

Netzwerken im Zeitalter der Inszenierung

Die sozialen Medien haben die Arbeitswelt voll erreicht, doch viele Deutsche tun sich noch schwer mit Xing und Co.

Soltau. Social Media - das ist für die meisten Deutschen Facebook und Whatsapp, vielleicht auch noch Instagram. Doch abseits von Urlaubsfotos und Katzenvideos entwickeln sich digitale Netzwerke, die der Arbeitswelt die größten Umbrüche seit der industriellen Revolution bescheren. Das jedenfalls sagt Gabriela Meyer. Wie man sich dieser Neuerung stellt und sie für sich nutzt, darüber bietet die PR-Expertin ein Seminar in Soltau an (siehe Infobox). Und darüber spricht sie vorab im BZ-Interview.

Sie weisen darauf hin, dass die Digitalisierung ein Umdenken erfordert, auch bei der Stellensuche. Hat die klassische Bewerbungsmappe ausgedient?

So pauschal würde ich das vielleicht nicht sagen. Es gibt schon noch Unternehmen, die die klassische Mappe annehmen, zum Beispiel im Bereich der Produktion oder auch im Einzelhandel. Doch es zeichnet sich ab, dass Bewerbungsverfahren zukünftig nur noch digital abgewickelt werden. Die meisten Unternehmen haben eigentlich schon komplett umgestellt auf digital. Automatisierte Prozesse sparen allen Beteiligten viel Zeit und Geld. Es gibt bereits Software, die Bewerber aufgrund von Algorithmen und ihren digitalen Profilen bewerten.

Plattformen wie Xing oder LinkedIn sind Job-Plattformen, auf denen sich die Nutzer miteinander vernetzen, sie ihr Berufsprofil präsentieren und von Unternehmen gesucht werden. Früher gab es für diese Suche Headhunter, die in der Regel aber nur nach Spitzenkräften „jagten“. Hat die Digitalisierung diese Jagd auf mittlere Berufsebenen ausgedient?

Headhunter gibt es natürlich immer noch, sie nutzen heute selbst Xing und Co. professionell, um geeignetes Personal und Top-Kandidaten zu finden. Aber die Jagd auf gute Leute betrifft tatsächlich längst nicht mehr nur Führungskräfte oder bestimmte Hierarchiestufen. Der Fachkräftemangel spitzt sich weiter zu. Der Kampf um Softwareentwickler, Programmierer, Mechatroniker oder auch um Nachwuchs im Handwerk ist zum Teil dramatisch. Insofern gibt es heute auf allen Ebenen eine Jagd auf gute Leute. Personaler und Recruiter nutzen deshalb zunehmend alle digitalen Bewerbungskanaäle. Darüber hinaus sind Business-Plattformen heute aber auch intelligente und inspirierende Orte, wo man sich über aktuelle Karrierethemen informieren kann, interagiert, mit anderen debattiert und sich dabei seine persönliche Marke aufbaut.

Was ist denn das, eine „persönliche Marke“?

Wir leben im Zeitalter der Inszenierung, der medialen Selbstdarstellung. Ein öffentliches Image zu haben ist ein wesentlicher Bestandteil des beruflichen Erfolgs. „Personal Branding“ ist mein persönlicher Markenauftritt.



Vernetzung in der digitalen Welt: Auch die Kontakte unserer Arbeitswelt finden längst in den sozialen Medien statt.

Foto: Pixabay

Inwiefern sollte es erstrebenswert sein, als Mensch zu einer Marke zu werden?

Der Wettbewerb nimmt zu, das Selbstmarketing wird wichtiger. Es geht darum, eine Reputation aufzubauen, ein professionelles Image, das mich von anderen unterscheidbar macht und zeigt, was ich kann und biete. Deshalb lohnt es sich, Zeit in die Gestaltung seiner digitalen Business-Profilen zu investieren und sie zu pflegen. Sie sind längst zur ersten Anlaufstelle für Recruiter geworden und für jeden, der Sie googelt. Wenn man dann gar nichts findet oder nur ein Urlaubsfoto von einem Kameletritt in Tunesien, macht das keinen professionellen Eindruck.

