



## **Leitfaden LinkedIn**

Für Profis und Neugierige

In dieser Checkliste erfahren Sie, wie...

- Sie sich (und ihre Organisation) auf LinkedIn positionieren
- Sie Ihre Teammitglieder und Mitarbeitenden zu Botschafter\*innen machen
- Sie das professionelle Kontaktnetz pflegen und ausbauen

Dieser Leitfaden richtet sich an Spezialist\*innen der Unternehmenskommunikation und engagierte Berufsmenschen aller Stufen und Funktionen, die LinkedIn kennenlernen und optimiert nutzen wollen.

### **1. Was ist LinkedIn?**

- 1.1 Definition und Zweck
- 1.2 Zahlen
- 1.3 Basic vs. Premium Account
- 1.4 Warum auf LinkedIn sein?
- 1.5 Der Aufwand

### **2. LinkedIn für Personen**

- 2.1 Ich als Teil des Unternehmens
- 2.2 Ich als Expert\*in
- 2.3 Ich als Privatperson
- 2.4 Das Konzept
- 2.5 Fünf Basis-Tipps für das eigene Profil
- 2.6 Das eigene Netzwerk aufbauen und pflegen

### **3. LinkedIn für Unternehmen**

- 3.1 Das Unternehmen im Schaufenster
- 3.2 Fokuseiten
- 3.3 Follower gewinnen und Community aufbauen
- 3.4 Themenplanung
- 3.5 LinkedIn-Ads
- 3.6 Nach Fachexpert\*innen Ausschau halten
- 3.7 Corporate Influencer

### **4. Mitmachen und aktiv bleiben**

- 4.1 Formate: Profil, Beitrag vs. Artikel, Stories und Live
- 4.2 Spezielle Funktionen: Gruppen, Hashtags und LinkedIn Learning
- 4.3 Kurz und Knapp: fünf LinkedIn-Tipps

### **5. Weiterführende Quellen und Links**

## 1 Was ist LinkedIn?

### 1.1 Definition und Zweck

Das 2002 gegründete amerikanische Unternehmen LinkedIn hat sich jüngst stark gewandelt. Das unter [www.linkedin.com](http://www.linkedin.com) betriebene Netzwerk zielt auf die Nutzung im beruflichen Bereich ab. Zu Beginn galt LinkedIn als die digitale Visitenkarte im Netz. Mitglieder\*innen haben ihren Lebenslauf auf der Plattform veröffentlicht. Heute ist sie viel mehr als das: ein äusserst erfolgreiches B2B-Netzwerk mit aktiven Mitglieder\*innen für den beruflichen Austausch.

LinkedIn erinnert durch den klassischen Feed, dem Profil und den Direktnachrichten an Social-Media-Kanäle wie Instagram oder Facebook. Viele der LinkedIn-Nutzer\*innen haben aber wenig Social-Media-Affinität – und nutzen LinkedIn trotzdem aktiv. Sie bietet Verknüpfungsmöglichkeiten mit ehemaligen und aktuellen Kolleg\*innen, Branchennews und Insights für alle Berufe und hilft bei der Stellensuche. Diese Vielfältigkeit und die stetige Weiterentwicklung der Plattform (seit kurzem sind LinkedIn-Stories in einigen Ländern verfügbar, so auch in der Schweiz) macht LinkedIn für Privatpersonen zu Karriere-Zwecken oder als Corporate Influencer, und für Unternehmen als Rekrutierungsplattform und Kommunikationskanal, relevant.

