

Dossier Social Media: Per Eigenmarke zum Job“ auf karrierebibel.de – Jeden Tag mehr Erfolg!



Ito Morabito begann seine Karriere mit einem Bluff. Alles, was er vor zwölf Jahren vorweisen konnte, waren übergroßer Ehrgeiz und eine übergroße Zahnücke. Dafür hatte sich das Milchgesicht aus Marseille aber in den Kopf gesetzt, ein Top-Designer bei Luxusmarken, wie Gucci, Prada oder Louis Vuitton zu werden. Schon sein Vater Pascal Morabito war Designer, sein Onkel der Architekt Yves Bayard. Seine eigenen Voraussetzungen waren trotzdem nicht die besten: Morabito, damals gerade 20, hatte seine Ausbildung an einer Designschule abgebrochen und auf seine Bewerbungen als Designer erhielt er nicht einmal Absagen. Kurzum: Er hatte mehr Ähnlichkeit mit einem Loser als mit einem Star-Designer.

Also erfand er sich den Erfolg. Statt weiter Bewerbungen zu schreiben, schuf er für die Marken, die ihn so beharrlich ignorierten, völlig neue und coole Produkte: für Louis Vuitton schuf er 1999 einen Rucksack, für Gucci eine Villa in G-Form, ein Feuerzeug für Bic, für Apple den "Hack-Mac" mit Camouflageoptik. Zudem nannte er sich fortan Ora-Itu (was viel cooler klingt) und packte seine Entwürfe dorthin, wo Überraschungskarrieren heute gemacht werden: ins Internet.

Sein Glück: Das französische Lifestylemagazin "Jalouse" veröffentlichte seine Entwürfe und die Luxusmarkenartikler bekamen auf einmal Anfragen von Kunden, die die hippen Sachen kaufen woll-

ten, obwohl es sie gar nicht gab. Fast 2000 Anfragen gingen angeblich bei Louis Vuitton ein. Und wie reagierten die? Genau: Die Luxusartikler überzogen Morabito nicht mit Markenrechtsklagen, sondern buhlten auf einmal um die Gunst des dreisten, aber offenbar begabten Plagiators. Mehr noch: Neben Louis Vuitton & co. interessierten sich weitere Firmen für den Franzosen und belohnten ihn mit Aufträgen. Heute ist Morabito 32 und entwirft unter anderem für Adidas, Artemide oder Swatch ganz legal Produkte und beschäftigt obendrein 15 Mitarbeiter in Paris. Mit einem frechen Online-Bluff vollbrachte er das Kunststück, sich einen gut bezahlten und obendrein begehrten Job zu ergaunern. Chapeau!

Karriere mit Social Media

Was Personaler in Online-Profilen interessiert

1. **41%** suchen nach Hinweisen auf Alkohol- oder Drogenkonsum.
 2. **40%** interessieren diskreditierende Fotos.
 3. **29%** schätzen so die kommunikativen Fähigkeiten ein.
 4. **28%** fahnden nach übler Nachrede über Ex-Arbeitgeber oder -Kollegen.
 5. **27%** achten auf falsche oder zweifelhafte Qualifikationen.
 6. **21%** suchen nach Webeinträgen, die auf kriminelles Verhalten hinweisen.
 7. **19%** achten darauf, ob vertrauliche Informationen preisgegeben wurden.
- Quelle: CareerBuilder

Das Beispiel Ora-Itos ist nicht das einzige seiner Art und sicher nicht das letzte. Das Internet, mehr aber noch die sozialen Netzwerke wie Xing, Facebook, LinkedIn oder Twitter haben die Online-Profilierung zuerst kinderleicht, dann zu einer weltweiten Massenbewegung gemacht. Ein Paradies für die Freunde

**Dossier Social Media: Per Eigenmarke zum Job“ auf karrierebibel.de –
Jeden Tag mehr Erfolg!**

der medialen Inszenierung und des Vernetzens. Auf die erste Phase der publizistischen Peinlichkeiten, den Fotos von betrunkenen Party-Studenten oder verhuschten Nacktaufnahmen von Mochtégernmodels folgt inzwischen der bewusste Eigenmarkenaufbau – auch Personal Branding genannt. Immer mehr Netzaktivisten nutzen die Gunst der Stunde, um sich im Web gezielt einen Namen zu machen. Aus dem Bonmot Es geht nicht darum, was du weißt, sondern wen du kennst“ haben die Social Media eine neue Ableitung geformt: Es geht nicht darum, wen du kennst, sondern wer dich kennt!“

Die professionell Eigenmarke ist jedoch nicht gedacht als aufgesetzter Fake, als Fassade mit etwas Ego-Schminke, sondern als Echo unserer Persönlichkeit, unseres wahren Könnens und Wissens – wenngleich auch positiv beschienen. Und jeder tut gut daran, möglichst früh damit zu beginnen. Denn im Gegensatz zu den unendlichen Weiten des World Wide Webs sind die Eigen-Markenplätze begrenzt. Die Domain *Susanne-Mustermann.de* gibt es eben nur einmal. Und sollte Susanne die erste sein, die sie kauft und dazu alle Namensvariationen registriert, haben ihre Namenszwillinge bereits erhebliche Nachteile, jemals vor ihr im Netz gefunden zu werden.

Personal Branding: Wie man im Netz zur Marke wird



Wie das geht, wie man seine Marke im Internet aufbaut, wie viel Zeit das braucht und welche Fehler es dabei zu vermeiden gilt – dazu gibt es auf [Karrierebibel.de](http://karrierebibel.de) inzwischen zahlreiche Artikel, Tipplisten und Beispiele. Die wichtigsten und lehrreichsten haben wir Ihnen in diesem Dossier zusammengestellt. Dennoch Eines gleich vorweg: Ein Instant-Rezept gibt es nicht. Seine Eigenmarke im Netz zu schaffen, ist ein durchaus zäher Prozess, der Ihnen einige Zeit, Kreativität und technische Finessen abverlangen wird. Aber je eher Sie damit anfangen, desto länger und stärker werden Sie davon profitieren. In Zukunft sowieso!

