanagement“ ist kein kurzfristiges Projekt. Haben Sie aber nach einer Zeit ein relevantes Netzwerk aufgebaut, erfahren Sie gegebenenfalls früher als andere von vakanten Stellen, die Sie interessieren.

Immer gilt: Wer sich im Netz präsentiert, sollte sich stets der Öffentlichkeit seiner Informationen bewusst

sein. Prüfen Sie Ihre Einträge stets auch auf „Cheftauglichkeit“. Denn auch das Googeln von Mitarbeitern und Bewerbern ist keine Mär.

Klassische Bewerbungen – weder besser noch schlechter

Es geht hier nicht um richtig oder falsch, besser oder schlechter. Klassische Bewerbungen (die auf Papier) und Bewerbungen via Social Media sind lediglich zwei verschiedene Wege zum gleichen Ziel: dem Traumjob. Wann welcher Weg infrage kommt, ist eine völlig individuelle Entscheidung.

Wer sich im E-Commerce-Bereich bewirbt, hat mit einer Social-Media-Bewerbung heute hervorragende Chancen. Die individuell erstellte Bewerbung wird im stationären Handel immer noch gerne gelesen und gewürdigt.

Wenn Sie sich für eine klassische Bewerbung entscheiden, sollten Sie diese dann auch konsequent umsetzen. Das bedeutet konkret: Auf Verknüpfungen oder Hinweise zu Social-Media-Profilen sollten Sie dann verzichten.

Das bedeutet jedoch nicht, dass Sie Ihre bereits vorhandenen Profile nicht pflegen sollten. Auch in Branchen oder bei Unternehmen, die Social Media skeptisch gegenüberstehen, werden Business-Netzwerke wie Xing oder LinkedIn genutzt, um sich über Bewerber zu informieren. Daher sollte Ihr Profil zu Ihrer Bewerbung optisch wie inhaltlich passen.

Und auch bei der Kommunikation via Social Media gilt: „Das Gegenteil von gut ist nicht böse, sondern gut gemeint.“ (Kurt Tucholsky)

Ihr Andreas Erbenich
www.andreaserbenich.de



Die Jobs des Monats

Für unseren neuen Küchen-Mega-Store suchen wir zum nächstmöglichen Termin einen

HAUSLEITER (M/W)

in Mönchengladbach
...mehr auf Seite 104

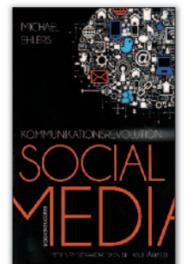
Ein alteingesessenes Familienunternehmen aus Mittel-England sucht den Liebhaber des British Lifestyle, der als

HANDELSVERTRETER (M/W)

den Vertrieb in Deutschland ausbaut ...
...mehr auf Seite 107

BUCHTIPP

Kommunikationsrevolution von Michael Ehlers



Was leitet die nächste Episode des Informationszeitalters ein? Die Antwort von Michael Ehlers lautet: Social Media. Denn die interaktiven Netzwerke haben schon jetzt das Kommunikationsverhalten einer ganzen Generation revolutioniert. Facebook, Twitter & Co. greifen unaufhaltsam weiter um sich. Doch wie ziehen Unternehmen den maximalen Nutzen aus den Möglichkeiten, die sich bieten? Wie lassen sich Marken im Social Web effektiv darstellen? Und wie lassen sich die Risiken erkennen und umgehen? Diese Fragen beantwortet der Kommunikationsexperte Michael Ehlers in einem Ratgeber für alle, die Social Media erfolgreich, effektiv und sicher nutzen möchten.

Books4Success, 239 Seiten,
19,90 Euro, ISBN 978-3-864-70-089-7