



Stellensuche, Arbeitsmarkt

Stellensuche mit Social Media

Stellenbesetzungen kommen oft über Kontakte und Empfehlungen zustande. Neben dem persönlichen Netzwerk spielen dabei soziale Medien eine wichtige Rolle. Sie dienen sowohl der Kontaktpflege und damit Ihrer aktiven Stellensuche («finden») als auch Ihrer Selbstvermarktung und damit der Personalrekrutierung von Firmen («gefunden werden»). Dieses Merkblatt gibt einen Überblick.

Welche Plattformen gibt es?

Es gibt mehrere Hundert Plattformen (<https://socialmedialist.org/>). Netzwerke wie Facebook und Instagram dienen hauptsächlich dem privaten Austausch, werden aber auch – wie Twitter, TikTok, YouTube – für öffentliche Auftritte genutzt. Geschäftskontakte kann man wiederum in Karriere- resp. Business-Netzwerken wie www.xing.com und www.linkedin.com pflegen. Firmen informieren dort u.a. mittels automatischen Benachrichtigungen («Job-Alert-Services») über Jobangebote (z.B. www.linkedin.com/jobs/, aber auch www.facebook.com/jobs) oder suchen gar über Talentspäher potentielle Mitarbeitende («social recruiting», «active sourcing»). Die Ausrichtung der beiden grössten Karrierenetzwerke ist unterschiedlich:

	LinkedIn	XING
Verbreitung	International (u.a. Englisch)	Deutschland, Österreich, Schweiz (v.a. Deutsch)
Zielgruppen	z.B. eher Konzerne	z.B. eher nationale KMUs
Mitglieder	Global: ca. 770 Mio. / CH: ca. 3 Mio.	Global: ca. 19 Mio. / CH: ca. 1.5 Mio.

Basis-Profile sind kostenlos. Für eine intensivere Nutzung z.B. während der Stellensuche kann sich v.a. bei XING ein kostenpflichtiger Premium-Zugang lohnen mit Hinweisen auf Jobwünsche und Karriereziele.

Wie wähle ich die richtige Plattform aus?

Die Entscheidung hängt einerseits von Ihrer Tätigkeit ab (woher kommen Sie?): Eine Journalistin twittert vielleicht, ein Sänger lädt YouTube-Videos hoch, Kreative zeigen ihr Portfolio auf Insta, Selbstständige erstellen eine Website, Handwerker/innen nutzen branchenspezifische Lösungen. Andererseits beeinflussen Jobvorstellungen Ihre Wahl (wohin wollen Sie?): Nehmen Sie darum zuerst eine Standort- und Zielbestimmung vor. Haben Sie Zeit für die Profilpflege, so lohnt sich eine Präsenz auf mehreren Plattformen mit übereinstimmenden Angaben, aber gestalterischer bzw. sprachlicher Variation (z.B. Englisch).

Wie richte ich ein aussagekräftiges Online-Profil ein?