Allgemeines

- Machen Sie sich klar, wofür Sie stehen wollen: Was ist Ihre Botschaft? Was ist Ihre Expertise?
- Entwickeln Sie einen passenden Marken-

Click here to send your **feedback**



Printed with

Dossier Social Media: Per Eigenmarke zum Job“ auf karrierebibel.de – Jeden Tag mehr Erfolg!

namen – oder nutzen Sie Ihren Vor- und Nachnamen.

- Registrieren Sie Ihren eigenen Namen als URL. Falls das nicht mehr möglich ist, prüfen Sie zumindest Variationen oder die Verbindung mit Ihrem Markennamen.
- Schauen Sie nach, ob die entsprechende URL Ihres Markentitels [noch frei](#) ist, registrieren Sie auch diese und eröffnen Sie dort ein Blog oder eine Webseite. Nur nichts Statisches. Die Menschen müssen dort mit Ihnen kommunizieren können. Reine Showseiten sind Konzepte von gestern.
- Entwickeln Sie ein einheitliches Design-Konzept für Ihren Namenszug und alle Markenbestandteile. Sie müssen sich in der URL Ihrer Webseite, in Ihrer E-Mail-Adresse und anderen Erscheinungsorten spiegeln.
- Entwickeln Sie gegebenenfalls einen persönlichen Claim, ein Motto, was auf Ihrer Webseite sowie in der Signatur Ihrer E-Mail erscheint.
- Vergessen Sie auch nicht die Signaturen in Foren oder Sozialen Netzwerken!
- Gestalten Sie ein eigenes Logo mit Wiedererkennungswert.
- Machen Sie ein professionelles Foto von sich und fertigen Sie daraus einen generellen [Avatar](#) für das Internet.
- Schauen Sie sich um, wer in Ihrem Markt noch aktiv ist. Nehmen Sie Kontakt zu den Besten (und Sympathischsten) auf.
- Versuchen Sie Ihre Botschaft auf mehreren Kanälen zu distribuieren: Schreiben Sie nicht nur ein Blog, sondern produzieren Sie auch Videos oder Podcasts.
- Sorgen Sie dafür, dass man Sie leicht erreichen kann: per E-Mail, per [Skype](#), per Webseite, per Online-Netzwerk, per Handy.

Soziale Netzwerke

- Werden Sie Mitglied in Sozialen Netzen wie [Xing](#), [Linkedin](#), [Facebook](#) oder [Myspace](#). Melden Sie ruhige Profile in mehreren

Netzen an. Achten Sie aber auf einen einheitlichen, mindestens verwandten Auftritt. Seien Sie ungewöhnlich!

- Verlinken Sie die Seiten untereinander und geben Sie die Links dazu ebenso in Ihrer E-Mail-Signatur an.
- Eröffnen Sie eine Liste mit den Webseiten, die Sie regelmäßig lesen oder lesenswert finden, und veröffentlichen Sie diese auf Bookmark-Diensten wie [del.icio.us](#) oder [Mister Wong](#).
- Überprüfen Sie regelmäßig Ihre Profile im Netz und registrieren, bzw. verifizieren Sie Ihre Accounts bei Personensuchmaschinen, wie [123people](#) oder [yasni](#).
- Eröffnen Sie bei [Youtube](#), [Sevenload](#) oder [Vimeo](#) einen eigenen Videokanal. Beginnen Sie mit Kurzfilmen von maximal einer Minute. Experimentieren ist erlaubt, solange Sie authentisch bleiben.
- Sammeln Sie informative Fotos in öffentlichen Bildernetzen wie [Flickr](#). Nur nicht allzu Privates. Landschaftsaufnahmen aus dem Urlaub sind gerade noch okay.
- Eröffnen Sie ein eigenes Soziales Netzwerk für Gleichgesinnte. Kostenlos und kinderleicht geht das etwa bei [Mixxt](#) oder [Ning](#).

Marketing

- Registrieren Sie sich bei [Twitter](#) und posten Sie dort Privates, vor allem aber Nützliches für Ihre Leser (dort “Follower” genannt). Je fokussierter Sie dabei an Ihrem Claim bleiben, desto eher verbinden die Leser Sie mit dem Thema. Teilen Sie möglichst viel Wissen und helfen Sie, Fragen anderer zu beantworten.
- Melden Sie sich in branchenrelevanten Foren oder Sozialen-Netzwerk-Gruppen an und steuern Sie dort hilfreiche Informationen bei. Liefern Sie Denkanstöße und bleiben Sie immer (!) freundlich. Denken Sie stets daran: Erst geben, dann nehmen!
- Kommentieren Sie Artikel in relevanten

**Dossier Social Media: Per Eigenmarke zum Job“ auf karrierebibel.de –
Jeden Tag mehr Erfolg!**

Blogs. Nur bloß kein Blabla! Das ist der Lackmestest Ihrer Kompetenz. Wenn Sie dort wiederholt als hilfsbereiter und informierter Experte auftauchen, kommen die Leute später von alleine zu Ihnen.

- Beteiligen Sie sich an Initiativen, die Ihr Thema behandeln und in Ihrem Interesse sind – auch wenn andere Ihnen mit der Idee zuvorkamen. Arbeiten Sie nie gegen Wettbewerber im Netz, sondern mit Ihnen! Der Viraleffekt ist so größer.
- Starten Sie einen Newsletter über Ihre Themen.
- Schreiben Sie ein Buch – oder ein eBook, dass Sie auf Ihrer Webseite kostenlos zum Herunterladen anbieten. Erzählen Sie ruhig von dessen Erscheinung – via Twitter, Blog oder Pressemitteilung.
- Überlegen Sie, wie Sie Ihr Wissen mit anderen teilen können. Starten Sie etwa auf Ihrer Webseite ein Diskussionsforum zu Ihren Themen.
- Weisen Sie Ihre Leser auf empfehlenswerte Produkte oder Webseiten von Kollegen hin. Die werden sich darüber freuen – und sich vielleicht revanchieren. Rechnen Sie aber nie damit!

