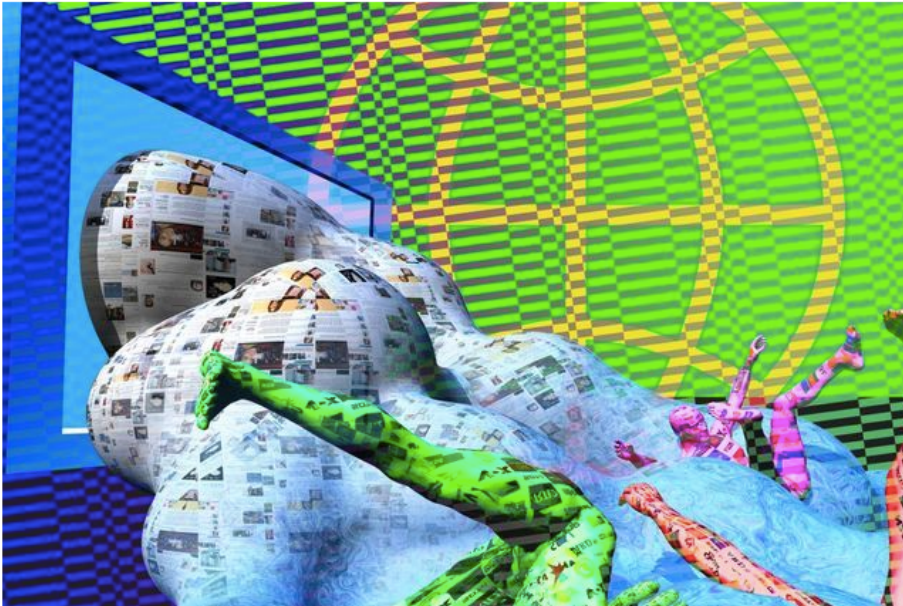


# Karrieretipps eines Profis

«Fish where the fish are» – so lautet das Motto des Headhunters Hans Hofmann. Deshalb spielen Facebook und Twitter eine wichtige Rolle in der Personalsuche.



Wie findet man seinen erfolgreichen Platz in der grossen Datenflut? Das anlässlich eines «Mediahubs» von Hans Hofmann & Partner mit Markus Tellenbach zum Thema Konvergenz entstandene Bild gilt auch für Social Media. (Illustration: Hanspeter Graf)

Von Hans Hofmann

03.10.2012

Die besten Aussichten auf einen guten Job hat, wer der Sicht des Arbeitgebers begegnet. Als Headhunter zitiere ich deshalb bewusst einen Personaler auf Unternehmensseite: An einem unserer «Mediahub»-Anlässe – wir sind auf gehobene Jobs in

## Stichworte

[Social Media Week](#)

[Facebook](#)

[Youtube](#)

[Twitter](#)



Headhunter: Hans Hofmann.  
Bild: zvg

 **Tweet** 24

10

1

## Feedback

Tragen Sie mit

[Hinweisen](#) zu diesem

Artikel bei oder melden

Sie uns [Fehler](#).

der Mediabranche spezialisiert – zog Nico Rose von Bertelsmann zum Thema «Social Media Recruiting» das Fazit «fish where the fish are» – fische, wo die Fische sind.

So einfach ist es im Grunde. Während der aufmerksame Arbeitgeber am besten schaut, wo sich die interessantesten Kandidaten bewegen, achtet der Jobsuchende mit Vorteil darauf, wo der mögliche Arbeitgeber gerade im Netz aktiv ist. Denn ein objektives Kriterium, welches bei den vielen Vernetzungstools das beste ist, gibt es nicht. Das beste ist immer das, das die Zielperson gerade benutzt.

### Die Suche nach der effizienten Kombination

Nach der reinen Lehre, nach der Idealvorstellung der Kommunikationsexperten, sollte man jedes einzelne Netzwerk eine Stunde pro Tag pflegen. Dumm nur: Bei all den potenziell interessanten Netzwerken kommt man damit gar nicht mehr zum Arbeiten. Was ja nicht wirklich das ist, was die Karriere fördert! Ebenso tückisch ist der oft damit verknüpfte Tipp, man solle sich halt auf nur ein Netzwerk beschränken, für das man wirklich Zeit hat. Denn damit ist man beim Problem, dass durch die Konzentration auf ein bestimmtes Mittel der eigentliche Zweck aus den Augen verloren wird – wie schon Friedrich Nietzsche philosophierte: «Viele sind hartnäckig in Bezug auf den einmal eingeschlagenen Weg, wenige in Bezug auf das Ziel.»

Zielführend könnte eine flexible Kombination von Tiefe und Breite sein. Einerseits einen Schwerpunkt setzen, den man konsequent aktualisiert (es gibt nichts Schlimmeres als scheinbar komplette Profile, die dann doch nicht wirklich aktuell sind!) – andererseits vielfältige Anknüpfungspunkte und «Beobachtungsposten», die eine längerfristig gültige Zusammenfassung der beruflichen Ausrichtung enthalten und auf den Ort der ausführlichen Aktualisierung verlinken. Ein persönliches Social-Media-Portal à la About.me hilft zusätzlich bei der schnellen Übersicht und Verwaltung.