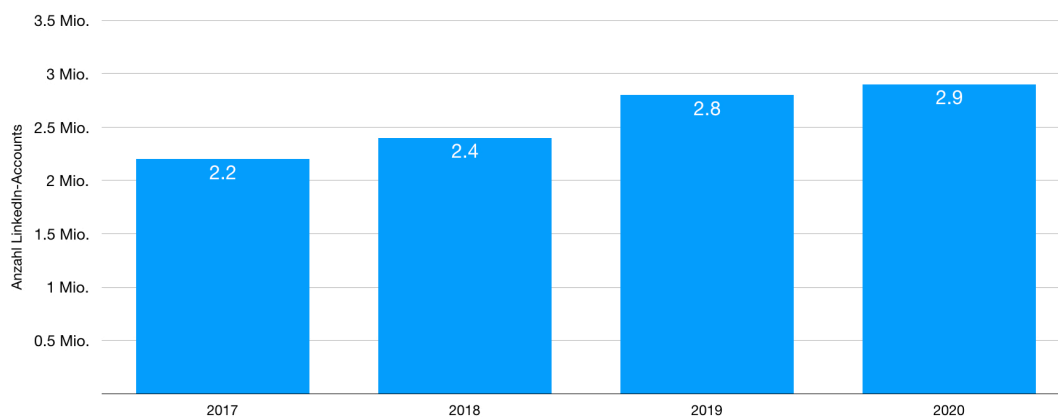
### 1.2 Zahlen

Das amerikanische Pendant zu Xing existiert seit 2002 und wurde in Sunnyvale (USA) gegründet. Seit Dezember 2016 gehört das Unternehmen zu Microsoft. Mit über 645 Millionen Mitgliedern aus mehr als 200 Ländern ist LinkedIn das weltweit führende Karrierenetzwerk.

In der Schweiz gibt es 2,9 Millionen LinkedIn-Accounts. Die Veränderungen zwischen 2017 und 2020 in Millionen zeigt diese Grafik:

## LinkedIn-Accounts in der Schweiz

Die Entwicklung der letzten Jahre



Quelle: Statista  
Grafik: © Bernet Relations



### **1.3 Basic vs. Premium Account – was brauche ich?**

LinkedIn bietet seine Plattform gratis an und finanziert sich aus Einnahmen von Online-Werbung, Personalbeschaffungslösungen und Mitgliedsbeiträgen. Diese Mitgliedsbeiträge bezahlen Nutzer\*innen von Premium Accounts. Neben dem kostenlosen Basic Account sind die Premium Accounts eine bezahlte Alternative und ermöglichen die Nutzung erweiterter Funktionen. Der Basic Account beinhaltet alle wichtigen Funktionen und die in diesem Leitfaden erwähnten Tipps und Tricks. Ein bezahlter Account lohnt sich zum Beispiel für die Rekrutierung oder zu Marketing-Zwecken.

### **1.4 Warum auf LinkedIn sein?**

Die Nutzerzahlen von über 645 Millionen zeigen die Dimensionen und Möglichkeiten des sozialen Netzwerks auf. Durch ein Profil auf LinkedIn werden Sie sichtbar – sowohl für ihre bereits bestehenden Kontakte aber auch für neue. Bleiben Sie up-to-date, was bei ihren Arbeitskolleg\*innen läuft und tauschen Sie sich mit Gleichgesinnten und Ihrer Zielgruppe zu verschiedenen Themen aus.

Xing, die deutsche Variante von LinkedIn, ist im DACH-Raum weit verbreitet. LinkedIn hingegen begrenzt sich nicht auf eine Region und ist internationaler. Wenn Sie viele Geschäftskontakte im deutschsprachigen Raum haben oder auf Jobsuche sind, ist Xing ebenso wichtig – verlangt für viele Funktionen aber einen Premium-Zugang.

### **1.5 Der Aufwand**

Wenn Sie sich wöchentlich 20 Minuten Zeit für LinkedIn nehmen, bleiben Sie auf dem neuesten Stand. Idealerweise teilen Sie diese Zeit in kleinere Blöcke auf und schauen mehrmals wöchentlich in Ihren Feed. Je regelmässiger Sie aktiv sind, desto mehr bekommen Sie mit, was läuft. Nehmen Sie an Diskussionen teil oder posten Sie einen Beitrag, reagieren Sie zeitschnell auf Antworten und Kommentare – um den Dialog mit Ihrem Netzwerk aufrecht zu erhalten.