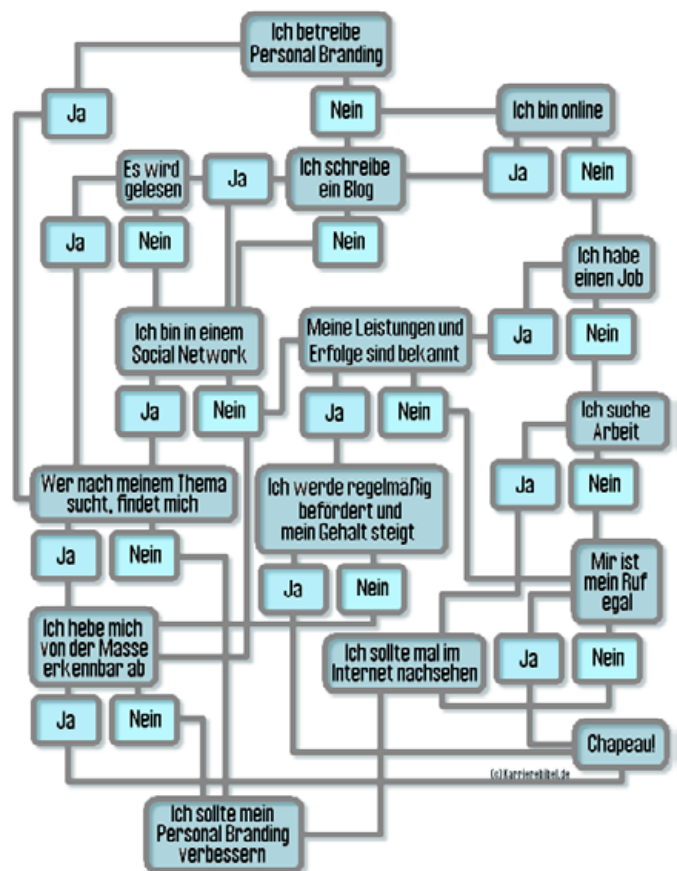
Medieneinsatz

- Erstellen Sie Studien, Umfragen oder andere nachrichtenträchtigen Ergebnisse und geben Sie diese an die Presse und befreundete Mitstreiter.
- Geben Sie Interviews! Bieten Sie ebenso relevante wie amüsante Themen an.
- Schreiben Sie Gastbeiträge in prominenten Blogs mit Multiplikatorenwirkung (das müssen nicht immer die Ranglisten-Besten sein).
- Starten und moderieren Sie Experten-Chats zu Ihrem Thema. Versuchen Sie damit in erster Linie anderen zu helfen oder brennende Fragen zu beantworten!
- Führen Sie Interviews mit prominenten Vertretern, Trendsettern, Zelebritäten aus Ihrer

Branche und publizieren Sie diese über Ihre Kanäle.

- Besuchen Sie einschlägige Messen, Kongresse, Camps – und berichten Sie darüber (per Artikel, Interview, Podcast, auf Video).
- Eröffnen Sie ein [Wiki](#) und bauen Sie dort mit anderen eine stetig wachsende Datenbank.
- Geben Sie anderen Menschen aus Ihrer Branche einen Grund über Sie etwas Positives zu berichten. Der beste Grund ist: Sie helfen wirklich!

Das Flussdiagramm zum Personal Branding



Printed with Click here to send your feedback

Dossier Social Media: Per Eigenmarke zum Job“ auf karrierebibel.de – Jeden Tag mehr Erfolg!

Per Twitter zum Job



Es gibt sie tatsächlich: Menschen, die über [Twitter](#) einen neuen Job gefunden haben. Und Ihre Zahl steigt. “Aber wie soll das gehen?“, fragen Sie sich vielleicht gerade. Eine Bewerbung, die nicht länger als 140 Zeichen

ist? Unmöglich. – Von wegen! Bevor es über ein paar handfeste Tipps geht, hier allein drei Beispiele – allesamt in klassischer Tweetlänge:

- **ICH Jetzt verfügbar: Kreativer, Analyst, Umsetzer. Belastbar, engagiert, couragiert. Suche neue Herausforderung im Telekom-Bereich**
- **ICH Projektmanager sucht neuen Job. Lebenslauf: <http://tinyurl.com/0815xyz>, Xing: <http://tinyurl.com/0815xyz>**
- **ICH Poliglottes Allroundtalent, fit in c++, java, php, perl, Englisch fließend, Abschluss in Karlsruhe, 2 Jahre on Job, jetzt on Jobsuche**

Aber wie gelingt das nun, via Twitter einen Job zu finden?

Letztlich brauchen Sie dazu nicht mehr als vier Schritte:

8. **Profilieren.** Melden Sie sich bei Twitter an und legen Sie sich ein individuelles und unverwechselbares Profil zu. Kurz: Bauen Sie auch hier zuerst eine Eigenmarke auf. Dazu gleich mehr.
9. **Folgen.** Folgen Sie nicht nur Ihren Freunden oder Leuten, die Sie schon kennen, sondern gezielt Mitarbeitern aus jenen Unternehmen und Branchen, die Sie interessieren. Lernen Sie so, was die Experten in der Szene umtreibt, reagieren Sie darauf,

retweeten Sie die interessantesten Beiträge und nehmen Sie zu den Leuten auch direkt per @Reply oder Direct Message Kontakt auf. Einige davon dürften dann auch Ihnen zurückfolgen und haben Sie damit auf dem Radar.

10. **Präsentieren.** Zeigen Sie auf Twitter Ihre Stärken und Interessen, posten Sie Links zu interessanten Artikeln und Fachbeiträgen – auch eigenen. Helfen Sie anderen Twitterern mit Wissen und Kontakten. Das wird wiederum Ihre Gefolgschaft mitbekommen: Ihre Reputation steigt, ebenso der Sympathiewert. Entscheidend dabei ist allerdings, dass Sie nicht nur Belanglosigkeiten twittern und es mit dem Selbstmarketing nicht übertreiben. Dann nervt es nur noch.
11. **Verlinken.** Setzen Sie immer wieder Links zu Ihrer Webseite, Ihrem Blog oder Ihrem Netzwerk-Profil etwa bei Xing oder Facebook. Und geben Sie schon im Hintergrundbild Kontaktoptionen zu Ihnen an. Eventuell auch einen subtilen Hinweis auf Ihre Jobsuche.

