

**IN 5 SCHRITTEN ZUR "MARKE ICH"**

# **WORK SHEET 4**

**DEINE KLUGE ABGRENZUNG MIT  
EINEM PERSÖNLICHEN  
WIEDERERKENNUNGSWERT  
SCHAFFEN**



**Netzwerk Kadertraining**

# IMPRESSUM

## Herausgeber

Netzwerk Kadertraining GmbH  
Bleichemattstrasse 42  
5000 Aarau  
Schweiz

[www.kadertraining.ch](http://www.kadertraining.ch)

## Geschäftsführung

Mathias Z. Bühler

## Redaktion

Ulrike Clasen

## Projektleitung, Gestaltung

Sandra von Moos

© Netzwerk Kadertraining,  
Dezember 2022  
Alle Rechte vorbehalten



**Netzwerk Kadertraining**

# 1. CANVAS MEINE "MARKE ICH"

Mit Deiner "Marke ich" wirst Du Dich auch als Expert:in zu einem Thema positionieren. Du hebst Dich so von der Masse ab und übernimmst die aktive Steuerung oder Einflussnahme des Themas und andere erkennen an, dass Du Dich in dem Gebiet besonders auskennst. Deine Meinung ist gefragt und Dein Name wird erwähnt, wenn es um das Thema geht. Dann hast Du Dich erfolgreich positioniert. Genau das bereitet diese Übung vor.

Lass Dir genügend Zeit für die Aufgaben. Wenn es Dir schwer fällt ein Canvas Feld zu füllen, dann überspringe dies einfach vorerst und versuche die nächsten auszufüllen. Du wirst merken, dass die Felder teilweise voneinander abhängig sind und Dir die Antworten für das leere Feld später erst einfallen.

Die Fragen hier kannst Du beantworten, wenn Du auf das zurückgreifst, was Du bis jetzt erarbeitet hast.

Jetzt wird es persönlicher und klarer. Dabei ist ganz wichtig, dass Du bei den Antworten immer offen und klar und wahr bleibst. Das ist für den Aufbau einer online Reputation (Ruf einer Person, Unternehmung, Produkt oder Dienstleistung im Internet und auf digitalen Plattformen), dass die Angaben der Wahrheit entsprechen. Hinterfrage dich also kritisch. Nimm bei der Beantwortung der Fragen auch Bezug auf die Übung von Woche drei- Deinem USP.

## Wer bist Du?

---

---

---

---

## Was macht Dich einzigartig?

---

---

---

---

## Welche Ziele verfolgst Du, privat und beruflich?

---

---

---

---

# CANVAS MEINE "MARKE ICH"

Was sind Deine Stärken?

---

---

---

Wofür brennst Du?

---

---

---

Was ist Dein Thema?

---

---

---

Wer ist Deine Zielgruppe? Mit wem willst Du Dich zusammentun?

---

---

---

Was macht Dich glaub- und vertrauenswürdig? Welche Beweise hast Du dafür?

---

---

---

Was bist Du nicht?