## **2 LinkedIn für Personen**

Mitarbeitende sind als Corporate Influencer aktiv. CEOs brauchen mehr als nur ein Profil, sondern eine aktive Rolle. Auch als Privatperson bietet LinkedIn verschiedene Nutzungsmöglichkeiten.

### **2.1 Ich als Teil des Unternehmens**

Als Mitarbeiter\*in agieren Sie für Ihr Unternehmen als Corporate Influencer. Sie stehen für Ihre\*n Arbeitgeber\*in in der Öffentlichkeit und können Aspekte Ihrer Arbeit mit dem sozialen Netzwerk teilen. Geben Sie Einblicke in Ihren Alltag und Ihre Aufgaben, verbreiten Sie spannende Entwicklungen aus Ihrem Fachbereich und teilen Sie Ihr Fachwissen in Beiträgen und Artikeln. Zeigen Sie, wie es ist, für Ihr Unternehmen zu arbeiten.

### **2.2 Ich als Expert\*in**

Als Fachperson für Ihren Beruf reicht es nicht, ein LinkedIn-Profil zu haben; seien Sie damit aktiv. Schweizer CEOs sind auf LinkedIn noch untervertreten und passiv. Doch sie sind es, die die Bedeutung der digitalen Transformation herausstreichen. Erreichen Sie mit mehr Aktivität auch Ihre Mitarbeiter\*innen, führen Sie einen offenen Diskurs und geben Sie etwas von sich preis. Seien sie aktiv, posten Sie Beiträge, regen Sie Diskussionen an und führen Sie den Dialog mit Ihren Mitarbeiter\*innen auf Augenhöhe. Teilen Sie Ihr Fachwissen, kommentieren Sie, führen Sie Gespräche – und schauen Sie sich dabei nach den Besten in Ihrer Branche um.

### **2.3 Ich als Privatperson**

Als Privatperson können Sie mit LinkedIn Ihr berufliches Netzwerk etablieren und vergrössern, ohne aktiv zu posten. Vernetzen Sie sich mit früheren Arbeitskolleg\*innen und alten Schulfreund\*innen – vielleicht ergeben sich spannende Perspektiven für künftige Projekte oder Jobs. Nutzen Sie Gruppen und Artikel, um sich weiterzubilden. Finden Sie interessante Arbeitgeber\*innen und Jobs. Bewerben Sie sich direkt via LinkedIn.

Wichtig ist, dass Sie in ihrer Rolle authentisch sind. Die verschiedenen Rollen überlappen sich, und das ist in Ordnung. Betreuen Sie Ihr Profil mit Sorgfalt und seien Sie sich Ihrer Ausstrahlung bewusst. Bleiben Sie dran, entwickeln Sie Ihr Profil stetig weiter und lernen Sie Neues dazu.



## 2.4 Konzept

*1. Zielsetzung:* Überlegen Sie sich, wofür Sie LinkedIn nutzen wollen. Als Karriere-Plattform, um einen neuen Job zu finden? Oder als Corporate Influencer? Suchen Sie neue Mitarbeitende? Oder wollen Sie sich ihrem beruflichen Netzwerk mitteilen?

*2. Dialoggruppe:* Wen wollen Sie auf LinkedIn erreichen? Suchen Sie den Dialog mit potenziellen Arbeitgebern oder früheren Kolleg\*innen? Zielgruppenspezifischer Inhalt macht auch auf LinkedIn Sinn.

*3. Inhalt und Umsetzung:* Was publizieren Sie auf LinkedIn, und wie erreichen Sie ihre Kontakte? Veröffentlichen Sie Posts, oder auch Artikel? Was interessiert Ihre Zielgruppe überhaupt? In welcher Sprache publizieren Sie die Inhalte? Wie oft lesen Sie Rückmeldungen oder monitoren, was läuft? Wichtig: Bleiben Sie authentisch.

*4. Evaluation:* Wen erreichen Sie mit ihren Aktivitäten? Wie häufig wird Ihr Profil angeschaut? Wie sorgen Sie für eine laufende Steigerung? Evaluieren Sie Ihre Beiträge. Statistiken finden Sie gleich unter dem jeweiligen Beitrag.

