

# Tipps für die digitale Jobsuche

Die Digitalisierung ist längst in den 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 RAV und in den arbeitsmarktlichen Massnahmen schwer mit dem Thema.

Von Frank Sperdin (flowwork.ch, make-a-job.ch), Jobcoach und Laufbahnberater

Immer mehr Arbeitgeber wollen ihr Personal schnell und effizient rekrutieren und nutzen «Matching»-Technologien. In vielen Unternehmen und Verwaltungen kommen daher Bewerbungsmanagementsysteme (ATS, Applicant Tracking Systems) zur Anwendung. Ob sie analog oder digital vorliegen: Bewerbungen werden elektronisch bearbeitet, und der ganze Rekrutierungs- und Einstellungsprozess oder die Personaladministration können durch digitale Tools gesteuert werden. Das ist vielen zwar bekannt. Aber selbst Fachleuten fehlt es oft an methodischen Kenntnissen, wie sich in meinen Kursen zeigt.

## Wichtige Aspekte einer digitalen Bewerbung

Die Basis einer guten Bewerbung ist immer noch ein überzeugendes Anschreiben, ein Lebenslauf sowie ein Dossier mit vollständigen Zeugnissen. Aber neue Bewerbungsformen ergänzen diese Dokumente und werden sie vielleicht einmal ersetzen. So verzichten immer mehr Unternehmen auf Bewerbungsbriefe oder nutzen die One-Klick-Bewerbung. Trotzdem bildet die Erarbeitung einer Bewerbung die Grundlage für digitale Umsetzungen; erst wer sich damit auseinandersetzt, wird fähig, sich erfolgreich zu bewerben. Den Fachpersonen in regionalen Arbeitsvermittlungszentren (RAV), arbeitsmarktlichen Massnahmen (AMM) oder im Sozialwesen empfehle ich, Standards, Linkverzeichnisse und To-do-Listen zu verwenden, wenn sie digitale Medien nutzen wollen. Der vorliegende Text gibt – nach Stichwörtern geordnet – Anregungen dazu:

*Editoren:* Jobagent.ch, lebenslauf.com oder resumup.com bieten interessante Hilfen bei der Erstellung von Bewerbungsunterlagen. So unterstützen Mustervorlagen

oder Assistenten die Erarbeitung der Dokumente. Das ist für Personen mit Sprachschwierigkeiten, wenig Computererfahrung oder einer grossen Handy-Affinität nützlich. In Bewerbungskursen soll dann darauf geachtet werden, dass die entstehenden Unterlagen nicht alle ähnlich aussehen.

*PDF-Erstellung:* Die Umwandlung der Bewerbungsunterlagen aus einem Textprogramm in ein PDF bleibt eine Herausforderung. Vernachlässigt werden oft weniger die technische Anwendung, sondern Aspekte wie Dateizusammenstellung, Dateiname, Dateigrösse, Dateischutz und der praktikable Zugriff auf die PDF-Dokumente etwa über ein Smartphone oder eine Cloud. Aus Bequemlichkeit oder Nichtwissen werden Bewerbungen auch mehrfach verwendet – statt dass sie den Profilen offener Stellen angepasst werden. Im Bereich Arbeitsintegration ist es von Bedeutung, hier gute Anleitungen zu geben und die Umsetzung zu überprüfen.

*E-Mail:* Die Bewerbung per E-Mail ist Standard. Zu beachten ist:

- Keine offenen Textdateien verschicken, immer nur PDF;
- Anschreiben, Lebenslauf oder Diplome mit den richtigen Dateinamen versehen und nicht zu einem Dokument verschmelzen;
- auf die Grösse der Dateien achten (maximal 5 MB);
- eine akzeptable E-Mail-Adresse nutzen;
- die E-Mail-Adresse des Empfängers gemäss Inserat oder Recherche verwenden;
- die Betreffzeile mit Bezug auf das Stelleninserat ausfüllen;
- einen kurzen Text mit Hinweisen auf den Anhang schreiben;
- die Signatur nicht vergessen, evtl. ergänzen mit Links zu LinkedIn- oder Xing-

Profilen oder zu Dokumentationen wie einem Video;

- evtl. eine Lesebestätigung nutzen.
- Zu vermeiden sind Schreibfehler oder Grussabkürzungen. Auch E-Mail-Bewerbungen werden mittels Programmen gescannt; darum ist das stellenrelevante Wording in den Bewerbungsunterlagen ein Muss.