---

---

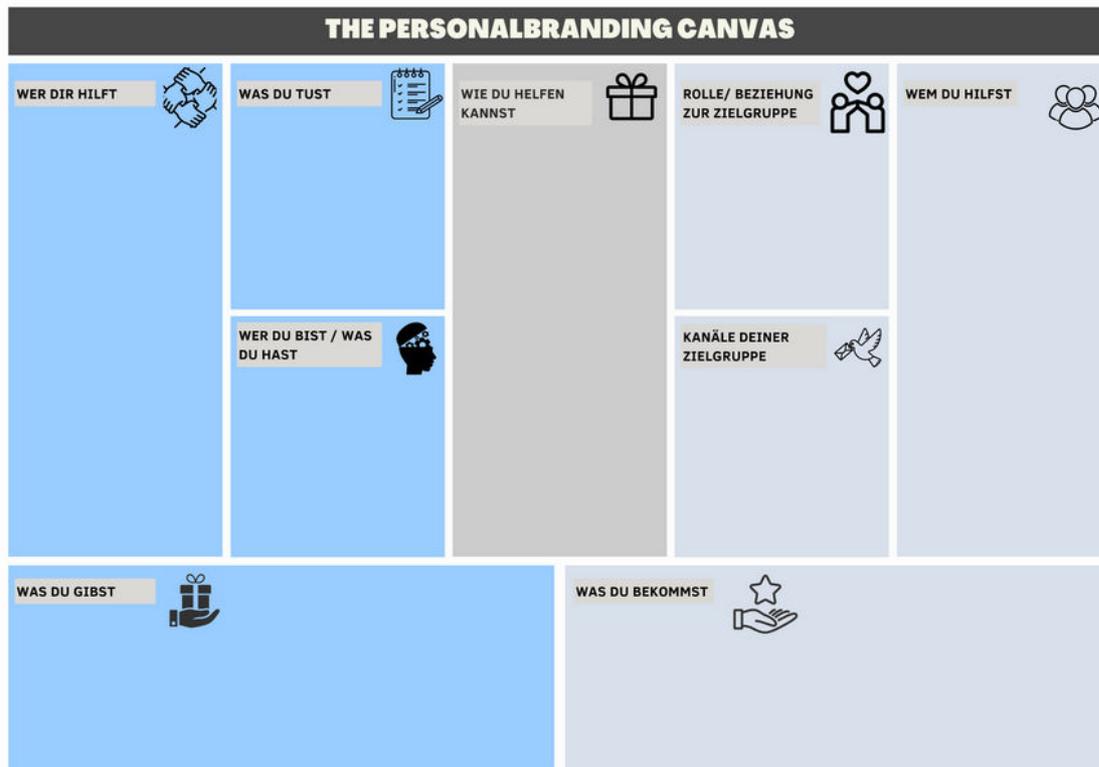
---

Deine Erkenntnisse:



# CANVAS MEINE "MARKE ICH"

Nachdem Du Dir nun eine kleine Übersicht Deiner "Marke Ich" gemacht hast, geht es im nächsten Schritt darum, dieses Wissen in Dein persönliches Canvas Meine "Marke Ich" einzufügen. Dir stehen dafür neun Bereiche zur Verfügung, die wir Dir zuerst kurz erklären:



## 1. Wie Du helfen kannst

- Welchen Wert kannst Du Deiner Zielgruppe, den Menschen, mit denen Du zusammen sein willst, bieten?
- Welches Problem kannst Du lösen und welches Bedürfnis kannst Du befriedigen?

Beschreibe die spezifischen Vorteile, die Deine Zielgruppe aufgrund Deiner Arbeit genießen kann. Zum Beispiel: Befriedigung sozialer Bedürfnisse, gesteigerte Freude, geringere Kosten, geringeres Risiko, verbesserte Leistungsfähigkeit, benutzerfreundlicher usw.

## 2. Wer Du bist/ was Du für Werte hast

Beschreibe, was Du bei deiner Arbeit am besten kannst. Beschreibe Deine persönlichen Werte und Überzeugungen, die Deine Arbeit beeinflussen. (Nimm gerne auch die Werteliste aus Woche 3 zur Hand)



# CANVAS MEINE "MARKE ICH"

## 3. Was Du besonderes tust



Nenne Tätigkeiten, die Du jeden Tag ausführst und Deine Arbeit von der Arbeit anderer unterscheidet. Welche dieser Aktivitäten sind für Dein Wertangebot erforderlich? Welche Aktivitäten sind für Deine Vertriebskanäle und Zielgruppenbeziehungen wichtig?

## 4. Wer Dir hilft



Überlege Dir, wer Dir hilft, oder helfen kann, anderen einen Mehrwert zu bieten. Wer kann Dich auf andere Weise unterstützen? Wie und welche Partner:innen liefern Schlüsselressourcen oder führen Schlüsselaktivitäten in Deinem Namen aus? Überlege Dir auch, wer von Deinen Partner:innen geeignet wären, Dich zu unterstützen. Wichtige Partner:innen könnten beispielsweise Freund:innen, Familienangehörige, Vorgesetzte, Personalverantwortliche, Arbeitskolleg:innen, Mitglieder:innen von Berufsverbänden, Mentor:innen oder Berater:innen sein.

## 5. Was Du gibst



Was gibst Du für Deine Arbeit (Zeit, Energie usw.) und was bist Du bereit aufzugeben, um zu arbeiten (Familie/ persönliche Zeit, andere attraktive Möglichkeiten)? Am besten unterscheidest du zwischen Hard- und Soft Facts, die mit Deiner Arbeit verbunden sind.

- **Hard Facts:** sind zum Beispiel: übermäßige Zeit- oder Reiseverpflichtungen, nicht erstattete Pendler-, Reise-, Ausbildungs- oder andere Kosten
- **Soft Facts:** sind beispielsweise: Stress oder Unzufriedenheit, Mangel an persönlichem oder beruflichem Wachstum, verpasste Gelegenheiten, geringere Anerkennung oder fehlender sozialer Beitrag, mangelnde Flexibilität, überzogene Verfügbarkeitserwartungen.

