

Das **A** und **O** der digitalen Visitenkarte

Bewerbungen erfolgen immer öfter via Social Media. Es ist deshalb wichtig, seinen digitalen Auftritt attraktiv zu gestalten und laufend zu aktualisieren.



Von Michael Gasser

Unbestritten: Auch wer kein Profil bei einem sozialen Netzwerk hat, kann Karriere machen. Denn die meisten Stellenbewerbungen in der Schweiz erfolgen weder über LinkedIn, Xing oder Facebook, sondern über Jobportale oder Firmen-Webseiten. Laut der aktuellsten «Social Media Recruiting Studie 2015» haben zwischen September 2014 und Februar 2015 rund 24 Prozent der befragten Schweizer Personalverantwortlichen eine oder mehrere Stellen dank sozialen Medien besetzt. 60 Prozent von ihnen verzichteten zum damaligen Zeitpunkt auf dieses Vorgehen – die restlichen Personalchefs konnten diesbezüglich keine Angaben machen. Dementsprechend bilanziert Studienautorin Eva Zils: «Der Hype des Social-Media-Recruiting hat hierzulande nie wirklich begonnen, aber leicht steigende Tendenzen sind erkennbar.»

Yvonne Zurbrügg, Senior Manager Content und PR bei Xing, ist überzeugt, dass berufliche Netzwerke die Art und Weise, wie Leute zu einer neuen Stelle kommen, grundlegend verändert haben. «Die klassische Bewerbung auf ein Inserat gibt es nach wie vor, auch bei Xing.» Wer sich via soziales Netzwerk für einen Job interessiert, sollte Zurbrügg zufolge auf eine korrekte, transparente und saubere Darstellung aller relevanten Informationen achten – analog zur Bewerbung per E-Mail oder Post. «Kosmetische Eingriffe» am Lebenslauf würden heute schneller auffliegen als früher, deshalb sei darauf zu achten, Informationen zur beruflichen Erfahrung und zur Ausbildung auf allen Profilen korrekt und konsistent zu halten. «Stellensuchende sollten sich auch be-

wusst sein, dass man mit der Wahl des Bewerbungskanals eine Botschaft sendet.» Mit anderen Worten: Wer sich über soziale Medien bewirbt, zeigt digitale Kompetenzen.

PERSÖNLICHE INITIATIVE ERFORDERLICH

Aus Sicht von Roger Gfrörer, Leiter Career Services an der Universität Zürich, kommt die Benutzung sozialer Netzwerke nur einem ersten Schritt gleich. «Anschliessend braucht es die persönliche Initiative.» Noch bevor man ein Social-Media-Profil erstellt, sollte man sich gemäss Gfrörer Fragen stellen wie: Ist das Profil zu beruflichen oder privaten

«Mit der Wahl des Kanals sendet man eine Botschaft.»

Zwecken gedacht? Was zeichnet mein Profil aus? Wen will ich mit diesem ansprechen – und wen nicht?

Nutze man sein Profil lediglich als «öffentlichen CV», dann genüge es, Angaben wie Anstellungen, Arbeitserfahrungen oder Ausbildungen à jour zu halten, so Gfrörer. «Wenn ich mich als Expertin oder Experte zu einem Thema profilieren möchte, gilt es, zur Diskussion in der Community beizutragen, was aufwendig ist.» In diesem Fall empfehle sich zudem eine Kombination verschiedener Social-Media-Kanäle. Gfrörer denkt, dass sich Facebook – im Gegensatz zu LinkedIn oder Xing – noch nicht als berufliches Netzwerk etabliert habe. Ein Twitter-Profil hingegen sei aus Karriere-sicht insbesondere dann hilfreich, wenn ein User klar weiss, welche Bot-

schaft er an welche Zielgruppe adressieren möchte. «Natürlich kann man auch einfach spannenden Twitter-Usern folgen, nur wird dadurch niemand interessanter.»

Xing-Vertreterin Zurbrügg erläutert, dass es mittlerweile zur digitalen Visitenkarte gehöre, über ein Profil mit aktuellen Kontaktangaben und Informationen zu den bisherigen beruflichen Tätigkeiten zu verfügen. «Und zwar unabhängig davon, ob man gerade auf Jobsuche ist oder nicht.» Wer sich bereit für eine neue Herausforderung fühlt, solle dies unbedingt in seinem Profil erwähnen – und darauf achten, dass diese Information nur für Recruiter einsehbar ist. Für die Personalverantwortlichen und Unternehmen sei es wichtig, erkennen zu können, wie offen jemand für berufliche Veränderung ist. Zurbrügg rät überdies: «Überlegen Sie sich maximal sieben Stichworte, die Ihre Kernkompetenzen am besten beschreiben.» Wer sich beruflich neu orientieren möchte, sollte die Schlagwörter in sein Profil einfließen lassen. Es gilt zudem, seine Kontakte auf den Social Media nicht nur zu pflegen, sondern auch stetig zu erweitern. «Denn je besser das eigene Kontaktnetzwerk, desto grösser die Chance, dass der nächste Karriereschritt an einen herangetragen wird», führt Zurbrügg aus.