- **Foto:** Profile mit Bildern werden bis zu 20x häufiger angeklickt. Verwenden Sie darum ein aktuelles, professionelles Porträt. Hinweise zu Optimierungsmöglichkeiten gibt Ihnen www.snappr.co/photo-analyzer. Ein ansprechendes Hintergrundbild (z.B. Tätigkeit oder Symbol einer typischen Berufssituation) setzt einen zusätzlichen Akzent.
- **Profil-Slogan:** Nutzen Sie den Platz neben bzw. unter dem Foto für eine kurze Selbstbeschreibung («Claim»), die mehr als nur Funktion und Branche umfasst, oder für ein Zitat, das Neugier weckt.
- **Personal Branding/Elevator Pitch:** Eine prägnante Einleitung bringt mehr Ansichten. Führen Sie darum unter «Info/Zusammenfassung» (LinkedIn) oder «Über mich» (XING) Ihre Kompetenzen auf:
 - Unique Selling Proposition (USP), Einzigkeitsattribut: Was hebt Sie von andern ab?
 - branchenrelevante Schlüsselwörter: Jobfunktionen, Berufsbezeichnung, Programme etc.
 - zum Wunschjob passende Kompetenzen, Fähigkeiten, Arbeitsproben, Publikationen
 - Zusatzinformationen: Status (z.B. Teilzeit), Sprachen, Ehrenamt, Stärken, Interessen
 - Storytelling: Erzählen Sie eine (Erfolgs-)Geschichte.
 - Überraschendes: Wiederholen Sie nichts, was schon unten im Profil steht.Präsentieren Sie sich ruhig selbstbewusst («ich biete, ich suche»).
- **Online-Lebenslauf:** Fügen Sie Ihre aktuelle Position ein sowie Stationen Ihres Werdegangs mit Stichworten zu Aufgaben, Verantwortung, Erfahrung, konkreten Projekten, Erfolgen (z.B. Zertifikate, Preise). Verknüpfen Sie Ihr Profil mit dem Ihrer (ehemaligen) Arbeitgeber und Ausbildungsinstitutionen.
- **Kenntnisse und Fähigkeiten, Qualifikationen und Auszeichnungen:** Unter diesen Rubriken lassen sich schlagwortartig Ihre Kompetenzen und Erfolge auflisten. Auf LinkedIn können Sie sogar mit Kenntnistests Ihr Wissen bestätigen lassen («Badge»).
- **Referenzen:** Lassen Sie Branchenwissen oder soziale Kompetenzen von Ihren Kontakten bezeugen. Bitten Sie Kundschaft oder Kolleginnen, Kollegen um eine Bewertung oder persönliche Empfehlung. Unterstützen Sie im Sinne der Gegenseitigkeit andere Nutzer/innen mit Fähigkeitsbestätigungen, Reviews oder Hinweisen auf Stellen etc.
- **Vernetzung:** Laden Sie Bekannte, Mitstudierende, (ehemalige) Mitarbeitende und Vorgesetzte, Kundschaft oder Auftraggeber/innen mit ein paar persönlichen Begleitsätzen ein. Nutzen Sie diese als Multiplikatoren oder Türöffner, um z.B. Verbindungen zu Schlüsselpersonen oder Firmen herzustellen. Wenn Sie den Namen einer Zielperson eingeben, werden Ihnen z.B. gemeinsame Kontakte angezeigt («Kontaktpfad»). Treten Sie auch mit Gleichgesinnten und Fachleuten in Kontakt. Vergleichen Sie Profile potentieller Mitbewerber. Folgen Sie Ihren Wunscharbeitgebern, Personalvermittelnden, Verbänden, Jobtrends. Dabei gilt Qualität vor Quantität. Sind Sie bei einer Kontaktanfrage unsicher, haken Sie nach.
- **Links:** Listen Sie die URLs Ihrer digitalen Visitenkarten (z.B. www.linkedin.com/in/name, www.xing.to) und eigene (berufsrelevante) Websites, Videos, Fachblogs auf Profilen, in Ihrem Lebenslauf und Ihren Signaturen auf.
- **Kontaktdaten:** Stellen Sie sicher, dass Sie erreicht werden, u.a. über eine neutrale Mail-Adresse.

Tipps: Der erste Eindruck zählt: Lassen Sie Ihr Profil gegenlesen.

Bedenken Sie: Regeln des Arbeitsalltags gelten auch im Netz.

Beachten Sie sprachliche sowie rechtliche Aspekte: Posten Sie z.B. nichts Vertrauliches.