## 6. Rolle zur Zielgruppe



Charakterisiere Deine Rolle, die Du einnimmst in Bezug auf deine Zielgruppe. Das kann zum Beispiel ein:e Überredungskünstler:in, Betreuer:in, Expert:in, Produzent:in, Berater:in, Ausbilder:in usw. sein.

# CANVAS MEINE "MARKE ICH"

## 7. Kanäle Deiner Zielgruppe



Über welche Kanäle erreichst du Deine Zielgruppe, die Menschen, mit denen Du zusammen sein oder die Du überzeugen willst? Welche Kanäle funktionieren am besten? Überlege Dir dazu, über welche Kanäle Deine Zielgruppe herausfindet, wie Du Ihnen helfen, was Du Ihnen bieten und wie Du Sie unterstützen kannst und mit welchen Inhalten Deine Zielgruppe angesprochen wird.

Mögliche Kanäle können sein: Telefon, E-Mail, Plakat, Website, Social Media (Instagram, Facebook, Snapchat, TikTok, LinkedIn, Twitter usw.), Google Search, SEA usw.

## 8. Wem Du hilfst



Überlege Dir, für wen Du Mehrwerte schaffst, wer Deine wichtigste Zielgruppe ist und warum Sie auf Deine Arbeit angewiesen sind. Überlege Dir auch, wer allenfalls die Zielgruppe Deiner Zielgruppe ist und notiere auch diese in diesem Feld.

## 9. Was Du bekommst



Welche Anerkennung wünschst Du dir zu erhalten? Am besten unterscheidest Du wieder zwischen Hard- und Soft Facts, die mit Deiner Arbeit verbunden sind.

- **Hard Facts:** sind zum Beispiel Gehalt, Kranken- oder IV-Versicherung, Altersvorsorge, Aktienoptionen, Studienbeihilfe, Kinderbetreuungsgeld usw.
- **Soft Facts:** sind beispielsweise persönliche Zufriedenheit/ Freude, berufliche Entwicklung, Anerkennung, sozialer Beitrag, flexible Arbeitszeiten, Gemeinschaftssinn usw.

Deine Erkenntnisse:



# CANVAS MEINE "MARKE ICH"

WER DIR HILFT



WAS DU TUST



WIE DU HELFEN KANNST



ROLLE/ BEZIEHUNG ZUR ZIELGRUPPE



WEM DU HILFST



WER DU BIST / WAS DU HAST



KANÄLE DEINER ZIELGRUPPE



WAS DU GIBST



WAS DU BEKOMMST

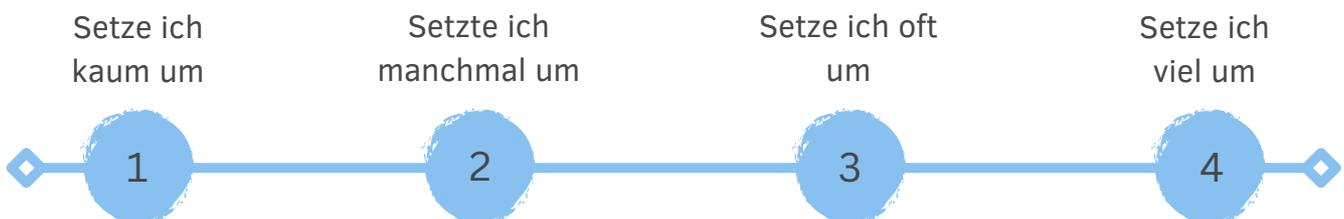


## 2. PERSÖNLICHE NETZWERKSTRATEGIE

Vieles ist über gute Kontakte im persönlichen Netzwerk möglich. Die Menschen in Deinem Netzwerk kennen Dich und das ist ein grosser Vorteil. Diese Tatsache macht Networking zu einem zentralen Instrument für Dich in Deinem Fortkommen und bei der Verwirklichung Deiner Ziele. Mit der Erarbeitung einer persönlichen Netzwerkstrategie verschaffst Du Dir einen Überblick über Deine Kontakte, die Dich bei so vielen Unternehmungen unterstützen können.

**Beachte bitte:** Dein Netzwerk muss gepflegt werden, auch in Zeiten, in denen Du nichts spezifisches von Deinem Netzwerk erwartest. Netzwerken ist ein Geben und Nehmen. Pflege Dein Netzwerk längerfristig und überlege Dir auch, wen Du unterstützen könntest.