Bevor es losgeht: Das Profil

- Sichern Sie sich zuerst Ihren vollen Namen auf Twitter. Da Twitter bei Suchmaschinen hoch rangiert, ist dies ein wichtiger Baustein für Ihr Personal Branding. Beeilen Sie sich damit. Jeden Accountnamen gibt es nur einmal. Kommt Ihnen ein Namenszwillung zuvor, haben Sie nachhaltig Nachteile. Haben Sie schon einen Markennamen, sollten Sie den ebenfalls registrieren.

Dossier Social Media: Per Eigenmarke zum Job“ auf karrierebibel.de – Jeden Tag mehr Erfolg!



Jochen Mai

@karrierebibel Köln / Kerpen
Journalist, Autor, Ressortleiter Management & Erfolg
(WirtschaftsWoche)
<http://karrierebibel.de>

- Bevor Sie mit dem Zwitschern loslegen oder anderen Nutzern folgen, sollten Sie unbedingt Ihr Profil vollständig ausfüllen. Das Wichtigste: Ein gutes Foto von Ihnen, auch Avatar genannt. Da es im Profil immer links oben angezeigt wird, sollten Sie darauf leicht nach rechts (in die Seite hinein) schauen. Das wirkt freundlicher. Natürlich können Sie auch ein neutrales Logo wählen. Wer sich dort jedoch als Person eine Marke aufbauen will, sollte sich an dieser Stelle nicht hinter Symbolen verstecken. Wählen Sie dabei unbedingt einen kontrastreichen Porträt-Ausschnitt. Der Avatar wird später ebenso in den Profilen der Menschen angezeigt, die Ihnen folgen – da jedoch in 24 mal 24 Pixelgröße. Prüfen Sie also vorher, ob das Bild auch noch im Fingernagelformat gut aussieht.
- Im Profil selbst, geben Sie Ihren Klarnamen, Ihren Standort und einen Link zu Ihrer Webseite an. Falls Sie keine Webseite oder Blog betreiben, verlinken Sie zumindest Ihr Profil in einem Sozialen Netzwerk wie [Xing](#) oder [Facebook](#). Achtung: Es gibt inzwischen einige Nutzer, die an dieser Stelle [Bit.ly](#)-Links einfügen. Das ist ein Verkürzungsservice für URLs, der zu jedem Link auch Statistiken liefert, wie oft oder von wem diese geklickt wurden. Wir raten davon ab: Für Sie mag das ein Vorteil sein – für Ihre Twitter-Follower aber ist völlig unklar, wohin der Link führt. Theoretisch kann er zu einem unseriösen Angebot leiten. Gerade wenn man Sie noch nicht kennt, sollten Sie deshalb lieber mit offenen Karten spielen.
- Im Profil können Sie zusätzlich eine Kurzbiografie von sich in maximal 160 Zeichen

Länge abgeben. Auch diese Chance sollten Sie nutzen – keiner kauft gerne die Katze im Sack. Umreißen Sie also mit aussagekräftigen Stichwörtern kurz Ihr Spektrum. Gut sind auch ein bis zwei extraordinäre Signalewörter, die neugierig machen.

- Nachdem Sie Ihr Profil vollständig ausgefüllt haben, sollten Sie sich noch Gedanken über Ihr Hintergrundbild machen. Das Motiv gibt Ihnen nicht nur die Chance, Ihr Profil weiter zu personalisieren, sondern auch mehr Aussagen über sich zu treffen. Dort können Sie zum Beispiel zusätzlichen Text integrieren und – falls Sie mögen – auch Ihre E-Mail-Adresse, Handynummer oder weitere URLs angeben (die dann allerdings nicht klickbar sind). Ebenso haben Sie die Chance, durch Fotos subtile Aussagen über sich zu machen: Ein Foto, bei dem Sie ein Mikro in der Hand halten und im Rampenlicht stehen, deutet etwa auf einen gefragten Redner hin. Vergessen Sie bei allem aber nicht, dass Sie nur die Randbereiche des Bildes von jeweils rund 300 Pixeln gestalten können: Der Raum dazwischen wird immer von Ihren Tweets verdeckt.

Techniken zum Markenaufbau

- Beginnen Sie damit anderen Menschen zu folgen. Mit [Twitter Search](#), der Suchmaschine für Twitter können Sie nach bestimmten Leuten oder Twittereinträgen suchen, ebenso funktionieren [TweetScan](#) oder [Twazzup](#).

[Twollow](#) wiederum erlaubt Ihnen, Twitterern, die über bestimmte Stichwörter plaudern, automatisch zu folgen. Das ist praktisch, falls Sie das Gezwitscher über Ihre Marke verfolgen wollen. Doch Vorsicht: Wenn Sie zu allgemeine Schlüsselbegriffe wählen, folgen Sie bald sehr vielen Accounts und werden von anderen als Spammer betrachtet, weil Sie vielen folgen, ohne zu kommunizieren. Viele weitere Tipps finden Sie aber auch in dieser [140-Tools-Liste](#).

**Dossier Social Media: Per Eigenmarke zum Job“ auf karrierebibel.de –
Jeden Tag mehr Erfolg!**



- Unter Ihren Profil-Einstellungen (settings“) sollten Sie in der Rubrik Notices“ ein Häkchen bei dem Punkt Email when someone starts following me“

machen. Dann bekommen Sie automatisch eine Mail, sobald Ihnen jemand Neues folgt. Schauen Sie sich dessen Profil an, worüber er oder sie schreibt und folgen Sie der Person gegebenenfalls zurück. Das sorgt dafür, dass Ihr Netzwerk viral wächst.