*Online-Formulare:* Viele Stellenanzeigen enthalten Links, die direkt auf ein Online-Formular des Unternehmens leiten. Dieses ist in der Regel ein fester Bestandteil eines betrieblichen ATS und kann gezielt konfiguriert werden: So werden die Filter enger gesetzt, wenn viele Bewerbungen zu erwarten sind. Ratsam ist, Wegleitungen zur Online-Bewerbung des Unternehmens durchzulesen. Beim Ausfüllen von Angaben etwa zur Person oder zum beruflichen Werdegang werden Vollständigkeit, hohe Stellenrelevanz und Fehlerfreiheit erwartet. Anlagen wie Lebenslauf, Brief, Zeugnisse und Diplome werden am Ende des Formulars hochgeladen. Manchmal runden Tests – zum Beispiel eine Übersetzung in eine Fremdsprache – das Verfahren ab. Wer es durchläuft, sollte genügend Zeit einplanen; das gilt auch für die Betreuungspersonen.

Die individuellen Bewerbungskonten werden danach durch die Unternehmen mit Zusatzinfos ergänzt, die für Bewerbende nicht sichtbar sind. Sie helfen den Personalverantwortlichen und dem System, den Prozess zu beschleunigen. So werden Bewerbende mit zu vielen unpassenden Bewerbungen gekennzeichnet; das System löst bei einer nächsten Bewerbung dann eine Absage aus. Umgekehrt werden Bewerbende, die sich zwar überzeugend präsentiert, aber aktuell nicht gepasst haben, «positiv» markiert und später reaktiviert. Konten, die über Online-Formulare

angelegt wurden, sollten nach mehreren Absagen oder bei einem Stellenantritt gelöscht werden. Viele Online-Formulare bieten auch Schnittstellen zu LinkedIn und Xing; werden sie genutzt, sollte überprüft werden, ob das digitale Profil wirklich stellenrelevant ist.

*Job-Suchmaschinen:* Jobportale (job-room.ch, jobs.ch), Suchmaschinen (jobagent.ch, indeed.ch), Branchenplattformen (z.B. pflege-berufe.ch, sozialinfo.ch), spezialisierte Sites (z.B. teilzeitkarriere.com, frauen-jobs.ch) oder Job-Link-Verzeichnisse (job-files.ch, jobagent.ch) – sie alle ermöglichen Suchaufträge, das Hinterlegen von Bewerbungen oder die Nutzung von Assistenzsystemen. Apps für Handys bieten Schnittstellen für eine vereinfachte Bewerbung (One-Click, Mobile Recruiting). Ich empfehle, Indeed und Jobagent sowie branchenrelevante Suchmaschinen zu nutzen.

*Die «andere» Bewerbung:* Eine eigene Website, die Bearbeitung eines Blogs oder – je nach Branche – digitale Fachzirkel sind gute Alternativen zu den genannten Bewerbungsformen. Nützlich sind auch Videobewerbungen oder Kurzvideos, die eine Person bei der Arbeit zeigen. Gerade Letztere haben sich im Bereich Migration, Inklusion oder für Personen mit komplexeren Ausgangssituationen bewährt – eine Aufgabe etwa für Jobcoaches. Vorteil: Die Person muss nicht unbedingt viel sprechen und kann ihre fachlichen Fähigkeiten und Motivation trotzdem überzeugend zeigen. Diese Filme müssen nicht perfekt sein, sind (durch die Stellensuchenden selbst oder Coaches) einfach zu erstellen und können im Netzwerk verbreitet oder via E-Mail (bzw. Cloud) zugänglich gemacht werden. Weiterbildungen dafür bietet zum Beispiel smovie.ch an.

