

Tipps für den Umgang mit LinkedIn und XING

Die Digitalisierung ist längst auch im Alltag der Personalabteilungen und bei der Jobsuche angekommen. Die digitale Bewerbung ist heute der Normalfall – wer hier keine Fehler macht, ist im Vorteil. Trotzdem tun sich viele Stellensuchende und Beratungspersonen in den regionalen Arbeitsvermittlungszentren und den arbeitsmarktlichen Massnahmen schwer mit dem Thema. Die Zeitschrift PANORAMA hat in ihrer Ausgabe 5/2018 einen Beitrag von Frank Sperdin (flowwork.ch, make-a-job.ch) publiziert. Ergänzend zu diesem Text publizieren wir hier einige Tipps zum Umgang mit LinkedIn und Xing, die im Originaltext aus Platzgründen nicht publiziert werden konnten.

Die Policy. Ich rate unbedingt dazu, den persönlichen oder institutionellen Auftritt zu planen: Es lohnt sich, in die «erste» Erstellung eines persönlichen Profils Zeit zu investieren. Je klarer und professioneller ein Auftritt, desto eher wird das Profil gefunden, vermittelt es Vertrauen und erspart es spätere Nachbesserungen.

Auf LinkedIn wie Xing können verschiedene Einstellungen aktiviert werden, um sich zu schützen. So kann gewählt werden, wie sichtbar ein Profil ist, wie dieses Profil ausserhalb der Plattform in Suchmaschinen gefunden wird und wie kommuniziert werden soll. Natürlich gilt es, die Privatsphäre zu schützen; aber wer präsent sein möchte, sollte die verschiedenen Zugriffe ermöglichen und zeigen, dass er/sie auf LinkedIn und Xing aktiv unterwegs ist. Besser auffindbar wird das LinkedIn- oder Xing-Profil, indem man von anderen Kanälen darauf hinweist (Website, Foren, Blogs oder weiteren Profilen etwa auf Twitter oder Facebook). Auch bei Aktivitäten wie Bewerbungen, geschäftlichen Kontakten oder Postings kann es sich lohnen, einen Link zum LinkedIn- und Xing-Profil anzubieten. Auch in Mail-Signaturen oder auf Visitenkarten kann das nützlich sein.

Das Profil. Im Zentrum steht das persönliche berufliche Profil. Der Kopf eines Profils ist quasi die berufliche Visitenkarte. Ist der Profilkopf nicht aussagekräftig und interessant genug, verabschiedet sich der Besuchende sofort wieder. Profile sind immer aktuell und gepflegt. Was in ein Profil gehört, hängt von der Frage ab, wozu die Plattform genutzt wird. Stellensuchende haben eher ein vollständiges Profil und zeigen berufliche Erfahrungen und Bildungswege detailliert. Allerdings muss ein Lebenslauf nicht unbedingt 1 zu 1 wiedergegeben werden. Das Profil soll Personalverantwortliche oder Interessierte zur Kontaktaufnahme bewegen. Ein überzeugendes Profil nutzt ansprechendes Bildmaterial (Foto und Hintergrundbild). Der Profilslogan oder Inhalt im Profilkopf ist aussagekräftig und zielgerichtet; Besuchende werden so neugierig und erkennen zum Beispiel, dass jemand angesprochen werden will.

Es gibt umfangreiche Tools und Zusätze, ein Profil interessant zu gestalten und mit Medieninhalten zu erweitern. Ein vollständiges Profil ist nicht nur informativ, sondern indexiert auch die Suchmaschine mit Keywords (über berufliche Kompetenzen und Schlagworte); damit wird dieses besser gefunden. Stellensuchende, die den letzten Arbeitgeber nicht angeben wollen, können unter «Berufserfahrung» eine «zukünftige Berufstätigkeit» anführen und sich im Profilkopf mit dem Hinweis «offen für Jobangebote» positionieren. Job-Coaches aus dem Bereich der Arbeitsintegration können

auch ein rein fachliches Profil erstellen (Fokus Arbeitsintegration und Fachthemen), damit dieses potenzielle Arbeitgebende anspricht und die Akquisition von Stellen für ihre Klientinnen und Klienten unterstützt.