## 2.5 Fünf Basis-Tipps für das eigene Profil

Mit diesen fünf Grundlagen in ihrem Profil sind sie bereits gut unterwegs:

*Vollständigkeit:* Geben Sie Ihre vergangenen Job-Stationen an, Ihre Ausbildungsstätten und Ihre Fähigkeiten. Schreiben Sie eine kurze Einleitung in ihrem Profil. So ergibt sich ein Gesamtbild Ihrer Qualitäten und potenzielle Arbeitgeber\*innen können Sie als Fachkraft einschätzen.

*Sichtbarkeit:* Wer sucht, der findet – das gilt nicht automatisch für LinkedIn. Stellen Sie Ihre Privatsphäreneinstellungen entsprechend ein und sorgen Sie dafür, dass man Sie jederzeit findet. Dort können Sie auch festlegen, welche Teile Ihres Profils öffentlich sichtbar sind und welche Angaben nur Ihre Kontakte sehen.

*Skills und Endorsements:* Die Angaben zu Ihren Fähigkeiten und Fertigkeiten sind wichtig, um Ihre Qualitäten und Ihr Fachwissen zu betonen. Arbeitgeber\*innen suchen danach, Gleichgesinnte finden einander. Geben Sie Ihren Kolleg\*innen Endorsements, also Bestätigungen für ihre Skills.

*Liken & Teilen:* Mit dem liken und teilen von Beiträgen erhöhen Sie Ihre Sichtbarkeit weiter. Ihre Kontakte sehen, welche Beiträge Ihnen gefallen und was Sie interessiert – und behalten Sie im Blickfeld.

*Recommendations:* Recommendations, also Empfehlungen, sind wie Arbeitszeugnisse – Kolleg\*innen oder (ehemalige) Vorgesetzte schreiben eine Bewertung Ihrer Fähigkeiten. Im englischsprachigen Raum sind diese Empfehlungen stark verbreitet und sehr wichtig bei der Jobsuche. Potenzielle Arbeitgeber\*innen schauen sich hier an, was Sie können und in Ihrem Job leisten.



**Bernet**  
Relations



Message

More...

**Dominik Allemann** · 1st

Owner/CEO bei Bernet Relations

Zürich Area, Switzerland · [500+ connections](#) · [Contact info](#)

**B** Bernet\_PR AG für  
Kommunikation  
 Schweizerisches PR Institut  
SPRI

### Activity

1,619 followers



**LOVE it! :)**

Dominik commented



**Ein wirklich wichtiges Helferli in meinem Alltag. Und sehr gut, wenn...**

Dominik commented



**Nachhaltigkeit kommunizieren oder nachhaltig kommunizieren? Wir sind...**

Dominik shared this  
10 Reactions · 1 Comment



**Was für eine weitsichtige und kluge Initiative vom SAH. Bravo. Sehr...**

Dominik shared this  
1 Reaction

[See all activity](#)