Wenn ich über Xing zu einem mir bis dahin unbekanntem Personalleiter Kontakt aufnehmen würde, der das dann nicht als übergriffig empfindet?

Es mag noch diesen Typ Personaler geben, der das so empfindet. Aber diesen Stil der Abschotung kann sich eigentlich heute kaum noch ein Unternehmen leisten. Der Kampf um die besten Leute läuft. Moderne Personaler und Recruiter sind eigentlich immer offen, interessiert und

freuen sich, wenn gute Leute professionell Kontakt zu ihnen aufnehmen. Business ist heute auch immer Social Business und der direkte Kontakt zwischen Menschen bleibt weiterhin enorm wichtig.

Besteht denn nicht das Risiko, dass sich diese Mitarbeiter für die Konkurrenz ins Schaufenster stellen?

Im Gegenteil. Meine Mitarbeiter prägen das Image meines Unternehmens. Sie sind meine Markenbotschafter. Wenn eine Firma vier Geschäftsführer hat und die sind allesamt nicht bei Xing oder LinkedIn vertreten, dann macht das einen rückständigen Eindruck. Gerade die Führungsebene sollte präsent und ansprechbar sein. Es geht darum, gefunden zu werden, ansprechbar zu sein für Kunden und Kooperationspartner. Ich schule zunehmend Führungskräfte, die das erkannt haben und sich schnell auf den neuesten Stand bringen lassen möchten.

Und diese Menschen stellen sich nicht selbst dar?

Doch, schon, sie stellen ihre persönliche Kompetenzen im Profil dar. Aber das fällt auf Unter-

nehmen zurück. Früher gab es in einer Firma einen Pressesprecher. Nur diese eine Person sprach nach außen. Heute sind Mitarbeiter alle online unterwegs und kommunizieren öffentlich. Ich kann deshalb nur empfehlen, Mitarbeitern Weiterbildungen anzubieten. Die Otto-Gruppe in Hamburg beispielsweise baut 100 eigene Leute intern zu Influencern auf. Das analoge Denken „Hilfe, meine Leute machen sich attraktiv“, das gibt es so nicht mehr, es ist altes Denken. Moderne, gestaltende Unternehmer finden es klasse, wenn ihre Marke nach außen getragen wird, die Mitarbeiter neue berufliche Kontakte knüpfen und Inspiration von außen wieder in das Unternehmen hineinbringen. Da man ja heute sowie so häufiger den Job wechselt, ist die Präsenz bei Xing und Co. für Arbeitnehmer ebenfalls wichtig. Und für Freiberufler sowieso Pflicht.

Auch die Plattformen aus dem Social Business stehen bei Datenschützern in der Kritik. Zu Recht?

Zu diesem umfassenden Thema möchte ich nur sagen: Nutzt man diese Dienste, sammeln die Anbieter Datenbestände. Das ist das Geschäftsmodell. Darum sollte man Medienkompetenz besitzen und wissen, welche Daten und Informationen man wie teilt. Sie dürfen und sollten sogar auch mal persönlich sein, aber eben nicht privat.

Aber es geht um das Teilen von Interessen.

Es geht vor allem darum, beruflich wichtige Verbindungen aufzubauen, sich ein Netzwerk aufzubauen. Eigen-PR ist immer auch Zukunftsarhitektur. Durch das Teilen von Informationen zu meinen Fachgebieten kann man sich als Experte für ein bestimmtes Thema positionieren und so wertvolle Kontakte knüpfen. Darum ist digitale Kompetenz heute so wichtig. Am Anfang ist es daher für Einsteiger wichtig, auf diesen Plattformen erstmal nur „zuzuhören“, zu lesen und zu verstehen, um so ein Gefühl für digitale Kommunikation zu entwickeln. So fühlt man sich auch sicherer, wenn man beginnt, selbst Inhalte zu teilen.

Ein ungepflegtes oder lückenhaftes Profil ist wahrscheinlich schlechter als gar keines.

