

Die richtigen Leute

Die Dmexco ist nicht nur der Showroom der digitalen Wirtschaft. Hier lassen sich auch **Kontakte knüpfen**, um die Karriere zu pushen oder einen Job zu finden

TEXT: Raoul Fischer

Digitale Transformation erleben und Karrieremöglichkeiten entdecken: Mit diesem Slogan wirbt Accenture auf der Website im Vorfeld der Dmexco. Die Unternehmensberatung veranstaltet am Vortag (12. September) einen Event und führt die Teilnehmer am ersten Messetag auf die Dmexco, natürlich zum eigenen Stand. „Lassen Sie sich inspirieren und begeistern! Sprechen Sie mit Recruitern und Accenture-Kollegen vor Ort!“, heißt es auf der Anmeldeseite zur „Experience Digital Transformation“. Damit nutzt Accenture eine Chance, die die Leitmesse für die digitale Wirtschaft neben Fachvorträgen, Showrooms oder Business eben auch bietet. Sie ist eine riesige Kontaktbörse, die auch für Recruiting oder – umgekehrt – für die Jobsuche oder als Karriere-Booster taugt.

Über 1000 Aussteller, 50 000 Besucher, darunter Personalverantwortliche und Headhunter: Die Dmexco ist ein Networking-Paradies für alle, die in der digitalen Wirtschaft Karriere machen wollen. So sieht das Marco Zingler, Vizepräsident des Bundesverbands digitale Wirtschaft (BVDW). „Auf der Dmexco tummeln sich so ziemlich alle wichtigen Agenturen, Vermarkter und Tech-Anbieter. Wer Kontakte knüpfen möchte, um seine Karriere anzukurbeln, ist dort zunächst mal richtig“, sagt er.

Auch Karrierekontakte wollen vorbereitet sein

Allerdings erfordert das Thema Vorbereitung: Aufseiten derjenigen, die nach einem (anderen) Job suchen oder die Karriereleiter hinaufklettern möchten, wie aufseiten der



Unternehmen, die neue Mitarbeiter suchen. Der Fahrplan für die Firmen ist klar. Wer rekrutieren möchte, muss die Dmexco wie eine Karrieremesse verstehen. Das bedeutet: vorher auf der eigenen Website und mittels anderer Kommunikationsmaßnahmen darüber informieren, dass Bewerber am Stand willkommen sind. „Damit erreichen Sie einerseits die Bewerber, die sich vorab über Ihr Unternehmen informieren, und animieren andererseits vielleicht auch andere, sich auf der Messe einen Eindruck zu verschaffen“, sagt BVDW-Vize Zingler.

Zudem können Aussteller am Stand für Jobs werben. Entscheidend ist: Hier sollten dann auch passende Ansprechpartner wie Recruiter am Ort sein.

Für Jobsuchende heißt es: Sie müssen ihren Besuch auf der Messe im Prinzip wie ein Bewerbungsverfahren sehen und auch entsprechend vorbereiten (siehe Kasten r.) sowie laut Zingler die Kontaktaufnahme nutzen, um eine Duftmarke zu hinterlassen und mögliche Vakanzen zu identifizieren. Wichtig: Statt einer klassischen Bewerbungsmappe lieber die relevanten Unterlagen auf einem USB-Stick mitnehmen – kein Ansprechpartner möchte Berge von Papier nach Hause tragen. Unabhängig, ob kurzfristig etwas verfügbar ist oder das Unternehmen perspektivisch interessant ist: „Melden Sie sich innerhalb einer Woche nach der Messe bei dem Gesprächspartner, damit sie oder er sich noch an Sie erinnert“, sagt Marco Zingler.



Wer schon im Digibiz angekommen ist und die Dmexco nutzen möchte, um seine Karriere zu pushen, sollte sich aufs Networking verlegen. Das heißt Kontakte knüpfen, ohne Gesprächspartnern gleich seine Bewerbungsunterlagen aufs Auge zu drücken. „Networking besteht darin, persönliche oder berufliche Kontakte aufzubauen, sich mit anderen Menschen sprichwörtlich zu vernetzen“, betont der Xing- und Networking-Spezialist Joachim Rumohr. Das ist kein „Verkaufen“. Es geht darum, ein gutes Gespräch zu führen, bei dem eigentlich der Gesprächspartner im Mittelpunkt steht. Das ist das A und O des Networkings. Und auch hier gilt: Gleich nach der Dmexco Kontakt aufnehmen!

specials@wuv.de

So pushen Sie Ihre Karriere

Auf der Dmexco sind längst nicht mehr nur die Sales-Mitarbeiter der Firmen am Stand: Auch Recruiter und Headhunter nutzen die Messe für sich. Katharina Wolff, Geschäftsführerin der Personalberatung D-Level, hat fünf Tipps parat, wie Besucher die Dmexco als Karriere-Booster nutzen können

1. Vorbereitung: Suchen Sie sich im Verzeichnis der Aussteller spannende Firmen und schauen Sie sich vorwiegend Jobangebote an. Recherchieren Sie die richtigen Ansprechpartner und sprechen diese gezielt vorab an, um einen Termin zu vereinbaren. Gute Vorbereitung zahlt sich hier aus. Denn die Wege von Stand zu Stand sind möglicherweise lang, und der Andrang ist groß.

2. Konsistenz: Gerade, wenn Sie eine kommunikative Stelle beispielsweise im Marketing, Sales oder Accountmanagement anstreben, sollten alle relevanten sozialen Profile aktuell und gepflegt sein. Das Minimum sind Xing und LinkedIn. Mit dem Smartphone ist es ein Leichtes, sich über diese Kanäle schnell mit dem Ansprechpartner zu vernetzen und so im Gedächtnis zu bleiben.

3. Professionalität: Wer einem HRler auf der Dmexco seine Bewerbungsunterlagen geben möchte, sollte die für das Unternehmen und den Beruf passende Form wählen. Klassische Bewerbungsmappen sind unhandlich und altmodisch. Also warum nicht einen USB-Stick mit den Bewerbungsunterlagen, eine selbst gestaltete Visitenkarte mit QR-Code zu den Materialien oder eine kreative Form der Bewerbung abgeben? So heben Sie sich von der Masse ab und landen nicht direkt im Papierkorb.

4. Netzwerk: Ob zu Beginn der Karriere oder schon als C-Level, Netzwerken ist ein essenzieller Karrierefaktor. Die Dmexco bietet hier eine Reihe von Möglichkeiten. Treffen Sie sich mit Entscheidern zum Lunch, gehen Sie auf Standpartys oder diskutieren Sie in den sozialen Netzwerken über die Inhalte der Vorträge. In lockerer Atmosphäre ist es leichter, mit Branchenvertretern ins Gespräch zu kommen und Neues zu erfahren. Wer sucht aktuell, wo sind Stellen vakant?

5. Expertise: Nach der Dmexco ist vor der Dmexco. Die Insights und Meinungen, die man auf der Messe von den Top-Speakern gewinnt, eignen sich hervorragend für Ihre Bewerbung beim Unternehmen und eigenen Content. Auf Xing oder anderen Plattformen können Sie selbst Texte publizieren. So stärken Sie Ihre Präsenz in der Branche und dem eigenen Netzwerk als Experte.



Katharina Wolff ist Geschäftsführerin der Personalberatung D-Level in Hamburg. Die Agentur legt in ihrer Arbeit einen Schwerpunkt auf die digitale Wirtschaft. Über ihre Beteiligungsgesellschaft Wolff Ventures unterstützt sie auch Startups