Auf der nächsten Seite findest Du einen Fragebogen zur Selbsteinschätzung Deiner Networking- Kompetenz. Nutze für die Einschätzung die folgende Skala:



In welchen Netzwerken bist Du heute schon aktiv?

|  |
|--|
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |

## 2. PERSÖNLICHE NETZWERKSTRATEGIE

| Kenne die 12 Regeln für erfolgreiches Networking. Wie schätzt Du dich selbst ein und was möchtest Du gerne verändern? | 1 | 2 | 3 | 4 |
|---|---|---|---|---|
| 1. Mache Gespräche zu einem Erlebnis  |   |   |   |   |
| 2. Sei aufmerksam und dem anderen zugewandt   |   |   |   |   |
| 3. Gib Dich wohlwollend und positiv   |   |   |   |   |
| 4. Stelle Dich gekonnt vor  |   |   |   |   |
| 5. Suche Gemeinsamkeiten  |   |   |   |   |
| 6. Werde Meister:in im Small Talk   |   |   |   |   |
| 7. Bedanke dich   |   |   |   |   |
| 8. Bleib in Kontakt mit anderen   |   |   |   |   |
| 9. Rede nicht schlecht über andere  |   |   |   |   |
| 10. Mache Komplimente und nimm Komplimente an   |   |   |   |   |
| 11. Vermittle Kontakte  |   |   |   |   |
| 12. Frage andere um Rat und Hilfe   |   |   |   |   |

# 3. TIPPS FÜR SOCIAL MEDIA NETWORKING

Netzwerken kann für Dich bedeuten:

- Wissen optimieren
- Interessen teilen
- Ausgleich herstellen

## **Merksätze für erfolgreiche Netzwerkerinnen und Netzwerker:**

Wir laden Dich ein, Dich für andere Menschen zu interessieren, dann wirst Du auch für andere Menschen interessant.

Netzwerkerinnen und Netzwerker geben anderen Menschen eine Bühne. Sie treten nicht selbst in den Vordergrund und vermitteln auch nicht die Botschaft "Ich bin besser als Du".

Denke daran, dass Du nicht erwarten kannst, dass Du das, was Du ins Netz einspeist, "eins zu eins" zurückerhalten wirst.

Das, was Du als Hilfeleistung von anderen erhältst, muss Du selbst in Hilfeleistungen für andere investieren.

Die Freude am erfolgreichen Netzwerken ist ein Lebensentwurf oder gar ein Lebensstil. Er zeigt unsere Grundhaltung von Geben und Nehmen.

Werde aktiv und gestalte Deine Kontaktaufnahmen erfolgreich selbst und mach Dir einen Plan.

Netzwerke sind hierarchiefreie Verbindungen, die durch souveräne menschliche Kommunikation existieren.

Zu jedem Menschen haben wir eine unterschiedliche soziale Distanz, auch zu den Mitglieder:innen unserer Netzwerke. Wir entscheiden, wie nahe wir jemandem sein wollen.

## **Netzwerken unter diesen Voraussetzungen heisst:**

Mit den unterschiedlichsten Menschen in verschiedenen Formen Umgang zu pflegen, sie von Zeit zu Zeit zu kontaktieren, Interesse an ihnen zu zeigen und etwas über sie zu wissen, um mit diesen Menschen Ziele zu erreichen.



# TIPPS FÜR SOCIAL MEDIA NETWORKING

Social-Media-Portale sind aus dem Geschäftsleben nicht mehr wegzudenken. Sie sind wichtig und funktionell. Das gilt im besonderen Masse auch für Menschen, die sich aufmachen, ihre Ziele zu erreichen und sich mit ihrer persönlichen "Marke Ich" zu zeigen. Gerade dann ist es höchste Zeit, sich mit den eigenen Social-Media-Profilen auf Xing und LinkedIn zu beschäftigen. Besonders wichtig sind gut gepflegte Profile.

Bei der Erstellung und Pflege des Profils hilft es sehr, sich mit den folgenden Fragen auseinanderzusetzen:

## 1. Welche Infos gebe ich in welchen Portalen frei?

Es gilt abzuwägen, welche Informationen für welches Publikum gedacht sind und zugänglich gemacht werden sollen. Während dies auf beruflichen Netzwerken wie Xing oder LinkedIn kein so grosses Problem darstellt, sind Informationen auf Facebook häufig sensibler. Es ist wichtig, sich über die Privatsphäre-Einstellungen Gedanken zu machen und Privates von Beruflichem zu trennen. Ein Business-Profil kann ohne Bedenken öffentlich gemacht werden, gerade wenn es gut gepflegt ist. Aber auch hier gilt es, sich die Profileinstellungen genau zu überlegen.