Stimmt, das macht keinen guten Eindruck. Da sollte man es lieber löschen. Die Arbeit am Online-IC ist eine Arbeit, die regelmäßig gemacht werden sollte. Ein Profil sollte einen Nutzwert haben für den Leser.

Was sind denn typische K.-o.-Kriterien?

Profile ohne Foto. Unpassende Schnappschüsse sind auch ein No-Go. Gönnen Sie sich Bilder vom Profi-Fotografen. Automatisierte Anfragen mögen auf den ersten Blick Zeit sparen, sind aber unpersönlich und deshalb

unhöflich. Direkt beim ersten Kontakt anderen etwas verkaufen wollen oder auch Kurztextgetriebenheit beim Antworten. Der Ton in sozialen Netzwerken ist zwar eher locker, doch die Kommunikation sollte immer professionell bleiben. Man darf natürlich auch mal Humor zeigen. In der Xing-Kategorie „Ich suche“ werden Sie bei mir zum Beispiel finden: „Immer wieder meine Sonnenbrille.“

Wie ausführlich muss ein Profil sein?

Diesen Punkt behandeln wir ausführlich im Seminar, sodass jeder am Ende des Tages ein Top-Profil hat. Professionalität und Eleganz zeigt sich oft im Weglassen. In der Twitter-Bio des Bestsellerautors Paulo Coelho steht lediglich ein Wort: Writer.

Interview: Stefan Grönefeld



Familie im Mittelpunkt



„Es geht darum, gefunden zu werden“

Gabriela Meyer
Modern Life Seminars

WAS SOLL „XING“ EIGENTLICH HEISSEN?

Kreative Sonderform der Abkürzung

Ein Akronym ist eine stilistische Figur, bei der Wörter auf ihre wichtigsten Bestandteile verkürzt werden. Die Werbung und der „Chat-Slang“ in den sozialen Medien bedienen sich gerne dieser oft kreativen Sonderform der Abkürzung, speziell im Englischen. Das Akronym „Xing“ wird häufig auf Verkehrsschildern verwendet, das „X“ steht für ein Kreuz - „cross“ - das Akronym nimmt somit die Bedeutung „crossing“ an, etwa wenn



Fußgänger die Fahrbahn kreuzen. Die Plattform „Xing“ nun macht sich die Bedeutung des Akronyms zu eigen: das Kreuzen von Linien, aus denen ein Netz an Verbindungen entsteht. Allerdings löst es sich von der wortspielerischen Aussprache und liest sich nun, wie es geschrieben wird: Xing.

DEUTSCHE NUTZER HINKEN HINTERHER

Die Social-Media-Muffel Europas

Im internationalen Vergleich sind die Deutschen sind Social-Media-Muffel. Fast 90 Prozent der Bundesbürger sind zwar täglich online, aber nur 56 Prozent nutzen regelmäßig soziale Medien - und dann eben größtenteils Whatsapp oder Facebook (Quelle: EU-Statistikamt Eurostat). Die Ungarn sind aktiver: Mit 83 Prozent sind sie Social-Media-Spitzenreiter in der EU vor Maltesern (82) und Belgiern (80).

Plattformen im Social Business wie Xing und LinkedIn liegen bei den Deutschen dagegen vergleichsweise brach. Xing ist mit rund 14 Millionen Nutzern in Deutschland führend, allerdings nutzen mehr als zwei Drittel von ihnen die Plattform nur passiv. LinkedIn hat seinen Schwerpunkt in den USA (130 Millionen), ist im internationalen Bereich führend und hat in Deutschland unlängst die 10-Millionen-Marke geknackt.

KOORDINIERUNGSSTELLE

Seminar in Soltau

„Verxingt!“ heißt ein Seminar zum beruflichen Netzwerken, das die Koordinierungsstelle Frau und Wirtschaft im Heidekreis am 26. April (9.30 bis 16.30 Uhr) unter Leitung der PR-Expertin Gabriela Meyer (Modern Life Seminars) anbietet. Anmeldeschluss ist der 19. April. Anmeldung und weitere Informationen unter www.koostelle-heidekreis.de, ☎ (05191) 97 06 12 oder koostelle@heidekreis.de