- Dieser Tipp klingt vielleicht ungewöhnlich: Schreiben Sie anfangs nicht zu oft. Natürlich wollen Sie sich in der Community etablieren. Das versteht jeder. Aber dazu gehört auch, dass Sie Ihren Ruf allmählich aufbauen. Sie kommen sonst schnell in den Ruch eines Spammers. Willkommen sind anfangs vor allem Posts, die eine persönliche Note haben – und keine Werbung enthalten! So erfahren Ihre Follower erst einmal, was Sie für ein Typ sind.
- Twittern Sie regelmäßig am Tag, zum Beispiel morgens gegen 10 Uhr und abends nach 20 Uhr. Solche Frequenzen helfen beim Markenaufbau und erzeugen eine Art Einschaltquote. Nur bitte zwitschern Sie dann nichts Belangloses, wie: Gerade Kaffee gemacht“ oder Gehe jetzt ins Bett“. Finden Sie lieber heraus, was Ihre Verfolger interessiert und twittern Sie darüber. Was immer geht: Links zu neuer Software, zu nützlichen Webtools, lesenswerte Artikel.
- Falls Sie vorhaben, jedes Mal einen Hinweis zu twittern, dass Sie einen neuen Artikel in Ihrem Blog veröffentlicht haben, dann übertreiben Sie es damit bloß nicht. Ihre Leser möchten nicht das Gefühl haben, einen Werbekanal abonniert zu haben. Ihre

Tweets sollten stets eine gesunde Mischung sein aus Persönlichem, Nützlichem (für die Leser) und etwas Markenpflege.

- Stellen Sie Fragen. Es ist ein Irrglaube, dass man sich in solchen Netzwerken ausschließlich als Experte darstellen muss. Gestehen Sie ruhig ein paar Schwächen ein und bitten Sie um Rat. Die Erfahrung zeigt: Ab 200 Followern, erhalten die meisten Nutzer binnen 10 Minuten mindestens drei Antworten. Und diese Hinweise sind in aller Regel den aus Suchmaschinen überlegen, weil sie von intelligenten Menschen persönlich ausgewählt wurden.
- Aber auch umgekehrt gilt: Beantworten Sie immer (!) direkte Fragen, die an Sie gerichtet sind (das sind jene, die mit dem @-Zeichen beginnen). Solche Fragen sind ein Kompliment an Ihre Expertise. Sie zu ignorieren, zeugt von Arroganz und mangelndem Respekt gegenüber dem Netzwerk.
- Wiederholen Sie interessante Tweets von anderen Mitgliedern durch sogenannte Retweets (Kürzel: RT). Machen Sie dabei die Quelle kenntlich, indem Sie nach dem RT mit @ den Urheber nennen. Erst danach folgt der eigentliche Text. Dreifacher Effekt: Der Absender freut sich über Ihre Anerkennung, Ihre Leser freuen sich über nützlichen Input, Sie selbst offenbaren sich als wachsamem und gut informierten Netzwerker.

Markenaufbau für Fortgeschrittene



- Setzen Sie gezielt sogenannte Hastags. Das sind Stichwörter nach denen Suchmaschinen vorrangig stöbern. Indem Sie ein # unmittelbar vor ein Wort schreiben, deklarieren sie es als solchen Suchbegriff. Vorteil: Wann

mittelbar vor ein Wort schreiben, deklarieren sie es als solchen Suchbegriff. Vorteil: Wann

**Dossier Social Media: Per Eigenmarke zum Job“ auf karrierebibel.de –
Jeden Tag mehr Erfolg!**

immer jemand danach fahndet, findet er Ihre Textnachrichten dazu und wird auf Sie aufmerksam. Twilert.com ist übrigens eine Art GoogleAlert für Twitter. Der Dienst macht Sie per Mail darauf aufmerksam wer über die von Ihnen benannten Suchbegriffe twittert. So merken Sie, was ankommt und werden Sie vielleicht sogar auf neue Kontakte aufmerksam.

- Halten Sie Ihre Tweets kurz genug, dass andere sie retweeten können. Bedenken Sie, dass Ihre Leser dabei noch “RT @IHR-NAME” davor setzen müssen.
- Twitern Sie von Veranstaltungen auf denen Sie sind: Konferenzen, Messen, Workshops. Das hat gleich zwei Effekte: Ihre Follower sehen wie umtriebig Sie sind. Wer ebenfalls gerade dort ist, kann unkompliziert zu Ihnen Kontakt aufnehmen oder Sie spontan treffen. Auch wenn Twitter virtuell ist: Der Viraleffekt Ihrer Marke ist viel größer, wenn Sie die Leute auch persönlich kennen.
- Integrieren Sie Ihren Twitternamen auf Ihrer Visitenkarte. Schließlich soll man Sie als Experte wahrnehmen und mit Ihnen kommunizieren. Genau dazu sind Visitenkarten da, und Twitter auch.
- Betreiben Sie auch Markenkontrolle und ob und was über Sie geredet wird. Ein generell wichtiges Instrument dazu ist der sogenannte [Google-Alert](#). Diesen Dienst können Sie bei Google kostenlos einrichten und diverse Stichwörter eingeben, die überwacht werden sollen – etwa Ihr Name, Ihr Markenname oder die Kombination aus beidem. Sobald jemand darüber im Netz etwas schreibt, bekommen Sie automatisch eine Mail mit einem Link zu der Fundstelle.
- Ein zweiter Weg, speziell für Twitter, ist Tweetdeck.com. Diese kostenlose Software können Sie auf Ihrem Rechner installieren und darüber sehr komfortabel sämtliche Twitterfunktionen nutzen. Weiteres Plus: Tweetdeck ermöglicht Ihnen zu einzelnen Stichwörtern sogenannte Kolumnen an-

zulegen. Dort werden dann alle Tweets laufend aktualisiert, die diese Begriffe enthalten. So behalten Sie im Blick, wer über Sie etwas zwitschert, ohne Sie direkt anzusprechen. Sollten Sie Tweetdeck nicht mögen: Tweetbeep.com ist ein webbasiertes Werkzeug mit vergleichbarer Funktion.