### Experience



**Bernet\_PR AG für Kommunikation**

16 yrs 3 mos

**Co-Owner/CEO**

May 2013 – Present · 7 yrs 4 mos  
Zürich

**Senior-Consultant, Co-Geschäftsführer**

Jan 2008 – Apr 2013 · 5 yrs 4 mos  
Zürich

**PR Consultant**

Jun 2004 – Dec 2007 · 3 yrs 7 mos  
Zürich

Berater, Dozent, Blog-Autor



**Member Board Of Directors**

ECCO International Communications Network  
Dec 2017 – Present · 2 yrs 9 mos

Abbildung 1: Beispiel eines Profils auf LinkedIn



## **2.6 Das eigene Netzwerk aufbauen und pflegen**

Vernetzen Sie sich mit aktuellen und ehemaligen Mitarbeitenden, Studienkolleg\*innen, Freunden und Freunden von Freunden. Der Algorithmus schlägt Ihnen aufgrund bestehender Vernetzungen weitere Kontakte vor, die Sie möglicherweise kennen. Je grösser Ihr Netzwerk, desto mehr Personen werden mit Ihren Updates erreicht. Stellen Sie regelmässige Interaktionen her, liken Sie die Beiträge Ihrer Kontakte und kommentieren Sie – teilen Sie so Ihr Fachwissen und steigern Sie Ihre Sichtbarkeit weiter. Folgen Sie relevanten Meinungsmacher\*innen Ihrer Branche. Durch +Follow auf deren Profilen sehen Sie ihre Beiträge, sind aber nicht persönlich mit ihnen vernetzt.

Nehmen Sie sich Zeit, um den Einstieg bei LinkedIn zu finden. Stellen Sie sicher, dass Ihre Angaben aktuell sind. Finden Sie spannende Beiträge, und teilen Sie diese mit Ihrem Umfeld. Bauen Sie Ihr Profil auf und interagieren Sie mit Ihrem Netzwerk – online und offline.

Wen nehmen Sie als Kontakt an, wem schicken Sie eine Anfrage? Die Antwort dazu finden Sie ganz am Ende des Leitfadens in Kapitel 4.3; mit vier weiteren praktischen LinkedIn-Tipps.



### **3 LinkedIn für Unternehmen**

LinkedIn bietet für Organisationen ein digitales Schaufenster, um mit Stakeholdern zu kommunizieren. Diese Chance muss genutzt werden: Aktive Unternehmen erhöhen ihre Sichtbarkeit und gehen den direkten Dialog ein.

#### **3.1 Das Unternehmen im Schaufenster**

Stellen Sie sicher, dass Ihr Unternehmensprofil vollständig ist. Denn das LinkedIn-Profil ist nebst der Website und weiteren Social-Media-Accounts eine wichtige Anlaufstelle für Geschäftskontakte. Geben Sie Kontaktdaten an, platzieren Sie Ihr Logo im Profilbild und schreiben Sie offene Jobs aus. Nutzen Sie den Platz, den Sie für Beschriebe erhalten und füllen Sie ihn mit wissenswerten Informationen zu Ihrem Unternehmen. Auch bei Unternehmensseiten stellt sich die Frage: Gratis oder Paid Account? Die meisten Features nutzen Sie auch ohne Bezahlung. Je nach Ihren Zielen lohnt sich ein entsprechender Paid Account, z.B. auch die Recruiter-Version für die Suche nach neuen Mitarbeitenden.

#### **3.2 Fokuseiten**

Die Fokuseiten geben Unternehmen mehr Platz für spezielle Bereiche. Dort werden separate Unterseiten zu wichtigen und grösseren Themen wie Geschäftsberichten oder Unternehmensinitiativen eingerichtet. Dabei wird mit einer spezifischen Zielgruppe eine langfristige Beziehung aufgebaut und gepflegt.

#### **3.3 Follower gewinnen und Community aufbauen**

Es reicht nicht, einfach ein Profil für Ihre Organisation zu erstellen und gut ist. Nutzen Sie Ihr Profil aktiv und treten Sie mit Ihren Stakeholdern in den Dialog. Machen Sie Gebrauch von Hashtags und Tags, posten Sie spannenden Content mit Bildern oder Bewegtbildern. Antworten Sie stets innert kurzer Zeit auf Kommentare und persönliche Nachrichten; nutzen Sie die Plattform für den regen Austausch auf Augenhöhe. So nutzen Sie LinkedIn für Vertrauensbildung und nachhaltige Beziehungen mit Ihren Stakeholdern.

#### **3.4 Themenplanung**

Planen Sie die Inhalte, die Sie auf LinkedIn veröffentlichen. So, wie Sie das auch auf anderen Plattformen machen. Beziehen Sie LinkedIn als Kanal in Ihrer Themenplanung mit ein und folgen Sie beim Vorbereiten und Veröffentlichen der Beiträge der festgelegten Strategie.