FOTO ALS MUST

Auch Josef Huber, Mediensprecher Swisscom, ist der Meinung, dass Profile auf sozialen Netzwerken zunehmend an Bedeutung gewinnen: «Aktive oder passive Bewerber, die sichtbar sein wollen und gegebenenfalls aktiv auf Positionen angesprochen werden möchten, kommen nicht um ein oder mehrere Social-Media-Profile umhin.» Auf Facebook schreibe die Swisscom keine Stellen aus, sehr wohl jedoch auf Xing und LinkedIn, da es sich bei beiden Portalen laut Huber «um klassische Business-Netzwerke» handle. Sein Unternehmen nutze die Portale der sozialen Medien nicht zuletzt dazu, aktive Kandidatengewinnung zu betreiben.

Je nach zu besetzender Position könne Active Sourcing – der Begriff steht für sämtliche Massnahmen zur Identifizierung vielversprechender Mitarbeiter auf dem externen Arbeitsmarkt – ein valabler Kanal sein, so Huber. Etwa dann, wenn keine internen Talente vorhanden sind. Die Swisscom bittet Kandidatinnen und Kandidaten, sich via Jobportal des Unternehmens zu bewerben. «Aber die erste Kontaktaufnahme findet zum Teil via Social Media statt», erklärt Huber. «Je detaillierter und zielgruppenspezifischer ein Profil auf den sozialen Netzwerken erstellt ist, desto einfacher ist es für die Swisscom einschätzbar, ob eine Kandidatin oder ein Kandidat in Frage kommt.» Während bei CVs mittlerweile auf ein Foto verzichtet werden kann, sei ein solches bei Business-Netzwerken ein Muss, so Huber.

BREITE STREUUNG GEFRAGT

Auch bei der Helvetia Versicherung stellt man einen Trend zu Bewerbungen über Social Media fest. «Wenngleich der

Grossteil der Bewerbungen nach wie vor direkt eingeht», hält Mediensprecher Jonas Grossniklaus fest. Aus Sicht der Versicherung sei es zentral, Vakanzen unter anderem auf Social-Media-Kanälen auszuschreiben. «Nur so lassen sich unsere Stellenausschreibungen so breit wie möglich streuen und alle Fachspezialisten erreichen», sagt Grossniklaus. Dafür nutzt das Unternehmen Plattformen wie Xing, Experteer oder die Jobcloud von jobs.ch. Es sei unerheblich, ob eine Bewerbung bei der Helvetia Versicherung auf dem Postweg oder über Social Media eintrifft, alle würden stets nach denselben Kriterien bewertet. «Es fällt allerdings auf, dass die Kommunikation via soziale Medien tendenziell lockerer ist als im normalen Bewerbungsprozess.» Auch kommt es immer wieder vor, dass Stellenbewerbungen über Social Media unvollständig seien. Grossniklaus staunt: «Da fehlen manchmal Zeugnisse, Diplome und sogar das Motivationsschreiben.» ✕

DOS UND DONT'S AUF SOCIAL MEDIA

- › Zeichnen Sie in den sozialen Netzwerken ein authentisches Bild von sich. Wer mogelt, fliegt meist rasch auf.
- › Seien Sie konsistent. Wer sich auf LinkedIn profilieren will, sollte auch auf Twitter einen entsprechenden Stil pflegen.
- › Achten Sie auf Ihre Tonalität und äussern Sie sich auf den Social-Media-Kanälen angemessen – so, wie Sie es bei einem Bewerbungsgespräch tun würden.
- › Vermischen Sie Ihre beruflichen und privaten Social-Media-Profile nicht. Zumindest sollten Sie gezielt festlegen, wer welche Informationen einsehen kann.
- › Halten Sie sich zurück mit der Anzahl Ihrer Postings und Kommentare. Gefragt ist eine sorgfältige Dosierung.

ANZEIGE



Die VVK Vorsorge- und Vermögenskonzepte AG Partnerin des kfmv in Fragen der Vorsorge.

Die VVK AG berät Sie in jeder Lebenssituation. Traditionelle Werte, Nachhaltigkeit und Professionalität sind unsere Grundpfeiler. Der Kaufmännische Verband Schweiz empfiehlt seinen Mitgliedern, sich frühzeitig mit der Vorsorge auseinander zu setzen und sich professionell beraten zu lassen.

Die Dienstleistungen der VVK AG:

- umfassende Vorsorgeberatung- und planung
- individueller Vorsorgeplan inklusive Massnahmeplan
- kostenlose Vorsorgeseminare
- Vermögensverwaltung
- eigene Fondsstrategien

Exklusives Angebot für die Mitglieder des kfmv's: 20% Rabatt auf eine individuelle Vorsorgeplanung



Besuchen Sie eines unserer kostenlosen Vorsorgeseminare, die Termine finden Sie unter www.vvk.ch/seminare oder kontaktieren Sie uns per E-Mail info@vvk.ch oder Telefon 071 333 46 46.



Willy Graf, lic. iur. HSG
Vorsorgeplaner und
Inhaber der VVK AG



Daniel Gubser
Vorsorgeplaner und
Berater der VVK AG

In Kooperation mit

**kaufmännischer
verband**

mehr wirtschaft. für mich.