

Bevor Sie sich mit Ihrem Profil im Social Web beschäftigen oder auf Stellensuche gehen, sollten Sie sich ein Bild davon machen, wie ein Personalmanager oder Recruiter eines Unternehmens das Social Web für die aktive Personalsuche nutzt. Denn je besser Sie Ihren Kunden – in diesem Falle also den Personalmanager – kennen, desto gezielter können Sie Ihre Marke „Ich“ im Social Network gestalten.

Alles beginnt mit einer offenen Position im Unternehmen. Wie auch der Personalmanager seine Branche kennt, so kennen auch Sie Ihren Markt. Nehmen wir beispielsweise einen Eventmanager oder eine kaufmännische Angestellte. In diesem Falle steht eine große Zahl potentieller Kandidaten einem ebenso großen Angebot an Stellen gegenüber. Deshalb wird der Personaler wahrscheinlich eine Stellenanzeige in einer Online-Jobbörse schalten. Er vertraut darauf, dass sich auf diesem Wege genügend Interessenten für die zu besetzende Stelle finden werden. Anders sieht es jedoch aus, wenn Sie sich in einem Markt bewegen, in dem es mehr Stellenangebote als mögliche Bewerber gibt. Denken Sie beispielsweise an Software-Entwickler, Elektroingenieure oder Bilanzbuchhalter. Hier weiß der branchenkundige Recruiter, dass er nur mit wenigen oder schlimmstenfalls gar keinen Bewerbungen auf eine Stellenanzeige rechnen kann. Für solche und ähnliche gelagerte Positionen begibt sich das Unternehmen also eher aktiv auf die Suche und nutzt zunehmend die Wege, die bislang nur professionellen Headhuntern vorbehalten waren. Möglich macht dies das Social Web mit Business-Netzwerken wie Xing oder LinkedIn.

Legen Sie Ihre Strategie fest

Sie wissen am besten, wie viele mögliche Konkurrenten sich gemeinsam mit Ihnen um eine Stelle bemühen. Wenn Sie sich in einem eher gesättigten Markt bewegen, optimieren Sie Ihr Online-Profil als Referenz, in dem der Personaler Dinge entdecken kann, die über Ihre eingereichten Bewerbungsunterlagen hinausgehen. Beispielsweise Referenzen und Kompetenzbestätigungen von Arbeitskollegen und Kunden. Arbeiten Sie in einer Branche, in der eher Arbeitskräftemangel herrscht, gestalten Sie Ihr Online-Profil zusätzlich so, dass Sie leicht gefunden werden und dem Personaler einen schnellen und guten Überblick über Ihre Stärken und Kompetenzen geben.

So startet die aktive Suche

Ist unser Personalmanager beispielsweise auf der Suche nach einem Softwareentwickler für C++ am Standort Hannover, so wird er seine aktive Suche wahrscheinlich eher bei Xing als bei LinkedIn beginnen. Grund ist die eher nationale Ausrichtung von Xing gegenüber der eher internationalen Orientierung von LinkedIn.

Die Personalmanager haben in aller Regel ein Premium-Profil oder ein Recruiter-Profil (Talentmanager) mit umfangreichen Such- und Filtermöglichkeiten. Der Recruiter wird also eine Suche mit Stichworten aus der Stellenanzeige starten. In der Suche werden Begriffe wie C++ und Anwendungsentwickler genutzt, darüber hinaus gibt es die Möglichkeit, regional, hier also am Standort Hannover, zu suchen.

Als Ergebnis erhält der Recruiter eine Liste von 30 oder 300 Profilen, die den Suchkriterien mehr oder weniger gut entsprechen. Für den Personaler beginnt nun die Fleißarbeit. Er muss die große Zahl der Treffer einschränken. Hier helfen Filter wie „Zeige mir nur Angestellte und keine Freiberufler“ oder „Nenne mir nur die Personen, die mindestens 5 Jahre Berufserfahrung haben“.

- ▶ **Tipp** Machen Sie dem Personaler die Suche so einfach wie möglich. Schließlich wollen Sie bei der Auswahl ganz oben stehen. Weitere Informationen zur Gestaltung Ihres Profils finden Sie im Kap. 3.2.

Die Entscheidung: Kontaktieren oder nicht?

Oft bleibt dem Personalrecruiter nichts anderes übrig, als sich Profil für Profil der Trefferliste anzusehen und zu entscheiden, wer zur Position passt. Nur diese Personen erhalten eine Kontaktanfrage oder eine persönliche Nachricht. Welches sind jedoch die Kriterien, die darüber entscheiden, ob Sie eine Anfrage erhalten oder nicht? Hier die wichtigsten im Überblick:

1. Wie gut passen Profil und Position zusammen?

Gehen Sie davon aus, dass jeder Personaler bereits hunderte, wenn nicht gar tausende Profilen angeschaut und analysiert hat. Die Personalprofis erkennen oftmals in wenigen Sekunden, ob der Inhalt des Profils das hält, was das erste Suchergebnis versprach. Wenn der Personaler einen Anwendungsentwickler mit C++-Kenntnissen sucht, so sollten diese Stichworte im Profil und im Abschnitt „Ich biete“ (in Xing) ganz vorn in der Liste stehen. Generell ist es empfehlenswert, wenn Ihr Angebot möglichst kurz und prägnant ist. Bei 20 oder mehr Stichworten im Abschnitt „Ich biete“ verliert jeder Profilbesucher den Überblick. Und es drängt sich die Frage auf, ob der Inhaber sich nicht generell zu sehr im Detail verliert.