Per Facebook zum Job

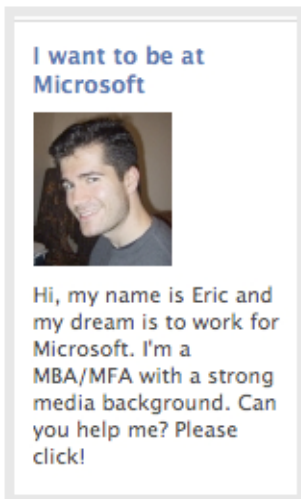


40 Prozent der deutschen Arbeitnehmer halten Netzwerke wie Xing, Twitter oder Facebook inzwischen für enorm wichtig zur persönlichen Markenbildung, aber auch für das berufliche Fortkommen. Das

ist das Ergebnis der Studie Global Workforce Index, für die der Personaldienstleister Kelly Services Ende 2010 weltweit rund 134.000 Arbeitnehmer, davon mehr als 2000 aus Deutschland, befragt hat. Im internationalen Vergleich bewegen sich deutsche Arbeitnehmer damit im Mittelfeld. Weit vorn liegen überraschenderweise die Mexikaner: Dort nutzen schon 54 Prozent der Arbeitnehmer soziale Netzwerke, um ihre persönliche Marke zu pflegen.

Zwar wird Facebook von den meisten Nutzern noch immer als überwiegend privat eingestuft. Doch heißt das nicht, dass sich darüber nicht auch Jobs suchen ließen. Seit Kurzem gibt es auf Facebook eine neue App namens [BranchOut](#), die in den USA bereits *LinkedIn light* genannt wird. Die Funktionsweise von BranchOut ist schnell erklärt: Facebook-Nutzer können in Ihren Profilen Angaben zu bisherigen und jetzigen Arbeitgebern machen. BranchOut greift mit deren Erlaubnis auf diese Daten zu und zeigt auf Wunsch alle Freunde an, die bei einem bestimmten Unternehmen arbeiten. Mit der Erlaubnis Ihrer Bekannten greifen Sie auch auf die Daten von Freundesfreunden zu. Auf diese Weise haben Sie schnell ein beachtliches Jobnetzwerk mit direkten Firmenkontakten aufgebaut. Darüber hinaus gibt es aber noch weitere, kreative Wege, wie sich Facebook zur Jobsuche einsetzen lässt

**Dossier Social Media: Per Eigenmarke zum Job“ auf karrierebibel.de –
Jeden Tag mehr Erfolg!**



Zum Beispiel [Eric Barker](#). Der einst arbeitslose College-Absolvent wählte einen besonders ungewöhnlichen Weg, um sich bei seinem Traumarbeitgeber – Microsoft – vorzustellen: Er schaltete eine [Facebook-Anzeige](#) (siehe Abbildung rechts). Das Ganze kostete ihn rund 50 Dollar und eine halbe Stunde Arbeit, erzeugte im Netz aber jede Menge Buzz. Barker wurde berühmt – und



gleich mehrere Arbeitgeber auf ihn aufmerksam. Oder wie er selbst sagt:

Oder [Wiebke](#) aus Düsseldorf. Die Marketing-Fachfrau verwandelte ihr [Facebook-Profil](#) in eine öffentliche Bewerbung und sucht darüber einen neuen Job. Die Idee kam ihr, wie sie selbst sagt, “ziemlich spontan” und weil ihr das Anmelden bei sämtlichen Jobportalen zu mühselig war. Die besten Stellen würden sowieso über Kontakte besetzt – was also sei da näher dran als Facebook? Immerhin: Mehr als 100 Unterstützer hat sie dafür schon gefunden. Sie selbst beschreibt sich im Profil so:

“ I thought it would be unconventional and innovative. The old model of marketing is changing. It’s trickier to reach people and to reach people effectively. I took this to heart not just in my marketing work, but in how I market myself. Facebook was the perfect place for me to put my ad. It gets enormous traffic, it’s inexpensive, allows you to precisely target your advertising, and provides you with solid metrics with which to track your efforts. Plus I think people enjoy going there, spend a lot of time there, and are in a good mood while they’re on the site. And most importantly: nobody else was doing what I was doing. That was key.

“ Als neugierige Marketing-Allrounderin möchte ich keinen modernen Weg der Jobsuche auslassen! Ich suche ab sofort einen neuen Job im Großraum Düsseldorf / Köln. Zu meinen persönlichen Stärken gehören Teamfähigkeit, Kreativität, ein hohes Maß an Organisationstalent, eine aufgeschlossene Persönlichkeit und Hands-on-Mentalität sowie Verhandlungsgeschick und Kostenbewusstsein.

Click here to send your feedback



Printed with

**Dossier Social Media: Per Eigenmarke zum Job“ auf karrierebibel.de –
Jeden Tag mehr Erfolg!**

Bewerbung per Google-Anzeige. Zu überschaubaren Kosten von 100 bis 200 Euro können Sie auch über das Google-Adwords-Programm kleine Textanzeigen zu Schlüsselbegriffen schalten und die damit verbundenen Links auf Ihr Netzwerk-Profil oder die eigene Webseite lenken. Vorteil: Sie können die Kosten kontrollieren und zugleich über diverse Tools die Erscheinungsorte der Stellenanzeige optimieren. Nachteil: Sie locken so auch jede Menge Schaulustige und Spammer an. Die Chance, dass darunter ein passender Personalchef mit Jobangebot ist, dürfte zwar gering sein. Die Masche funktioniert aber vor allem wegen ihrer viralen Wirkung: Wenn Sie eine besonders kreative Banner-Kampagne entwickeln, sorgt das für kräftig Buzz im Netz und viele Medien und Blogs werden über Sie berichten.

der sich in seiner Arbeitslosigkeit zurücklehnt“, sagt Antes.