**Empfehlung:** Fokus auf Businessportale- vor allem LinkedIn



**Tipp:** Beachte die Rechtschreibung und grammatikalischen Fehler! Wer sich bei LinkedIn oder Xing vorstellt, sollte seine Texte lieber zweimal durchlesen, denn jeder Fehler spricht Bände und ist ein Zeichen für schlampige Arbeit.

## 2. Welche Fotos soll ich nutzen?

Bilder sagen mehr als tausend Worte. Deshalb gehört ein professionelles Foto zu jedem Profil. Interessierte Personen erhalten so bereits einen ersten Eindruck von Dir.



**Tipp:** Verwende keine Urlaubs- oder Partyfotos! Der erste Eindruck ist äusserst wichtig. Nebst einem guten Foto sind auch die Informationen neben dem Profilbild entscheidend. Mache dir Gedanken, wie Du dieses Feld für Deine "Marke Ich" verwenden möchtest.

# TIPPS FÜR SOCIAL MEDIA NETWORKING

## 3. Welche Informationen soll ich über meinen beruflichen Werdegang veröffentlichen?

Informationen über Deinen Werdegang gehören unbedingt ins beruflich genutzte Social-Media-Profil. Du entscheidest, welche beruflichen Stationen Du mit Deinem Netzwerk teilen möchtest. Erstelle ein authentisches und aussagekräftiges Profil, das Deine Person, Deine Fähigkeiten und Dein Wissen aufzeigt.

Zeige Deinem Netzwerk, was Dich interessiert und nutze dafür auch die Einstellung "ich suche" und "ich biete".

**!** **Beachte:** Mit Deinen Informationen wirst Du als Arbeitnehmer:in einerseits zum Repräsentanten bzw. zur Repräsentantin eines Unternehmens, andererseits sagen der/die aktuelle, aber auch die früheren Arbeitgeber:innen etwas über Deine Kompetenzen, Fähigkeiten und Potenziale aus.



**Tipp:** In Karriere-Netzwerken wollen sich Bewerber:innen im besten Licht darstellen. Manchen gelingt genau das Gegenteil: Sie geben zu viel oder sogar Widersprüchliches über sich preis und aktualisieren ihr Profil kaum. Prüfe deshalb, ob all Deine Social-Media-Profile ein einheitliches Bild von Dir vermitteln.

## 4. Was muss ich bei den Einstellungen beachten?

Überprüfe auf jeden Fall die Datenschutzeinstellungen und lege fest, wer Deine Informationen sehen kann. Ein öffentliches Profil bedeutet, dass es überall und von jedem auffindbar ist sowie eingesehen werden kann. Diese Einstellungen kannst du einschränken und festlegen, wer welche Informationen sehen darf. Wenn du auf mehreren Kanälen präsent bist, dann müssen auch alle Profile die gleichen Informationen aufweisen.

**!** **Beachte:** Stelle sicher, dass Du vor Profilveränderungen die Einstellung der Portale Xing und LinkedIn anpasst, damit die Profilanpassungen nicht mit Deinem Netzwerk geteilt werden. Ansonsten erhält dein Netzwerk bei jeder kleinen Änderung eine Nachricht.

# TIPPS FÜR SOCIAL MEDIA NETWORKING

## 5. Welche Kontaktdaten nenne ich?

Social-Media-Profile ersetzen für manche User mittlerweile das Telefonbuch. Oftmals suchen interessierte Personen z.B. auf LinkedIn gezielt nach Kontaktdaten. Aus diesem Grund ist es wichtig, die relevanten und aktuellen Kontaktangaben in seinem Profil zu hinterlegen.

## 6. Mit welchen Möglichkeiten verbessere ich meine Sichtbarkeit?

Soziale Netzwerke bergen viele Möglichkeiten, sein berufliches Netzwerk mit geringem Aufwand zu erweitern und wichtige Kontakte zu knüpfen. Sowohl Xing (Ich biete, ich suche, Kompetenzen) als auch LinkedIn (Über mich, Profilslogan) bieten die Möglichkeit, Keywords zu erfassen, welche dazu beitragen können, leichter gefunden zu werden.

Dazu ist es notwendig, klare, trennscharfe Keywords zu verwenden, um von Personen gefunden zu werden, welche aus ähnlichen beruflichen Kreisen stammen.



**Tip:** Nimm einen Perspektivenwechsel vor. Nach welchen Keywords suchen Recruiter? Mit welchen Kenntnissen und Erfahrungen erleichterst du Personalfachleuten die Arbeit?