### **Businessnetzwerke – Potenzial für Beratende**

Firmen, die Personal suchen oder überprüfen wollen, konsultieren immer öfter auch Social-Media-Plattformen – in erster Linie LinkedIn und Xing. Personalverantwortliche, Stellenvermittlerinnen oder Fachpersonen der Arbeitsintegration haben mit diesen Netzwerken viele Möglichkeiten,



**Social-Media-Kanäle sind bei der Rekrutierung von Personal die Zukunft. Personen, die Stellensuchende beraten, sollten ihre Möglichkeiten kennen.**

interessante Personen zu suchen, Klientinnen zu unterstützen, Entscheider anzusprechen oder ihr Unternehmen positiv darzustellen. Tatsächlich veröffentlichen viele Schweizer Unternehmen ihre offenen Stellen über diese Kanäle. Seit 2017 gibt es zudem «Jobs on Facebook», in absehbarer Zeit soll zudem «Google for Jobs» auch in der Schweiz aktiviert werden.

Arbeitnehmende können auf den Plattformen recherchieren, Firmen oder Branchenfelder beobachten oder berufliche Netzwerke für die Stellensuche nutzen. In Foren können Meinungen, Sichtweisen oder Anliegen diskutiert werden. In der Schweiz hat LinkedIn etwa 2,2 Millionen Nutzende, Xing etwa eine Million; grundsätzlich empfehle ich, beide Plattformen zu nutzen. LinkedIn hat seinen Schwerpunkt in den Bereichen Industrie, Konzerne, International, Verwaltung und NPO/NGO und ist stark in den Räumen «Greater Zurich Area», Romandie und Tessin. Xing konzentriert sich auf kleinere KMU, nationale Firmen und Freischaffende in der deutschen Schweiz, Deutschland und Österreich. Auf LinkedIn lässt sich mit dem Gratisprofil gut arbeiten, während sich Xing nur mit der Bezahlversion sinnvoll nutzen lässt. Beide Plattformen offerieren Stellensuchenden spezifische Abos, die den Personalverantwortlichen den Zugang zur

deren Person erleichtern. Eine Zusammenstellung von Tipps im Umgang mit LinkedIn und Xing sind auf der Website dieser Zeitschrift zu finden (siehe unten).

Personen, die Stellensuchende unterstützen, sollten sich noch besser mit den genannten Möglichkeiten vertraut machen. Erfolg versprechend ist, gerade für niederschwellige Jobs, im Bereich Migration oder für Menschen ohne Berufsabschluss, ein eigenes Netzwerk aufzubauen und zu nutzen. Zudem haben die Unternehmen und Verwaltungen der Arbeitsintegration selber die Möglichkeit, auf LinkedIn und Xing aktiv zu sein: Beide Plattformen bieten interessante Instrumente dafür. Genutzt werden sie allerdings noch immer kaum, häufig, weil das nötige Umsetzungswissen fehlt. Auch der Leitfaden von Sozialinfo kann hier weiterhelfen.

.....  
**Tipps im Umgang mit LinkedIn und Xing:**  
[www.panorama.ch/zeitschrift](http://www.panorama.ch/zeitschrift) > Download  
> Ausgabe 6/2018 > Seiten 31 und 33  
**Leitfaden «Soziale Arbeit & Social Media»:**  
[www.sozialinfo.ch/dienstleistungen/social-media/leitfaden/](http://www.sozialinfo.ch/dienstleistungen/social-media/leitfaden/)

## 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 ungelernte 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/](http://www.sozialinfo.ch/dienstleistungen/social-media/leitfaden/)

Informationen zu den Angeboten des Autors Frank Sperdin: [www.flowwork.ch](http://www.flowwork.ch)