2. Vermittelt das Profil einen positiven Eindruck?

Auch bei Personalprofis entscheidet das Auge mit. Wenn Sie sich also entscheiden, ein Foto zu veröffentlichen, dann posten Sie ein professionelles Foto und verkneifen Sie sich Heisenberg oder Kermit den Frosch als Profilbild.

3. Was sagen Andere über Sie?

In allen sozialen Netzwerken haben Sie die Möglichkeit, Referenzen zu hinterlegen. Bisweilen wird der Personaler dieses Angebot gerne nutzen und sich kurz anschauen, was Ihr ehemaliger Chef oder Ihre Kunden über Sie schreiben. Interessant ist in diesem Zusammenhang auch, ob Sie beispielsweise gemeinsame Bekannte haben. Möglicherweise arbeitet einer Ihrer alten Studienkollegen genau in der Firma mit der offenen Vakanz. Der Personaler hätte dann intern die diskrete Möglichkeit, über diesen Kollegen mit Ihnen in Kontakt zu treten. Erfahren kann das natürlich nur, wer seine Kontaktliste für alle Profilbesucher zugänglich macht. Wägen Sie ab!

- **Tipp** Möglicherweise ist der gemeinsame Bekannte Ihr Chef. Entgegen vieler Vorurteile sind Personaler diskret und verschwiegen und werden kaum Ihren Vorgesetzten darauf ansprechen, dass Sie im Social Web Interesse an einem Jobwechsel signalisiert haben. Trotzdem sollten Sie lieber auf Nummer sicher gehen und den Personaler um absolute Diskretion bitten. Jeder Profi versteht und respektiert das.

4. Welche Interessen haben Sie?

Auch in den Business-Netzwerken haben Sie die Möglichkeit, Ihre privaten Interessen und Ihr privates Engagement zu zeigen. Liest der Personaler beispielsweise von der Mitgliedschaft in der Feuerwehr oder in einem lokalen Verein, so hat diese Information durchaus einen Effekt. Diesen Effekt müssen Sie kennen, um sich entsprechend zu positionieren. Vereinsmitgliedschaft signali-

siert gesellschaftliches Engagement und soziale Kompetenz, beides Dinge, die bei Personalern und bei Unternehmen hoch im Kurs stehen. Schließlich möchte man lieber einen Kollegen haben der im Team spielt, als einen Eigenbrötler. Gleichzeitig signalisiert aber das Engagement in Vereinen auch, dass Sie regional eingebunden – also gebunden – sind. Für den Fall, dass mit der Position ein gewisses Maß an Reisetätigkeit oder ein etwas längerer Anfahrtsweg zur Arbeit verbunden ist, sinkt in den Augen des Personalers die Wahrscheinlichkeit, dass Sie sich für diese Position interessieren. Und er wird möglicherweise zum nächsten Profil klicken.

- **Tipp** Wollen Sie also signalisieren „Ich komme auch gerne einmal in der Republik herum“ oder „Die eine oder andere Übernachtung fernab der Heimat ist für mich kein Problem“, dann sollten Sie in Ihrem Profil, beispielsweise im Bereich „Interessen“, ein Stichwort nach dem Motto „Ich reise gern“ unterbringen. Ob sich das jetzt auf die Nordsee oder auf berufliche Reisen bezieht, bleibt dann der Phantasie des Betrachters überlassen.

5. Wie wahrscheinlich ist es, dass der potenzielle Kandidat antwortet?

Nicht jedes Mitglied eines Business-Netzwerkes engagiert sich täglich in Gruppen, erstellt Beiträge oder erweitert sein Netzwerk. Xing beispielsweise führt einen so genannten Aktivitätsindex. Diese Zahl zwischen 0 und 100% gibt an, wie regelmäßig und wie häufig Sie Xing nutzen. Wie genau sich der Wert errechnet, wird nicht verraten. Fest steht jedoch, dass 0% eher auf ein verwaisetes und möglicherweise nicht mehr aktuelles Profil hinweisen und 100% den regelmäßigen und engagierten Besucher kennzeichnen. Die Wahrheit für einen engagierten Arbeitnehmer, der nicht seine ganze Arbeits- und Freizeit online verbringt, wird sicherlich irgendwo in der Mitte liegen. Klar ist jedoch, dass Ihre Chance auf Anfragen bei einem geringen Aktivitätsindex auch niedriger ist. Auch Personaler fokussieren ihre Aufmerksamkeit auf die erfolgversprechendsten Chancen.