**Tip Xing:** Die Felder "Ich biete" bei Xing sowie die Kenntnisse und der Profilslogan sind für Suchmaschinen optimiert. Schreibe in diese Felder die wichtigsten Keywords, keine Sätze!



**Tip LinkedIn:** Auch wenn es vielleicht unangenehm ist: Lasse Deine Kenntnisse bei LinkedIn bestätigen. So wirst du sichtbarer und kannst daraus klare Vorteile für Dich hervorbringen. Am einfachsten bewertest Du als erstes die Kenntnisse von Deiner Kollegin bzw. Deinem Kollegen oder Deinen Geschäftspartner:innen. Sie werden sich sicherlich gerne bei Dir revanchieren.

## 7. Wie soll ich mein Profil verlinken?

Berufliche soziale Netzwerke wie Xing und LinkedIn sind tendenziell eher etwas statischer als andere Social-Media-Portale. Wer regelmässig auf dynamischeren Netzwerken wie Twitter, Facebook oder Google+ aktiv ist, sollte diese Profile verlinken.

**Beachte:** Die im Businessprofil verlinkten Accounts sollten für das Arbeitsumfeld relevant sein.



# TIPPS FÜR SOCIAL MEDIA NETWORKING

## 8. Welchen Gruppen soll ich beitreten?

Sowohl LinkedIn als auch Xing bieten die Möglichkeit, Gruppen zu gründen oder bestehenden Gruppen beizutreten – und darin aktiv zu sein. Welche Gruppen könnten für Dich interessant sein? Welche bringen einen Mehrwert? Von welchen Aktivitäten könnte Dein Netzwerk profitieren? Aktuelle Informationen, Artikel, eBooks, Checklisten, eigene Blogbeiträge, Beiträge von Kolleginnen oder Kollegen usw.



**Empfehlung:** Stelle Dich in Gruppen als neues Mitglied vor und teile mit, mit welchem Know How Du anderen weiterhelfen kannst oder was Deine Fragen sind.



**Tipp:** Immer häufiger werden in solchen Gruppen auch direkt Stellen ausgeschrieben, weil man dort ganz gezielt die Fachpersonen ansprechen kann, nach welchen man sucht – ein weiterer interessanter Rekrutierungskanal, der von Unternehmen genutzt wird.

## 9. Wie viel Zeit wende ich für die regelmässige Pflege auf?

Ist ein Profil einmal aufgesetzt, ist es für alle Interessierten zugänglich. Und das rund um die Uhr. Bewerber:innen, aber auch Kundinnen und Kunden, Angestellte oder Vorgesetzte werden immer wieder einmal einen Blick darauf werfen. Aus diesem Grund ist es wichtig, das eigene Profil aktuell zu halten (z.B. neue Fort- und Weiterbildungen).



**Tipp:** Optimal ist, man definiert sich 1x im Monat einen fixen Termin, an welchem die eigenen Profile überprüft werden.

Deine Erkenntnisse:



# TIPPS FÜR SOCIAL MEDIA NETWORKING

## 10. Was kann mein Profil auf Social Media sonst noch leisten?

Mit etwas regelmässigem Aufwand lassen sich die sozialen Netzwerke für die eigene Karriere nutzen. Dabei geht es kurzfristig um Vernetzung und die Suche nach konkreten Vakanzen und Karrierechancen. Zudem gehört es heutzutage fast schon zum Standard, vor einem Bewerbungsgespräch im Rekrutierungsprozess oder einem Meeting das Gegenüber über diese Kanäle zu beschnuppern.



**Empfehlung:** Verschaffe Dir vor dem Jobinterview einen ersten Eindruck über die Unternehmung, deren Menschen und welche Informationen sie im Web bekannt geben. So kannst du Dir ein erstes Bild machen, wen Du im Jobinterview allenfalls antreffen wirst.



**Tipp:** Social-Media-Portale geben wichtige Hinweise darauf, wie im Unternehmen kommuniziert wird. Eine Recherche darüber kann den entscheidenden Vorteil im Bewerbungsprozess verschaffen.

Es gibt aber auch den Blick auf die eher längerfristige Perspektive. Social Media eignet sich hervorragend dazu, eigene Informations- und Karrierenetzwerke im Sinne eines effektiven Selbstmarketings für eine öffentliche Fachreputation aufzubauen und sich so als Fachexpert:in auf seinem/ihrer Gebiet zu präsentieren.



**Tipp:** Es besteht die Möglichkeit, das Portfolio (Xing) oder die Zusammenfassung (LinkedIn) bewusst für Dein Selbstmarketing zu nutzen. Im Portfolio hast Du die Chance, Dich nach eigenen Vorstellungen zu präsentieren, auch relevante, ergänzende Lebenserfahrungen zu integrieren oder Bilder hinzuzufügen. Das ist Dein eigenes "persönliches Schaufenster".