### **3.5 LinkedIn-Ads**

LinkedIn bietet die Möglichkeit, direkt Ads zu schalten. Das Prinzip ist ähnlich wie bei gängigen Modellen auf Facebook oder Instagram. Ihr Post wird als *Sponsored Content* deklariert und kann an eine ausgewählte Zielgruppe gestreut werden. Das Budget wird selbst bestimmt (verschiedene Varianten möglich, z.B. Tages- oder Gesamtbudget) und die Anzeigen können jederzeit gestoppt werden. Mehr dazu [hier](#).

### **3.6 Nach Fachexpert\*innen Ausschau halten**

Ob Sie neue Mitarbeitende suchen, jemanden für einen Vortrag buchen oder einfach in Ihrer Branche auf dem aktuellen Stand bleiben wollen: LinkedIn bietet die Möglichkeit, Fachexpert\*innen auf jeglichen Gebieten zu finden. Dafür sind die LinkedIn-Gruppen nützlich. Dort taumeln sich Gleichgesinnte und Meinungsführer\*innen aus ihren Spezialgebieten.

### **3.7 Corporate Influencer**

Auf Plattformen wie LinkedIn ist das Unternehmen wie im Schaufenster ausgestellt. Dazu tragen auch Posts und Artikel von Mitarbeitenden bei. Diese können als Corporate Influencer, also als Botschafter\*innen des Unternehmens eingesetzt werden. Damit repräsentieren auch sie das Unternehmen gegen aussen. Als eine erste transparente Massnahme folgen die Mitarbeitenden der eigenen Unternehmensseite und stellen diese als aktuellen Job ein. Damit werden sie auf der Unternehmensseite als Mitarbeitende aufgelistet. Weiter teilen Sie Beiträge und Artikel des Unternehmens, und zeigen bestenfalls ihre eigenen Hintergrundgeschichten aus dem Arbeitsalltag.

**Bernet Relations AG**  
Public Relations & Communications - Zürich, Switzerland · 390 followers

Wir vernetzen Menschen und Unternehmen mit Kommunikation. Kreativ, sorgfältig und effizient.

Visit website

Nico & 8 other connections work here  
See all 10 employees on LinkedIn

**About**  
Bernet Relations vernetzt Menschen und Unternehmen mit Kommunikation. Wir schärfen, formulieren, entwickeln und platzieren wirksame Botschaften. Als Experten erkennen wir Entwicklungen, als Macher setzen wir um. Als... see more

**Affiliated pages**  
**Studie Social Media Schweiz 2016**  
Public Relations & Communications  
10 followers  
+ Follow

**Similar pages**  
**Bernet Telecom LP**  
Telecommunications  
+ Follow  
**BCW Switzerland**  
Public Relations & Communications  
+ Follow  
**PostFinance Ltd**  
Financial Services  
2 connections  
+ Follow

**#CancelCulture** - ein Begriff, der seine Anfänge in den USA hat und sich zusehends auch in unseren Breitengraden wiederfindet. Ein Einordnungsversuch: <https://bit.ly/30pc97Z>  
See translation

**SILENCIO SILENCE**

Zuhören, nicht abkanzeln  
bernet.ch

1

Like Comment Share Send

Be the first to comment on this

Your dream job is closer than you think  
See jobs  
LinkedIn

Abbildung 2: Beispiel eines Unternehmensprofils auf LinkedIn

## 4 Mitmachen und aktiv bleiben

Was wollen Sie auf LinkedIn erreichen? Was ist ein Beitrag, was ein Update? Und wie trete ich einer Gruppe bei? Wichtige Fragen, um sich auf LinkedIn zurechtzufinden. Hier bekommen Sie die wichtigen Antworten.