Hurra, der Kontakt ist da

Ihr Smartphone blinkt oder das Mail-Postfach leuchtet – Sie haben eine Nachricht oder eine Kontaktanfrage von einem Recruiter erhalten. Der gute Personaler hat sich mit seiner Nachricht Mühe gegeben. Er hat Ihr Profil angeschaut und nimmt im Schreiben darauf Bezug. Und er sagt Ihnen auch, warum er genau Sie kontaktiert. Idealerweise finden Sie in der Nachricht einen Link oder eine angehängte Datei mit dem Stellenprofil.

- **Tipp** In Stil und Form der Kontaktaufnahme trennt sich bereits der Spreu vom Weizen. Professionelle Personaler geben sich Mühe und vermeiden Massenanschreiben.

Schaut die Nachricht so wie diese aus, sollten Sie vorsichtig sein:

Liebe/r Kandidat/in,
Ihr Profil in Xing sieht sehr interessant aus und passt hervorragend zu einer Position als Anwendungsentwickler in unserem Unternehmen. Bei Interesse freue ich mich auf Ihre Kontaktbestätigung.
Mit freundlichen Grüßen
Regina Recruiter

Hier hat jemand Ihr Profil nicht gelesen und einfach mit „copy and paste“ eine große Anzahl von Leuten kontaktiert. Wertschätzung geht anders.

Legen Sie die Latte des Respekts, den ein Personaler Ihrem Profil entgegenbringen sollte, ruhig etwas höher:

Guten Tag Herr Müller,
in Ihrem Xing-Profil sehe ich, dass Sie als Anwendungsentwickler arbeiten, über C++- und C#-Kenntnisse verfügen und hier bei uns in der Region Hannover wohnen. Wir sind auf der Suche nach Verstärkung, werfen Sie doch bitte einmal einen Blick auf den folgenden Link (Link). Ich habe den Eindruck, dass diese Position gut zu Ihnen passen könnte.
Auf Ihr Feedback freut sich mit herzlichen Grüßen
Roberta Recruiter

Nun heißt es für den Personaler warten und für Sie als Bewerber, eine Entscheidung zu treffen. Sind Sie neugierig geworden, dann klicken Sie doch einmal auf das Profil des Absenders und schauen Sie sich das Unternehmen an, das Sie hier gerade anspricht.

Auch wenn Sie vielleicht gerade nicht aktiv auf der Suche sind oder Ihr Chef Ihnen gerade eine Beförderung in Aussicht gestellt hat, kann es sicherlich nicht schaden, wenn Sie sich mit dem Personaler vernetzen. Lassen Sie also die Anfrage also nicht unbeantwortet, sondern bestätigen Sie den Kontakt und schreiben Sie kurz in zwei Zeilen zurück, dass Sie für einen Jobwechsel nicht zur Verfügung stehen, aber dennoch nichts gegen eine Vernetzung haben.

Entscheiden Sie ruhig, welchem Personaler Sie diese Aufmerksamkeit zukommen lassen möchten. Nicht jedes offensichtliche Massen-Mail verdient Ihre Aufmerksamkeit oder erfordert eine Antwort. Einfach löschen und ignorieren.

Vielleicht stellen Sie beim Lesen des Stellenangebotes aber fest, dass der Personaler genau ins Schwarze getroffen hat. Die angebotene Position ist genau das, was Sie sich für Ihre Zukunft sehr gut vorstellen können. Lassen Sie sich mit einer Antwort nicht allzu viel Zeit, bestätigen Sie den Kontakt oder schreiben Sie eine Nachricht binnen ein bis zwei Tagen und signalisieren Sie Interesse.

Wie es nun weitergeht, entscheiden Sie. Wenn Sie zu der Position keine Fragen haben, bieten Sie einfach an, dass Sie dem Ansprechpartner Ihre Bewerbungsunterlagen zur Verfügung stellen. Für den Fall, dass es noch Unklarheiten mit der Stellenausschreibung gibt, schreiben Sie ihm, dass Sie für ein klärendes Telefonat (private Handy-Nummer nennen nicht vergessen) gerne in einer Pause oder außerhalb Ihrer Arbeitszeit zur Verfügung stehen. Wirklich engagierte und professionelle Personaler werden Ihnen diesen Wunsch nicht abschlagen.

In diesem Abschnitt haben Sie einen Überblick darüber erhalten, wie ein Personaler bei der aktiven Suche vorgeht. In den nun folgenden Abschnitten dieses Ratgebers werden wir Ihnen aufzeigen, wie Sie Ihre Marke „Ich“ im Web 2.0 gezielt aufbauen und so die Wahrscheinlichkeit erhöhen, dass Ihnen Recruiter und Personaler den passenden Job anbieten.

Selbstmarketing im Social Web

Erprobte Strategien für die eigene Karriere

Scheel, A.; Steinmetz, H.

2015, XII, 44 S., Softcover

ISBN: 978-3-658-09382-2