Per Dankbarkeit zum Job. Es ist die Geschichte von Rafael J. Hernandez, der seinen Job bei einer Agentur verlor. Das allein wäre nichts besonders. Doch Hernandez entschied sich, wegen der Kündigung nicht narzistisch gekränkt und wutschnaubend alle Türen hinter sich zuzuschlagen. Stattdessen schrieb er seinem Ex-Boss einen Brief – und zwar einen sehr netten. Darin bedankte er sich für die Chance, für diese Agentur eine zeitlang arbeiten zu dürfen, für die gute Zeit und die vielen Dinge, die er dabei lernte. Der Brief verfehlte seine Wirkung nicht: Über seine ehemaligen Kollegen hörte Hernandez, dass sich sein ehemaliger Chef über so viel menschliche Größe und das nette Lob sehr gefreut hätte. Deswegen bekam er den Job zwar noch nicht zurück, blieb aber in positiver Erinnerung. Und tatsächlich: Jahre später, wurde Hernandez wieder arbeitslos. Doch als sein Ex-Chef davon hörte, meldete der sich sofort bei ihm. Sein Brief blieb ihm über all die Zeit im Gedächtnis – und nun bot er

Das Auto als Suchanzeige. Lars Antes hat das so gemacht. Nach einer Banklehre und ein paar Stationen als Kundenbetreuer bei Werbefirmen wurde der damals 26-jährige durch die Wirtschaftskrise arbeitslos. Infolgedessen funktionierte er seinen Smart zur rollenden Bewerbungsmappe um: Darauf klebte er sein Konterfei, ein paar Qualifikationen aus seinem Lebenslauf sowie ein Link zu seiner Webseite [Smarte-Bewerbung](#). Ich bin nicht der Typ,

Printed with  Click here to send your feedback

**Dossier Social Media: Per Eigenmarke zum Job“ auf karrierebibel.de –
Jeden Tag mehr Erfolg!**

ihm einen neuen Job an, sogar zu besseren Konditionen.

So optimieren Sie Ihr Xing-Profil



Das *perfekte* Profil gibt es natürlich nicht. Aber es gibt einige Punkte, die sich beim Anlegen eines solchen Accounts verbessern lassen – nicht zuletzt, weil Sie professioneller wirken und Ihre Online-Reputation verbessern helfen.

neller wirken und Ihre Online-Reputation verbessern helfen.

12. **Das Foto.** Für das Foto in einem virtuellen Netzwerk gelten zunächst dieselben Regeln wie für Bewerbungsfotos auch: Die Qualität muss stimmen. Bitte keine Urlaubsschnappschüsse, sondern ein möglichst aussagekräftiges Porträt von einem Profi gemacht. Ob in Farbe oder Schwarzweiß ist Geschmacksache. Monochrome Bilder wirken eleganter, können aber auch manieriert aussehen; Farbfotos dagegen sind authentischer, je nach Beleuchtung aber auch misstönend. Am besten Freunde fragen, welche Alternative sie sympathischer finden. Das Motiv selbst zeigt Sie idealerweise im Halbprofil, dazu etwas Schulterpartie. Damit das Gesicht nicht glänzt, vorher abpudern oder mit Klopapier sanft abreiben. Und da bei Xing das Foto immer links im Profil steht, sollten Sie nach rechts schauen – also in die Seite hinein. Alles andere sieht so aus, als würden Sie sich von Ihrem eigenen Profil distanzieren. Achten Sie auch auf den Hintergrund. Der sollte möglichst neutral sein und zum Rest passen. Das Wichtigste aber ist: Lächeln Sie! Diverse Studien zeigen, dass Lächeln sofort sympathischer macht und dass Lächler in solchen Netzwerken häufiger angesprochen werden sowie leichter Freunde finden als Stinkstiefel.

Die schlimmsten Profil-Floskeln

Rang	Phrase	Nennungen
1	Innovativ	2144
2	Teamplayer	1813
3	Dymanisch	1435
4	Proaktiv	1214
5	Erfahren	1194
6	Motiviert	1079
7	Unternehmerisch	698
8	Erfolgreich	586
9	Ergebnisorientiert	284
10	Zielorientiert	192
11	Mehrwert	170
12	Auf dem neuesten Stand	130
13	Weiterentwickelt	128
14	Problemlöser	123
15	Selbstständig	112
16	Fähigkeiten	101
17	Hochqualifiziert	95
18	Multitasker	82
19	Strategischer Denker	59
20	Schnellllerner	53

Dossier Social Media: Per Eigenmarke zum Job“ auf karrierebibel.de – Jeden Tag mehr Erfolg!

Quelle: [Linkedin](#)

- **Die Kurzbeschreibung.** Gleich neben Ihrem Foto und unter Ihrem Namen stehen ein paar Stichwörter zu Ihrer Ausbildung und der aktuellen Position. Die Daten werden häufig völlig unterschätzt. Schauen Sie bitte einmal nach, wie Profile in Xing-Foren oder bei internen Suchanfragen dargestellt werden: Neben dem Foto und dem Namen erscheint immer auch eine Erklärzeile – eben jene Kurzbeschreibung. Das ist also vielleicht das erste, was Fremde von Ihnen lesen. Nun arbeiten nicht alle bei Unternehmen, die jeder kennt. Manche Unternehmensnamen bestehen sogar nur einer kryptischen Buchstabenfolge. Darunter kann sich niemand etwas vorstellen. Also macht es auch nicht neugierig. Überlegen Sie deshalb genau, was bei Ihnen erscheinen soll, falls man nach Ihnen sucht. “Abteilungsleiter” ist unspannend (Wo denn?) und macht auch nicht neugierig. Gleiches gilt für Anglizismen vom Typ “Director of First Impression” (= Empfang). Die schrecken sogar eher ab. Wählen Sie besser eine Beschreibung mit der Außenstehende etwas verbinden und ergänzen Sie das durch etwas Überraschendes. Einen Slogan zum Beispiel. Das mag auf einige befremdlich, kühn und überzogen wirken, bleibt aber haften.
- **Ich suche.** Die Rubrik “Ich suche” ist leider bei vielen Profilen ein einziges Dokument der Langeweile. Absolut tabu ist die Floskel “nette Kontakte”. Erstens schreiben das Krethi und Plethi auch; zweitens ist das redundant. Wenn Sie niemanden kennenlernen wollen, was machen Sie dann bei Xing? Eben. Noch schlimmer wird es, wenn sie dann bei “Interessen” auch noch “Netzwerken” angeben. Sehr kreativ! Auch hier gilt: Gehen Sie lieber ins Detail, füllen Sie alle Felder möglichst unterschiedlich und ungewöhnlich aus und überraschen Sie – zum

Beispiel mit einem indirekten Bekenntnis.