### 4.1 Formate: Profil, Beitrag vs. Artikel, Stories und Live

*Das Profil:* LinkedIn ermöglicht persönliche Profile und Unternehmensprofile. Ein persönliches Profil zeigt die beruflichen Stationen, Ausbildungen und Fähigkeiten einer einzelnen Person. Unternehmensprofile hingegen repräsentieren das gesamte Unternehmen oder die Organisation. Sie enthalten Informationen wie einen Kurzbeschreibung, offene Jobs und eine Übersicht aller Mitarbeitenden mit einem LinkedIn-Profil. Der Unternehmenskanal kann von mehreren Mitarbeitenden gepflegt werden, wenn sie Administratoren der Seite sind. Wichtig dabei ist, Inhalte, Tonalität und Frequenz vorgängig im Team zu besprechen.

*Der Beitrag:* Beiträge sind klassische Social-Media-Posts. Fügen Sie ein Bild oder Video hinzu und versehen sie den Post mit passenden Hashtags oder Nennungen via @. Überlegen Sie sich: Was können Sie Ihrem Netzwerk bieten, das auf wirkliches Interesse stösst? Wie bieten Sie einen Mehrwert? Überlegen Sie sich, was Ihre Zielgruppe hören will und veröffentlichen Sie wirklich nur das. Inspirieren Sie, geben Sie Tipps und teilen Sie Ihr Fachwissen auf der Plattform. Nutzen Sie dabei Emojis – aber weniger ist mehr.

*Der Artikel:* Verfassen Sie umfassendere Artikel zu spannenden Themen, die mehr als nur ein Update wert sind. Schreiben Sie Ihre beruflichen Herausforderungen und aktuelle Trends Ihrer Branche, und bringen Sie Ihre Fachkenntnisse ein.

*Die Story:* Seit Oktober 2020 ist die Story-Funktion von LinkedIn in der Schweiz verfügbar. Die Stories erweitern als leichte, unterhaltsame, vergängliche Updates die Themenvielfalt. Mit der Story-Funktion will LinkedIn vom Büro und Sitzungstisch in den Pausenraum vordringen. Unternehmen können Stories nutzen, um Situationen aus dem Unternehmensalltag zu zeigen, live von Ereignissen zu berichten und Mut zum Imperfekten zu zeigen.

*Das LinkedIn-Live:* Die Funktion für Live-Video-Übertragungen auf LinkedIn ist nur für eine beschränkte Anzahl Unternehmen und Nutzer\*innen verfügbar. Bewerben Sie sich via [Online-Formular](#) als Live-Broadcaster.

#### **4.2 Spezielle Funktionen: Gruppen, Hashtags und LinkedIn Learning**

Durch regelmässiges einloggen bei LinkedIn sehen Sie aktuelle Trends und erfahren, was zurzeit wichtig ist. Durch LinkedIn Learning und verschiedene Gruppen erweitern Sie Ihr Netzwerk und Ihre Kenntnisse rund um Themen, die Sie interessieren.

*Gruppen:* Fachgruppen bieten Unternehmen und Privatpersonen die Möglichkeit, das Netzwerk zu vergrössern, Inhalte zu teilen und sich in Diskussionsforen auszutauschen. Der ideale Boden also, um sich auf einem bestimmten Gebiet als Expert\*in zu positionieren. Idealerweise sucht man sich ein Set zusammen, das alle Ansprüche abdeckt: Nebst Branchen- oder Themengruppen empfiehlt es sich, Fachgruppen aus der Region oder der Alumni-Gruppe der eigenen Hochschule beizutreten. Gruppen finden Sie bei der Search-Leiste: Klicken Sie auf den Button «Gruppen» und starten danach die Suche.

*Hashtags:* Benutzen und folgen Sie Hashtags wie #Kommunikation oder #SocialMedia und bleiben Sie über Themenbereiche auf dem Laufenden. So finden Sie spannende Beiträge von Fachexpert\*innen und interessante News aus Ihrer Branche.

*LinkedIn Learning:* Die Tochtergesellschaft von LinkedIn ist eine Online-Bildungsplattform, die Videokurse anbietet. Branchenexpert\*innen unterrichten in den Bereichen Software, Kreativität und Business. Für monatlich rund CHF 35.- sind über 5'000 Kurse aufgeschaltet, die Sie in ihren Fach- und Interessensbereichen weiterbilden.