Was zählt: Aktivität und Monitoring

- **Imagepflege:** Profile, Blogs und Webseiten, aber auch Ihr Netzwerk sind langfristige Projekte, die Sie bewusst strategisch aufbauen und regelmässig pflegen müssen. Es lohnt sich damit anzufangen, bevor Sie es brauchen. So können mit der Zeit aus Online- auch Offline-Kontakte entstehen.
- **Austausch:** Treten Sie Foren, Fach- oder Regional-Gruppen bei oder gründen Sie welche. Posten Sie eigene Beiträge und laden Sie Artikel, Links, Präsentationen, Podcasts, Fotos oder Videos hoch (z. B. im XING-Portfolio). Durch regelmässige Reaktivität – Liken, Teilen, Teilnehmen, Kommentieren, Fragen – bleiben Sie sichtbar und können Fachkenntnisse sowie Kommunikationsfähigkeit beweisen und Kontakte knüpfen. Eine bewusste Auswahl an Events und Newslettern rundet zudem die Wirkung Ihres Profils ab.
- **Social Selling Index:** Lassen Sie Ihr Profil auf www.linkedin.com/sales/ssi analysieren
- **Stellensuche:** Zeigen Sie, dass Sie an Angeboten interessiert sind. Unter «Jobwünsche» resp. «Jobeinstellungen» können Sie Ihre Vorstellungen (Position, Ort, Gehalt etc.) für Recruiter sichtbar machen. Unter www.linkedin.ch/jobs > Suche können Sie sich mit dem Filter auch Jobs in Firmen anzeigen lassen, in denen Sie jemanden kennen («in ihrem Netzwerk»).
- **One Click Mobile Recruiting:** Nicht nur auf den Websites der Social Media-Plattformen, sondern auch via deren Apps und auf Jobplattformen können Sie sich teilweise direkt mit Ihrem Profil bewerben, z.B. mit «LinkedIn Jobsuche», www.yooture.com oder www.jobs.ch
- **Privatsphäreneinstellungen:** Das Internet vergisst nicht. Personalverantwortliche und Vermittlungen können durch die Online-Prüfung Ihres Namens auf sensible Daten stossen (negative Äusserungen zu Arbeitgeber, Gesundheit, Partyfotos etc.). Trennen Sie darum das Berufliche vom Privatleben. Bestimmen Sie bewusst, was Sie offenlegen oder verbergen wollen bzw. wie Sie sichtbar bleiben und gleichzeitig Ihre Daten schützen: Wird Ihr Business-Profil auch von Suchmaschinen angezeigt und ist so auffindbar? Wer kann Ihre Updates sehen und sehen Sie Reaktionen auf Ihre Posts? Wer hat Zugang zu Ihren privaten Profilen?
- **Kontrolle E-Reputation:** Überprüfen Sie mit www.google.com/alerts regelmässig Ihren Namen. Fordern Sie bei unvoreilhaften Ergebnissen den Seitenbetreiber auf, diese zu entfernen resp. schalten Sie einen Reputationsmanagement-Dienst ein. Ebenso können positive Einträge negative verdrängen.

Weitere Angebote: LinkedIn und XING bieten zusätzliche Produkte, z.B. Mitarbeiterempfehlungsprogramme oder auch Websites wie www.kununu.com/ch, auf denen Interessierte Arbeitgeberbewertungen und Löhne veröffentlichen resp. einsehen können (vergleiche auch <https://de.glassdoor.ch>).

Bewerbungshomepages, Blogs und Videos

- **Eigene Website:** Gestalten Sie – alternativ oder ergänzend – mit Texten, Bildcollagen, Präsentationen und Videos eine eigene (verschlüsselte) Website mit Ihrem Profil, z.B. über <https://about.me/>
- **Eigener Blog:** Profilieren Sie sich mit inhaltlich hochstehenden Texten, Podcasts bzw. zielgruppengerechten, grafisch kreativen Videos zu branchenrelevanten Themen, z.B. auf www.tumblr.com
- **Kurzvideos** können vor allem in Berufen mit viel Kundenkontakt zielführend sein – so stellen Sie damit gleich Ihre Auftrittskompetenz unter Beweis. Entwerfen Sie dafür ein Drehbuch (Text, Mimik, Gestik, Kleider, Hintergrund) und halten Sie sich kurz, im Idealfall zwei Minuten. Posten Sie die Aufnahme dann auf Social Media oder der eigenen Bewerbungswebsite, z.B. über <https://talentcube.de>. Oder versenden Sie den Link oder QR-Code dazu gleich als Teil der Bewerbung.

Tipp: Nutzen Sie verschiedene Kanäle für Ihre Stellensuche und Bewerbungen! Eine Broschüre der RAV auf www.arbeit.swiss nennt die Regeln für die elektronische Bewerbung per Onlineformular oder Mail. Auf gewissen Stellenportalen (z.B. www.jobs.ch) können Sie zudem Ihren Lebenslauf hinterlegen oder Arbeitgeber auf Ihren Auftritt verweisen (z.B. Qualiprofil auf <https://ictjobs.ch> oder <https://medienjobs.ch>).

Quellen und weiterführende Informationen

www.be.ch/biz-publikationen > Stellensuche, Berufseinstieg, Praktikum > Stellensuche, Arbeitsmarkt

www.berufsberatung.ch/stellensuche

www.karriere.ch/jobsuche-social-media-ratgeber.asp

www.linkedin.com/learning/subscription/career-guidance-hub