Die Vernetzung. Ein grosses berufliches Netzwerk ist wichtig bei der Jobsuche, beim fachlichen Austausch, für wichtige Infos und immer dann, wenn wir Hilfe brauchen. Stellensuchende, Job-Coaches oder RAV-Beratende richten ihr Netzwerk nach ihrem beruflichen Hintergrund, ihrem Können sowie nach ihrem Aufgabenfeld oder ihren Dienstleistungen aus. Je grösser und je besser das Netzwerk, desto nützlicher ist es. Auf Business-Plattformen spricht man neben Kollegen, ehemaligen Vorgesetzten oder Kundinnen auch Personen an, die man nicht direkt persönlich kennt, die aber den gleichen oder einen ähnlichen Fach- und Branchenhintergrund teilen. Ausserdem holt man sich Personalverantwortliche und leitende Angestellte (Entscheider/innen) ins Netzwerk. Durch ein berufsindikatives Netzwerk erhöht man die Reichweite und die Besucherzahlen auf dem eigenen Profil.

Die Pflege des persönlichen Netzwerkes ist eines der wichtigsten Anliegen auf den Business-Plattformen. Mit etwa 500 Kontakten erreichen Sie schnell gegen 150'000 Kontakte Ihrer Kontakte. Sie pflegen mit ca. 1-2% davon einen persönlichen Austausch, ca. 3-5% Ihrer Kontakte werden sporadisch (jährlich) angesprochen, die restlichen Kontakte bilden das erweiterte Netzwerk und werden nach Bedarf bedient. Zu beachten ist, dass das Netzwerk auch eine Grenze bildet: Bei Suchaufträgen oder anderen Aktivitäten hat immer Ihr Netzwerk Priorität. Dies gilt auch für Personen aus dem Netzwerk: Wenn diese z.B. einen Suchauftrag abschicken, können sie eine Person nur finden, wenn diese ein relevantes Profil besitzt und Teil des eigenen (erweiterten) Netzwerkes ist. Gute und grosse Netzwerke bewirken, dass die Effizienz der Nutzung einer Plattform signifikant verbessert wird. Das ist gerade für Job-Coaches unerwartet hilfreich, wenn sie interessierte Arbeitgeber ansprechen und Arbeit für ihre Betreuten finden möchten.

Die Aktivitäten. Ob Recherche, Monitoring, Suchaufträge, Empfehlungen, Posten (Publizieren) oder die aktive Teilnahme in Gruppen oder an Events: Die Aktivitäten auf LinkedIn und Xing sind entscheidend. Ein gepflegtes Profil ist viel wert, aber erst durch Aktivitäten werden relevante Spuren gelegt und die Beachtung eines Profils erhöht. Es geht darum, positiv aufzufallen und aktiv dafür zu sorgen, ins Gespräch zu kommen. Gerade das Posten eines Beitrages führt schnell einmal zu viel Beachtung und bietet im Bereich Arbeitsintegration die Möglichkeit, ein Anliegen für eine bestimmte Zielgruppe (z.B. 50+ oder ungelernete Jugendliche) publik zu machen oder einen Teilnehmenden aus einem Programm attraktiv (z.B. durch ein Video unterstützt) zu positionieren. Die produktive Nutzung des Messengers setzt auf den Plattformen zwar ein Bezahl-Abo voraus; dafür können die richtigen Personen ohne Vernetzungsantrag angesprochen und die professionelle Kontaktaufnahme fokussiert werden. Geplante Aktivitäten sind, gut organisiert, weniger zeitintensiv. Der Erfolg für ein Anliegen im Bereich Arbeitsintegration rechtfertigt den Aufwand allemal. Gerade für niederschwellige Jobs im Bereich Migration sowie für Menschen ohne Berufsabschluss ist die Pflege eines Netzwerkes absolut Erfolg versprechend und kann mit einer passenden und intelligenten Social-Media-Strategie ideal unterstützt werden.

Unternehmen im Umfeld Arbeitsintegration (AMM, Sozialwesen, öffentliche Verwaltung, RAV) haben natürlich auch die Möglichkeit, als Team und Organisation aufzutreten. Beide Plattformen bieten hochinteressante Instrumente, als «Firma» aufzutreten. Dieser Auftritt ist

immer gekoppelt mit der Website und bietet ein mächtiges Sprachrohr für das Anliegen der Arbeitsintegration. Leider wird dieses Angebot für den direkten Vermittlungssupport kaum genutzt. Der Fokus liegt eher beim Marketing oder in der Präsentation von Dienstleistungen – der Aspekt, den Zugang zu Arbeitsplätzen über «digitales Netzwerken» mit anzubahnen und zu gestalten ist leider noch kaum im Bereich Arbeitsintegration angekommen.

Einen interessanten Leitfaden «Soziale Arbeit & Social Media» bietet www.sozialinfo.ch/dienstleistungen/social-media/leitfaden/

Informationen zu den Angeboten des Autors Frank Sperdin: www.flowwork.ch