### **4.3 Kurz und knapp: fünf LinkedIn-Tipps**

Fünf wichtige Tipps für die LinkedIn-Nutzung, kurz und knapp zusammengefasst:

#### **1. Saubere, korrekte und lückenlose Inhalte**

Das gilt für Profil, Update und Artikel: Stellen Sie sicher, dass Ihr Content fehlerfrei und lückenlos ist. Alle Ausbildungsstationen ergänzt? Das ist bei der Jobsuche essentiell. Kommentieren Sie gerade einen Fake-News-Beitrag? Und stimmen die Fakten in Ihrem Beitrag? Nehmen Sie sich die Zeit und agieren Sie vorsichtig. Auch auf LinkedIn tummeln sich vermehrt Unwahrheiten.

#### **2. Variantenreich statt statisch**

Eintöniger Content will im Jahr 2020 niemand sehen. Nutzen Sie verschiedene LinkedIn-Formate: Veröffentlichen Sie Artikel, Updates mit Bildern und Videos, nutzen Sie Hashtags und Verlinkungen. Teilen Sie keine Beiträge, ohne Ihre Sicht dazu einfließen zu lassen. Bieten Sie Ihrem Netzwerk Substanz und spielen Sie mit den Möglichkeiten, mit Ihrem Netzwerk in Kontakt zu bleiben.

Legen Sie bewusst fest, wen sie zu Ihrem Netzwerk hinzufügen. Und welche Kontakt-Anfragen Sie annehmen oder ablehnen. Gehen Sie strategisch vor und bestimmen Sie, wie weit Sie gehen wollen: Verknüpfen Sie sich nur mit Menschen, die sie im realen Leben kennen? Oder weiten Sie den Kreis auf jene aus, die in Ihrer Branche eine wichtige Rolle spielen? Nehmen Sie jede Anfrage an, die Sie erhalten? Auch hier gilt: Qualität vor Quantität. Ein grosses Netzwerk nützt nichts, wenn Sie es nicht kennen.

#### **4. Über den Tellerrand hinausschauen**

Folgen Sie den Expert\*innen auf Ihrem Gebiet und schliessen Sie sich interessanten Fachgruppen an. Schauen Sie auch über den Tellerrand hinaus und suchen Sie nach weiteren spannenden Persönlichkeiten. Wie sieht es mit Content aus anderen Branchen aus? Ein einfacher Anfang machen die offiziellen LinkedIn-Influencer, die als solche gekennzeichnet sind. Schauen Sie sich um und folgen Sie interessanten Expert\*innen anderer Fachgebiete. So vergrössern Sie auf einfache Weise ihren Horizont.

#### **5. Persönlich ≠ privat**

LinkedIn ist ein berufliches Netzwerk. Trotzdem gibt es einen Trend zu vermehrt privaten Inhalten. LinkedIn soll nicht Facebook oder Instagram ablösen, sondern eine Plattform für den Arbeits-Austausch bleiben; wichtig dabei ist die Unterscheidung von persönlich und privat. Lassen Sie also die Katzenvideos auf anderen Plattformen. Das bedeutet aber nicht, dass Sie keine persönlichen Inhalte teilen sollen. Spannende Einblicke in den Arbeitsalltag und Blicke hinter die Kulissen sowie Expertenmeinungen zu Branchen-News sind gefragt und beliebt.



## **Weiterführende Quellen und Links**

[20 Tipps für ein besseres LinkedIn-Profil – von LinkedIn selber](#)

[Tipps für ein erfolgreiches Unternehmensprofil](#)

[Linkliste bei Refind.com zum Thema «Business-Networks»](#)

### **Im bernetblog:**

[LinkedIn und interne Kommunikation: «intern vor extern» war gestern](#)

[What's the glory LinkedIn Story](#)

[ECCO-Studie: Social CEO – LinkedIn stark, Twitter stagniert](#)

[alle LinkedIn-Beiträge im Bernetblog](#)