- **Ich biete.** Die Rubrik ist gleich doppelt interessant. Zum Einen ist dieser Teil der originäre Platz zur Selbstvermarktung. Hier sollte stehen, was man von Ihnen erwarten kann, welche Stärken Sie mitbringen, wo mögliche Anknüpfungspunkte für eine Kooperation sind. Weil das leicht in profilneurotisches Phrasengeschwurbel abdriften kann (und der Leser dann sofort abschaltet), sollten Sie zwischendurch gedankliche Stolperfallen einbauen. Auch das macht neugierig und hebt Sie aus der Masse empor. Der zweite Punkt ist aber vielleicht noch wichtiger: Geben Sie doch bitte mal bei Google Ihren Vor- und Nachnamen sowie das Wort *Xing* ein Vorausgesetzt, Sie haben Ihr Profil öffentlich gestellt, erscheint dort nicht nur Ihr Name und (Achtung!) die erste Zeile aus Ihrer *Kurzbeschreibung*, sondern gleich darunter die ersten 160 Zeichen aus der Rubrik “Ich biete”. Wer auch immer Sie also googelt, wird vermutlich diese Zeilen zuerst lesen. Entsprechend aussagekräftig und auf Ihre Zielgruppe zugeschnitten sollten sie sein.
- **Die Berufserfahrung.** An dieser Stelle beschreiben Sie Ihren beruflichen Werdegang. Klassischerweise sind das die Passagen, die Headhunter besonders interessieren. Deshalb sollte man ihnen hier auch entsprechendes Futter bieten: Also nicht nur eine reine Aufzählung von Stationen, sondern auch ein paar Prestigeprojekte, Erfolge, Einzelheiten, die spezifische Kompetenzen erkennen lassen.
- **Die Freunde.** Nicht die Anzahl der bestätigten Kontakte ist entscheidend, sondern deren Qualität. Überlegen Sie sich genau, wen Sie in Ihr sichtbares Netzwerk aufnehmen. Denn dessen Image färbt zwangsläufig auch auf Ihres ab. Gleiches gilt für die Auswahl: Wer dort nur attraktive Frauen sammelt, gibt das Bild eines verzweiferten Aufreißers ab. Eher sollten Sie sich bemühen, wichtige

**Dossier Social Media: Per Eigenmarke zum Job“ auf karrierebibel.de –
Jeden Tag mehr Erfolg!**

Entscheidungsträger Ihrer Branche, aber auch relevante Führungskräfte von Kunden und Geschäftspartnern in Ihr Netzwerk zu integrieren. Die sublimen Botschaft: *Ich bin mit denen auf Augenhöhe und habe Einfluss.*

- **Web.** In dieser Rubrik können Sie weitere Profile von sich im Internet verlinken – und das sollten Sie auch. Aus zwei Gründen: Erstens verschafft das den Ihren Webseiten den sogenannten Googlejuice: Sie werden für Suchmaschinen aufgewertet (weshalb Sie umgekehrt von dort auch auf das Xing-Profil verlinken sollten, das dann ebenfalls an Bedeutung gewinnt). Damit wächst zugleich Ihr Schutz vor künftigen Reputations-Attacken im Web. Zweitens können Sie so Ihr Portfolio erweitern. Der Platz zur Selbstdarstellung ist auf sozialen Netzwerk-Plattformen nun mal begrenzt. Ebenso die Option, Ihre Kreativität oder Vielseitigkeit unter Beweis zu stellen. Zeigen Sie also ruhig auch an anderen Stellen im Web, was Sie können. Etwa, wie Sie mit Lesern Ihres Blogs kommunizieren, welche Webseiten Sie auf Twitter empfehlen oder welche Bücher Sie bei Amazon schon gelesen und rezensiert haben.
- **Über mich.** Dieses meist stiefmütterlich behandelte Feld wird häufiger durchsucht als viele glauben. Nicht zuletzt, weil man dort privatere Informationen vermutet. Interessanterweise kann dieses Feld auch mit HTML-Befehlen formatiert werden, so dass es sofort individueller aussieht. Wer dort auch noch seine Anschrift, Telefonnummer oder private E-mail-Adresse angibt, ermöglicht so auch Nicht-Premium-Mitgliedern ihn direkt zu kontaktieren. Und natürlich können dort ebenfalls weitere Webseiten verlinkt werden, was deren Wert weiter steigert.
- **Mitgliedschaft in Gruppen.** Für Xing-Gruppen gilt dasselbe wie für Ihre Kontakte. Indirekt sagen Sie damit, wofür Sie sich interessieren und engagieren. Achtung: Letzteres ist ambivalent. Wer beispielsweise

nachweislich tagsüber mehrere Stunden in solchen Foren verbringt (und das lässt sich leicht anhand der Anzahl der Einträge recherchieren), hat womöglich sonst nichts zu tun – oder hat und tut es trotzdem nicht. Beides zeichnet nicht gerade Leistungsträger aus. Blöde Foren-Kommentare übrigens auch nicht.

- **Pflegen Sie Ihr Profil regelmäßig.** Schmeißen Sie zweifelhafte Kontakte raus, aktualisieren Sie Ihre Daten, überarbeiten Sie Gruppenmitgliedschaften. Das alles in dem Bewusstsein, das dies Ihre Bühne ist, auf der eine 24-stündige Vorstellung läuft. Jeden Tag.