### Grenzen so wichtig wie eh und je

Die technologische Stärke der Social Media ist zugleich ihre psychologische Gefahr: Weil alles so locker geht, geht schnell der würdige Auftritt vergessen, der bei der Jobsuche und Karriereentwicklung entscheidend ist. Der Fauxpas-Klassiker, die feuchtföhlichen bis halb nackten Partybilder, welcher jeder halbwegs aufgeweckte Personalchef findet, ist nach wie vor nicht zu unterschätzen. Das vermeintliche Argument, ein munteres Nachtleben nach dem harten Arbeitsalltag sei doch die natürlichste Sache der Welt, zieht nicht. Etwas, was man sieht, hat eine ganz andere Wirkung als etwas, was man weiss. Vielleicht macht ein Vergleich aus dem Privaten dies am deutlichsten: Es ist die natürlichste Sache der Welt, dass auch die Eltern ein aktives Liebesleben haben – aber es ist ebenso natürlich, dass man dieses nicht physisch sehen will.

---

## Zur Person

Hans Hofmann von Hans Hofmann & Partner in Zürich ist seit über 25 Jahren als Headhunter «im Herzen der Medien» aktiv.

---

## Artikel zum Thema

### Digital immer und überall

**Mamablog** **Mamablog** Facebook und Co. sind eine geniale Sache: Mütter können problemlos zwischen Baby- und Kinderpflichten ihr Beziehungsnetzwerk pflegen. Nur mit Fotos posten sollte man etwas vorsichtig sein. [Zum Blog](#)

Von Jeanette Kuster [03.10.2012](#)

### «Anonymität ist Freiheit und unser grundgegebenes Recht»

Für Tobias Leingruber ist Facebook zu mächtig. Deshalb verunstaltet er mit Webgraffiti Profilseiten oder stellt Facebook-Ausweise aus. Alles Kunst, aber zum Schutz der Privatsphäre. [Mehr...](#)

Interview: Christian Lüscher [02.10.2012](#)

### Shitstorm ist ein Begriff der beleidigten Eliten

Andreas Freimüller wurde wegen eines Shitstorms, den er auf Facebook anzettelte, berühmt. Nun erklärt er, wie man als Netzaktivist Konzernen ans Schienbein tritt. [Mehr...](#)

Von Andreas Freimüller [02.10.2012](#)

---

## Dossiers

 **Facebook**

 **Social Media Week**

 **Twitter**

---

Social Media sind, wie der Name sagt, Medien. «Unglücksfälle und Verbrechen» werden stärker beachtet als Good News. Und je peinlicher etwas ist, desto grösser kommt es heraus. Achtung auch auf die Verwischung der Grenzen zwischen privater und beruflicher Sprache. Dokumentiert ist zum Beispiel ein Web-Dialog, bei dem sich eine Jobinteressentin von einer Dame von der Personalabteilung, die nicht innert 10 Online-Sekunden antwortete, mit den Worten «Bitch. Muss off» verabschiedete. Das wars wohl für immer beim betreffenden Unternehmen. Besonders tragisch wirds, wenn die Verwischung der Grenzen sogar auf die Realität übergreift. So tauchte jüngst in Zürich eine Bewerberin beim ersten Gespräch leibhaftig mit Lover und Schosshund auf, quasi wie auf **Facebook**. (FB 83.195 -0.13%)

### «I think» statt nur «I like»

Nebst der modernen «Pflicht», auf den genutzten Social-Media-Kanälen auch brauchbare Hinweise aufs berufliche Profil einzubauen, kann die Kür, sich als aufmerksamer Mitdenker zu zeigen, sicher von Vorteil sein. Die Krux liegt hier allerdings erst recht beim Verhältnis von Aufwand und Ertrag. Denn die übliche Ökonomie der Aufmerksamkeit – «the winner takes it all» – gilt auch in der Welt der Social Media. Am meisten Twitter-Follower, rund 30 Millionen, hat mit Lady Gaga nicht zufällig eine Person, die auch sonst eine begnadete Selbstdarstellerin ist.

Zudem ist eine hohe Social-Media-Präsenz, sobald sie aktiv mit Hirn versehen wird, strapaziös. Es ist zum Beispiel wiederum kein Zufall, dass sich die Schweizer Politikerin mit der höchsten Facebook- und Twitter-Aktivität prompt ein Facebook- und Twitter-befeuertes Burn-out einfiel. Am realistischsten dürfte das Fischen nach geeigneten Einhakmöglichkeiten sein. Wenn Leute aus Unternehmen, die als Arbeitgeber interessant sind, mit viel Liebe und Einsatz Botschaften in die Welt hinaus senden, dann freuen sie sich sicher, wenn eine persönliche und qualifizierte Reaktion darauf kommt.

### Immer der Realität nach

Insgesamt gilt heute wie eh und je: Reale Beziehungen sind durch nichts zu ersetzen. Wenn Social Media persönliche Beziehungen beflügeln, sind sie für Entwicklung und Karriere ein Segen – wenn sie von persönlichen Beziehungen ablenken, sind sie für Entwicklung und Karriere ein Fluch. Als Headhunter konnte ich gerade in den letzten Jahren die Erfahrung machen, dass das persönliche Gespür unersetzlich ist. Denn je unendlicher die Möglichkeiten werden, desto wichtiger ist die schnelle Treffsicherheit, die einem keine Technik der Welt abnimmt, wenn es um die ideale Personal- oder Stellensuche geht. (Tagesanzeiger.ch/Newsnet)

(Erstellt: 03.10.2012, 17:55 Uhr)

Werbung

#### Ihre Kulturkarte



Abonnieren Sie den Carte Blanche-Newsletter und verpassen Sie kein Angebot.