# TIPPS FÜR SOCIAL MEDIA NETWORKING

## 11. Online-Reputation: Auf was sollte ich besonders achten?

Wer sich über Xing, LinkedIn und Facebook präsentiert, sollte sich aber stets der Öffentlichkeit seiner Informationen bewusst sein. Prüfe Deine Postings immer auf grundsätzliche "Öffentlichkeits- und Business-Tauglichkeit". Die sozialen Netzwerke bieten Chancen wie auch potenzielle Risiken. Bei umsichtiger und regelmässiger Nutzung werden Sie aber sicherlich profitieren können.



**Tipp:** Social-Media-Profile leben von Aktivität. Wenn Du bisher das Gefühl hattest, dass Dir die Profile wenig gebracht haben, solltest Du Dich fragen, ob Du die Netzwerke vielleicht zu wenig gepflegt hast. Wer in einem professionellen Netzwerk ein lückenhaft ausgefülltes Profil stehen lässt, muss damit rechnen, als jemanden angeschaut zu werden, der Angefangenes nicht zu Ende führt.

## 12. Soll ich nun ein Xing- und/oder LinkedIn Profil erstellen?



**Empfehlung:** Ja unbedingt! Manche Kontakte zu potenziellen Arbeitgebern und Arbeitgeberinnen sind über diese Netzwerke entstanden. Mit einer wachsenden Anzahl von Kontakten wirst Du merken, wie kraftvoll diese Netzwerke sein können. Der laufbahnfördernde Effekt beruflicher Netzwerke hat sich in den letzten Jahren enorm gesteigert. Das fängt bei Talentpools an und endet bei "Kontakten von Kontakten", die plötzlich interessant werden könnten. Für Fach- und Führungskräfte gehören Profile auf den beruflichen Netzwerken in die Bewerbungsstrategie. Kontakte sind nicht nur Freunde. Es muss kein persönlicher Bezug vorhanden sein, um virtuell vernetzt zu sein. Achte zudem darauf, dass Dein Netzwerk breit ausgerichtet ist- also nicht nur Situativ bezogen, sondern auch Personen hinsichtlich verschiedenen Generationen, Funktionen, Branchen und Themen in Deinem Netzwerk integriert sind.



**Tipp:** Auf LinkedIn hast Du die Möglichkeit, Dein Profil in mehreren Sprachen zu erstellen. Hast Du Dein Profil beispielsweise auf Deutsch und Englisch eingestellt, sehen Besucher:innen mit einem deutschen Profil auch Dein deutsches Profil, den englischsprachigen Besucher:innen wird Dein englisches Profil angezeigt.

# FAZIT FÜR SOCIAL MEDIA NETWORKING

Zeige Interesse am Austausch und stelle Dein Wissen zur Verfügung. Verbinde Dich mit Entscheidungsträgern und Entscheidungsträgerinnen sowie mit Menschen, die ähnliche Interessen verfolgen oder die für Deine Karriere interessant sein könnten. Nutze das Netzwerk, um über neue Trends informiert zu bleiben, und mach vor allem Eins:

**Agiere aktiv.  
Netzwerke leben durch die eigene Aktivität.**

## CHECKLISTE BERUFLICHES SOCIAL MEDIA PROFIL

|                          |   |
|--------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> | Neues Profil: English oder Deutsch, bzw. Profil in anderer Sprache angelegt   |
| <input type="checkbox"/> | Sichtbarkeit der Veränderungen rausgenommen unter Einstellungen während der Bearbeitung   |
| <input type="checkbox"/> | Datenschutz und Profileinstellungen unter Einstellungen angepasst   |
| <input type="checkbox"/> | Profilbild ansprechend, professionell, sympathisch, gut erkennbar, entspricht dem beruflichem Kontext   |
| <input type="checkbox"/> | Hintergrundbild im Profilbereich als Werbebanner abgestimmt auf Ihre Zielgruppe (Bildmaterial z.B. auf Pixabay, Unsplash, Bilder von Google; auf Suchfilter klicken-Nutzungsrechte – "zur Wiederverwendung gekennzeichnet" anklicken oder mit Canva kreieren) |
| <input type="checkbox"/> | Kontaktdaten im Profilbereich korrekt und vollständig eingetragen   |
| <input type="checkbox"/> | Professioneller Profil Slogan mit den wichtigsten Keywords = Deinem USP   |

