

KOM

MAGAZIN FÜR KOMMUNIKATION

© 2013 KOM. Alle Rechte vorbehalten.
www.kom.de

Deutsche Bank

Warum Kommunikationschef Jörg Eigendorf Nachhaltigkeit zu einem zentralen Thema macht.

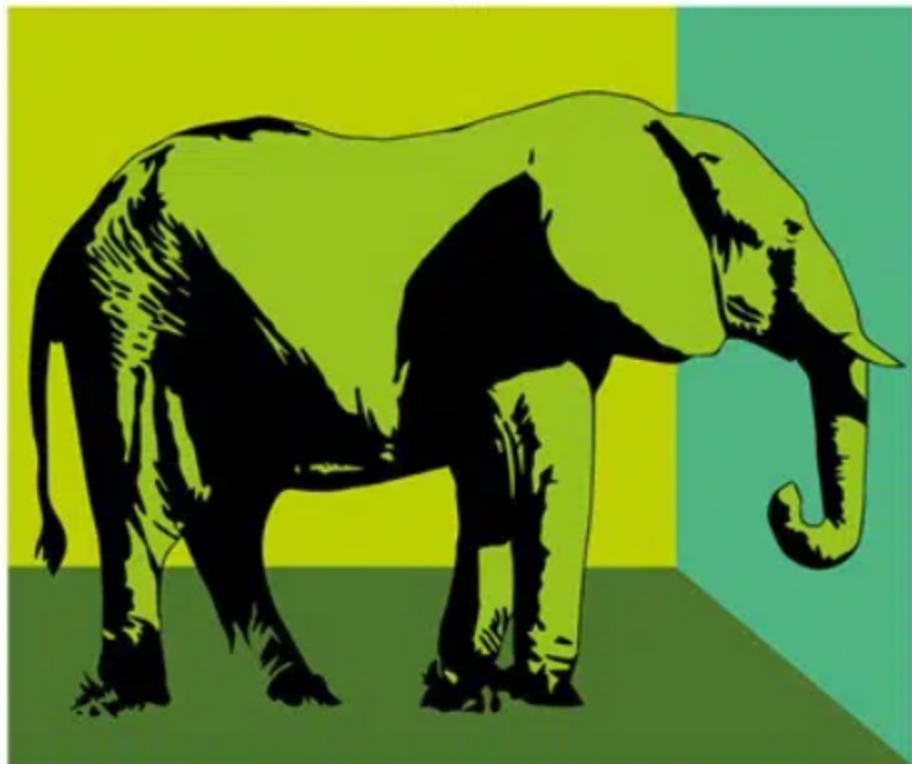
Die Rückkehr

Wie Unternehmen ihre Angestellten zur Arbeit im Büro motivieren wollen.

Vollgas und Klimaschutz

Können Prozentanteile in Umweltfragen glaubwürdig sein?

#Nachhaltigkeit



Privater Touch und starke Bilder punkten

Andrea Hartmair, Head of Marketing and Communications beim Elektronikunternehmen Bachmann Group, beschreibt, wie sie LinkedIn nutzt.



Rein private Posts gibt es von Andrea Hartmair auf LinkedIn nicht.

Professionelles Marketing, frische Kommunikation und Werte wie Passion und Offenheit – dafür stehe ich. Meine Erfahrungen und Impulse aus meinem Umfeld teile ich verstärkt über digitale Kanäle, vor allem auf LinkedIn. Doch warum vermischen sich auf einer Businessplattform bei mir berufliche mit privaten Themen? Die Frage lässt sich einfach beantworten: Mich als Andrea Hartmair gibt es im beruflichen Kontext nur mit meinem privaten Umfeld. Privat spiegelt sich unter anderem das wider, wofür ich in der Arbeit brenne. Die Ausprägung der jeweiligen Seite – beruflich oder privat – hängt für mich stark von Zielgruppe, Kanal sowie Inhalten ab. Vor allem muss ich dahinter „authentisch“ stehen können.

Auf LinkedIn ist meine Strategie eindeutig: Inhalte im beruflichen Kontext haben Priorität. Ich arbeite an und in einem Netzwerk mit gemeinsamen beruflichen Interessen, Werten und Herausforderungen. Dabei geht Qualität vor Quantität.

Rein private Posts von mir findet man auf LinkedIn nicht. Meine Teilnahme an einem Halbmarathon gehört wenn dann nur auf Facebook oder Instagram. Außer: Die sportliche Story dieses Moments ließe sich sinnvoll auf die Berufswelt übertragen. In diesem Sinne spielen im beruflichen Zusammenhang private Momente hin und wieder eine Rolle. Entweder in Verbindung mit dem Job wie ein

neues Hobby oder ein Glücksmoment, der zu einer ausgewogenen Life Quality in meinem Leben führt. Oder aus privaten Erfahrungen oder Netzwerken heraus, die für jobbezogene Themen einen Mehrwert bringen. Dazu gehört für mich die Beziehung zu meiner Schwester, die für mich unter anderem für mehr Inspiration durch Diversität steht.

Für mich ist ein Post erfolgreich, wenn er einen relevanten Mehrwert für

„Offene Stellen sind auf persönlichen Profilen keine Bestseller.“

die LinkedIn-Community bietet. Das hängt stark von der richtigen Balance aus beruflichen und privaten Anteilen ab. Ich versuche ein Gefühl dafür zu entwickeln, welche Themen bei wem auf hohen Anklang stoßen. Dabei freue ich mich besonders über Dialoge zu meinen Impulsen und noch mehr, wenn diese in andere Netzwerke getragen und somit quasi empfohlen werden. Beides zeigt mir, was wie bei meiner Zielgruppe ankommt, und dient als Orientierung für künftige Posts. Dazu kommt, immer wieder Neues auszuprobieren, um so inhaltlich die optimale Balance zu finden.

Posts mit privatem Touch, vor allem aber mit ausdrucksstarken Bildern, lau-

fen besonders gut. Das liegt daran, dass man sich selbst schneller mit dem Inhalt identifiziert, und zum anderen daran, dass auffällige Bilder sich aus der Menge an Posts besser hervorheben. Persönliche Empfehlungen wie Buch- oder Event-Tipps oder eigene Erfahrungen aus dem Joballtag kommen ebenfalls gut an.

Wiederum nicht so gut funktionieren – schon aufgrund des LinkedIn-Algorithmus – geteilte Inhalte, wenn sie nicht mindestens mit eigenem Content angereichert werden. Aber auch kommunizierte offene Stellen sind auf persönlichen LinkedIn-Profilen keine Bestseller.

Das Schöne an der eigenen, positiven Sichtbarkeit ist der natürliche Abstrahlereffekt auf den Arbeitgeber. Ich habe meine LinkedIn-Mitgliedschaft dieses Frühjahr von passiv konsumierend auf aktiv teilend umgestellt. Seitdem haben sich eine Vielzahl spannender neuer Kontakte ergeben, bei denen mein Arbeitgeber, die Bachmann Group, an Markenwahrnehmung und Leads gewinnt.

Und wie geht es weiter? Das Prinzip Ausprobieren und Resonieren aus dem Marketing lässt sich auf LinkedIn uneingeschränkt übertragen. Deshalb habe ich mir vorgenommen, demnächst mal Serien, wie zu meinem Herzensthema „Leading by Values“, zu testen. •

LinkedIn:
de.linkedin.com/in/andrea-hartmair