# CHECKLISTE BERUFLICHES SOCIAL MEDIA PROFIL

|                          |   |
|--------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> | Info im Profilbereich: USP, Elevator Pitch, Kompetenzen, Nutzen, SEO- Keywords, sowohl für LinkedIn (LinkedIn Suche Begriff eingeben, danach erscheint alles, was mit diesem Begriff verbunden ist)- wie auch für die Google Suche (Begriffe, die mit der Tätigkeit verbunden sind)   |
| <input type="checkbox"/> | «Vorgestellt»: Website, Arbeitsbeispiele, Präsentationen, Bilder, Videos verlinkt   |
| <input type="checkbox"/> | Karrieresteps aufgezeigt, berufliche Tätigkeiten mit konkreten Keywords beschrieben (Recruiter erkennen die relevanten Fähigkeiten. WICHTIG: Berufserfahrungen: entweder im Feld "Arbeitgeber" angeben, dass man offen ist für eine neue Herausforderung oder diskreter im Feld "Funktion" bzw. im Infoteil Ziel angeben z.B. aktive Stellensuche als Leiter HR. ACHTUNG: Firmenjubiläum in den Einstellungen deaktivieren) |
| <input type="checkbox"/> | URL mit Namen oder Titel/Keyword, für die Wiedererkennung personalisiert (5-30 Zeichen, innerhalb von 6 Monaten fünf Mal änderbar, dann 6 Monate keine Änderungen mehr möglich.   |
| <input type="checkbox"/> | Ausbildungen angeben (letzte Ausbildung erscheint im Profilbereich), LinkedIn setzt ansonsten Ranking nach unten  |
| <input type="checkbox"/> | Qualifikationen und Auszeichnungen (z.B. Kurse) veröffentlichen   |
| <input type="checkbox"/> | Kenntnisse von Deinen Kontakten bestätigt   |

Deine Erkenntnisse:



# CHECKLISTE

## NETZWERKEN SOCIAL MEDIA

|                          |  |
|--------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> | Personen gesucht, die von früheren Funktionen, Arbeitsplätzen, Weiterbildungen, Projekten, Ausbildungen, etc. bekannt sind (Lebenslauf/Adresslisten als Hilfe nutzen)  |
| <input type="checkbox"/> | Mit Personen vernetzt, die für Dich interessant sind, Grund angeben Recherche mit der Suchfunktion nach Firmen, Positionen, Fachgebieten, Branchen, Kenntnissen, etc.  |
| <input type="checkbox"/> | Kontaktanfragen: Im eigenen Netzwerk willkommen heißen, Dialog beginnen  |
| <input type="checkbox"/> | Beiträge gelikt, bzw. wertschätzend kommentiert  |
| <input type="checkbox"/> | Gruppen angeschlossen, die für Dich relevant sind und darin aktiv geworden (Vorstellung, Artikel, Kommentare, Empfehlungen)  |
| <input type="checkbox"/> | Eventmarkt für Networking und Weiterbildung genutzt – On- und Offline Events nutzen, besuchen und aktiv einbringen. Im Suchfeld kann man nach Themen suchen und die Events nach Zeitraum, Kategorie, Sprache und Tätigkeitsfeld sortieren. |
| <input type="checkbox"/> | "Empfehlen" unter 3 Punkte neben Visitenkarte.   |
| <input type="checkbox"/> | "Mein Profil bewerben" unter 3 Punkte neben Visitenkarte   |

Deine Erkenntnisse:



# CHECKLISTE

## JOBSUCHE SOCIAL MEDIA

|                          |   |
|--------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> | Stellenmarkt: Im Suchfeld bestimmte Berufsbezeichnungen oder Stichwörter eingeben               |
| <input type="checkbox"/> | Standort angeben und Filter für detaillierte Suche genutzt                                      |
| <input type="checkbox"/> | Jobs gespeichert oder direkt darauf beworben mit "Bewerben" Button                              |
| <input type="checkbox"/> | Suchbenachrichtigung erstellt und gespeichert   |
| <input type="checkbox"/> | Status angegeben: Wir bleiben zuhause, Verfügbarkeit, Weiterbildung etc.                        |
| <input type="checkbox"/> | Jobwünsche angegeben, Karrierestatus, Wunscharbeitgeber:in, Gehaltvorstellung                   |
| <input type="checkbox"/> | Video Pitch für die Stellensuche erstellen und posten   |
| <input type="checkbox"/> | Gruppen auch für die Stellensuche nutzen: Spezifische Stellen werden darin meist ausgeschrieben |

Deine Erkenntnisse:

