



LinkedIn Quick Start Guide

Dein Einstieg ins LinkedIn Marketing mit Checklist und Planner

LinkedIn Quick Start Guide

Dein Einstieg ins LinkedIn Marketing mit Checklist und Planner

Für Selbständige aus dem deutschen Sprachraum ist LinkedIn derzeit das einzige Business-Netzwerk von Relevanz. Laut den Marktforschungsdaten von Statista.com hatte die Plattform Ende 2022 rund 227 Millionen Nutzer in Europa, von denen über 19 Millionen Mitglieder aus der DACH-Region stammen – es wird Zeit, dass auch du auf LinkedIn aktiv mitmischst!

Sichtbar zu werden mit dem eigenen Angebot ist eine Herausforderung, die sich mit LinkedIn sehr gut lösen lässt. Du kannst deine Marke aufbauen, indem du deine Werte und deine Mission mit einem größeren Publikum teilst. Erzähle deine Geschichte, indem du relevante Inhalte veröffentlichst. So erhöhst du den Bekanntheitsgrad, aber auch die Glaubwürdigkeit deines Angebots. Wer sich authentisch auf LinkedIn präsentiert, zieht genau die richtigen Kundinnen und Kunden an, findet passende Geschäftsbeziehungen und wird im eigenen Netzwerk sogar empfohlen. LinkedIn kann dir aber noch mehr bieten. Du kannst in dem Netzwerk nicht nur anderen Personen „folgen“, sondern auch Unternehmensseiten und sogar einzelnen #Hashtags. So kannst du durch die Vordenker in deiner Branche und Influencer zu für dich wichtigen Themen wertvolle Einblicke in Branchentrends, Herausforderungen und Chancen gewinnen. Es lohnt sich also für dich, wenn du LinkedIn in deine Planung aufnimmst und jede Woche ein paar Stunden investierst, um dort Reichweite und Sichtbarkeit aufzubauen. Für den Start empfehlen wir dir 3 Postings wöchentlich – und jeden Morgen eine Viertelstunde Netzwerkpflege.

Auf den folgenden Seiten des LinkedIn Quick Start Guides zum Download findest du:

- Eine Checklist für dein LinkedIn-Profil
- Die Anatomie eines LinkedIn Postings
- Deine Checklist der besten Tipps und Tricks
- Deinen Content-Planner für jede Woche

Installiere dir im ersten Schritt die LinkedIn App auf deinem Smartphone. So hast du dann dein neues Netzwerk immer dabei und kannst Wartezeiten nutzen, um deine Kontakte aufzubauen und zu pflegen.

Viel Spaß und Erfolg!



Carola Heine ist gekommen, um zu schreiben. Die lexoffice Bloggerin und Marketingexpertin unterstützt dich mit kompakten Tipps beim erfolgreichen Einstieg ins LinkedIn-Marketing.

5 Gründe
warum du jetzt
mit LinkedIn
starten solltest.



Sichtbarkeit

Mit LinkedIn deine Marke aufbauen

Die Business-Plattform ermöglicht es dir, abseits von SEO (Suchmaschinenoptimierung) und Anzeigen den Bekanntheitsgrad innerhalb deiner Zielgruppe aufzubauen.



Umsatz

Leads generieren plus Kundenbindung

Auf LinkedIn kannst du mit potenziellen Kund:innen neue Beziehungen aufbauen und dabei viel über den Bedarf der Menschen lernen, an die du verkaufen willst.



Traffic

Vorhandene Inhalte zweitverwerten

Was du auf deine Website, ins Blog oder in deinen Newsletter geschrieben hast, kannst du auf LinkedIn wiederholen und durch das Verteilen von Links Website-Besuche generieren.



Networking

Kontakte strategisch aufbauen

Ob du neue Mitarbeiter:innen suchst, Partnerschaften und Kooperationen eingehen möchtest oder auf der Suche nach frischen Lieferanten bist: LinkedIn-Präsenz hilft dir dabei.



Kosteneffiziente Werbung

Passgenaue Anzeigen schalten

Mit LinkedIn-Anzeigen kannst du bis ins letzte Detail filtern, wer deine Anzeigen zu sehen bekommen soll abhängig von Firmengröße, Jobstatus und vielen Einzelheiten mehr.

LinkedIn Profil-Checklist für Unternehmer:innen

Wer aktiv ist,
wird gesehen

1 LinkedIn App

Mit der App dein Profil und Beiträge effizient verwalten

Um die Nutzung der mobilen App führt auf der LinkedIn Plattform kein Weg herum. Schließlich willst du die Plattform so sehen wie die meisten anderen und sie außerdem immer dabei haben. Prüfe aber auch die Desktop-Ansicht deines Profils/deiner Seite.

2 Professionelles Foto

Nur das Gesicht bitte: ein aktuelles, gut ausgeleuchtetes Bild

Ohne ein gutes Foto geht auf LinkedIn gar nichts – schließlich ist der Blick in dein Gesicht der erste echte Eindruck, den sich jemand verschaffen kann. Auf LinkedIn kannst du aber auch eine kleine Audio-Message aufsprechen, zum Beispiel wie dein Name ausgesprochen wird.

3 Echter Vorname und Name

LinkedIn ist ein seriöses internationales Business-Netzwerk

Was auf Facebook, Instagram oder Twitter noch gang und gäbe ist, kommt auf LinkedIn keinesfalls in Frage: Hier kannst du nicht anonym agieren, deinen Firmennamen als Profilnamen für dich als Person verwenden (dafür gibt es Seiten) oder den Namen abkürzen.

4 Headline: der Profiltitel

Eine aussagekräftige Info, die zum Weiterlesen motiviert

220 Zeichen Text stehen dir zur Verfügung, um einerseits zu zeigen, was bei dir zu erwarten ist und andererseits die Menschen neugierig darauf zu machen, sich den Rest deines Profils anzuschauen. Klingt tricky? Ist es auch: für den Anfang genügt eine normale Beschreibung.

5 Profil-Internetadresse

Die URL (Einzelseitenadresse) deines Profils anpassen

Beim Anlegen deines Profils teilt LinkedIn dir automatisch eine Website-Adresse innerhalb der Plattform zu. Oft enthält diese Zeichen und Zahlen und du möchtest lieber nur deinen Namen nehmen. Du kannst Profil- und Seitenadressen aber selbst anpassen.

6 Letzte Aktivitäten auf der Plattform

Deine Likes, Comments, Artikel und Beiträge sind einsehbar

In den Aktivitäten deines Profils kann jeder Besucher:in der Plattform sich einen Einblick darüber verschaffen, mit wem du interagierst. Das heißt im Umkehrschluss auch: Man sieht auch, wenn du nicht aktiv bist – und das sieht für Beobachter:innen dann nicht so gut aus.

7 Creator-Modus einschalten

LinkedIn hat einen eigenen Modus für Publisher:innen

Wenn du nun regelmäßig eigene Beiträge veröffentlichst, solltest du deinen LinkedIn Account auf den Creator-Modus umschalten. Das geht direkt in deinem Profil und ermöglicht dir dann im Anschluss das Eintragen deiner Infos in zusätzliche, gut sichtbare Profelfelder.

8 Lebenslauf und Tätigkeiten im Profil

Inklusive aller für deine Tätigkeit relevanten Tätigkeiten

Du kannst auf LinkedIn das Feld für den beruflichen Lebenslauf nutzen, er ist aber nicht so streng auszufüllen wie bei einer Bewerbung: Du trägst alles ein, was zu deinem aktuellen Profil positiv beiträgt oder ein gutes vielfältiges Bild von dir und deinen Interessen erzeugt.

9 Headerbanner für Profil und Seite

Dein Banner bietet weiteren Platz für Selbstdarstellung

Sowohl dein Profil als auch jede Unternehmensseite haben ein grafisches Banner, das du in den oberen Bereich hochladen kannst. Du kannst es mühelos mit www.canva.com erstellen, dort findest du die jeweils richtige Größe und auch viele Designvorlagen.

10 Empfehlungen für dich und für andere

LinkedIn hat ein integriertes Empfehlungsmanagement

Dank der Funktionen, mit denen andere dein Wissen bestätigen können (und du das Wissen anderer) und der Möglichkeit, andere auch direkt um eine Empfehlung zu bitten, kannst du deine Sichtbarkeit um wirksame und daher wichtige Referenzen ergänzen.

Sichtbar werden als
Unternehmer:in

LinkedIn Checklist: Diese Tipps und Tricks solltest du kennen

Der erste Satz
muss sitzen

1 LinkedIn Algorithmus

Regelmäßige Postings kurbeln die Sichtbarkeit an

Jeden Tag Inhalte zu erstellen ist wirksam, aber auch sehr aufwändig. Du kannst dir für drei Tage die Woche einen Beitrag erstellen und dabei auch einen thematischen Rhythmus festlegen, das macht es einfacher: Montags einen Tipp, Mittwochs einen Link und so weiter.

2 Postings auf LinkedIn vorplanen

Direkt auf der Plattform kannst du Beiträge planen

Wenn du mehrere Beiträge auf einen Schlag vorbereitest, bist du schneller. Du kannst sie dann auch mehrere Tage oder Wochen vorplanen, denn beim Öffnen eines Beitrags hast du automatisch auch einen Planungsfunktion, um dir das Publizieren zu erleichtern.

3 Kommentar-Boost für dein Posting

Ein kleiner Trick für schnell mehr Reichweite

Wenn jemand aus deinem Netzwerk bei dir ein Like oder einen Kommentar hinterlässt, gibt dies deiner Reichweite einen extra Anschlag. Antworte unbedingt immer auf jeden einzelnen Kommentarbeitrag bei dir. Nach 30 Minuten kannst du „notfalls“ selbst kommentieren.

4 Ein Like ist weniger als ein Kommentar

Die erste Reaktion ist die wirksamere

Wenn dir bei anderen ein Beitrag gefällt, kannst du die Reichweite dieser Person durch einen Kommentar am besten stärken. Ein Like hilft auch, bringt aber weniger Schwungmasse. Die erste deiner Reaktionen sollte also immer ein Kommentar sein, auch bei deinen Postings.

5 Auf Kommentare anderswo reagieren

Networking basiert auf Austausch und neuen Kontakten

Beim Die beste Möglichkeit zu sehen, wer für dich ein interessanter Kontakt sein könnte, sind die über das Profil abrufbaren „Aktivitäten“ der Person. Auch die Kommentare unter anderen Beiträgen, die dir eine wunderbare Möglichkeit des Austauschs bieten werden.

Beiträge lassen sich
auch vorplanen

6 Der „Hook“ muss sitzen

Ein guter Aufhänger oder Einstiegssatz zieht Besucher:innen

Der „Hook“ ist der Haken, den du in die Aufmerksamkeit deiner Leser:innen schlägst (wie beim Fischen), damit sie weiterlesen. Man sieht die ersten anderthalb Zeilen und diese sollten auf den Inhalt sofort ganz neugierig machen, ohne dabei reißerisch zu sein.

7 Keywords sind überall in deinen Texten

Die Menschen nutzen LinkedIn als Business-Suchmaschine

Jeder Satz in deinem Profil, jedes einzelne Posting und natürlich die von dir verwendeten zu deinem Angebot gehörenden Begriffe werden gefunden, wenn jemand über die Suche danach forscht. Damit das klappt, musst du diese Wörter aber auch unbedingt verwenden.

8 Bis zu 5 Hashtags pro Post

Mit der kleinen Raute vorm Keyword Inhalte verbinden

Spannende Branchen- oder Themen-Hashtags können auf LinkedIn separat abonniert werden. Du willst also einen eigenen unverwechselbaren Hashtag für dein Business, ein oder zwei populäre zum Thema und dann noch einen oder zwei präzise Begriffe verwenden.

9 Andere Personen und Firmen „taggen“

Mit einem @ vor dem Namen lassen sich andere verlinken

Wenn du ein Posting schreibst, das auch für andere relevant ist, weil sie beispielsweise angesprochen waren oder bei einem Event dabei waren, kannst du sie mit @direkt im Post verlinken. Achte darauf, nur wenige Menschen zu nehmen und solche, die auch reagieren.

10 Newsletter, Unternehmensseiten und Ads

LinkedIn bietet dir zahlreiche Werkzeuge für Wachstum

Innerhalb von LinkedIn kannst du im Basisprofil kostenfrei ein Profil für dich, eine Seite für deine Firma und öffentlich abrufbare Newsletter für eins von beidem oder beide anlegen. Du kannst auch passgenaue Anzeigen schalten. (Die Premium-Mitgliedschaft kann noch mehr.)

Empfehlen und
empfohlen werden

Checklist: Anatomie eines LinkedIn Postings

Welche Inhalte wirken wie?

Mehrwert-Posting:

Hilft den Leser:innen mit einer konkreten Problemlösung oder Anleitung

5 Beispiele:

- „So habe ich das gelöst“
- „Antwort auf häufige Frage“
- „Schritt für Schritt ...“
- „Anatomie von ...“
- „Ich sah eine Lösung (Link)“¹

Unterstützt dich beim
Aufbau von Glaubwürdigkeit
und damit Reichweite

Expertise-Posting:

Hilft dich als Anlaufstelle für eine Problemlösung zu etablieren

5 Beispiele:

- Eine Kundenreferenz
- Eine Case Study
- Ein Gastbeitrag/Interview
- Ein Erfahrungsbericht
- Meinungsbeitrag zu einem Problem

Unterstützt beim Aufbau
von Glaubwürdigkeit,
sorgt für Umsatz

7 Tipps für Einsteiger:innen:

1. **Frequenz:** Mindestens zwei, besser drei Postings pro Woche über einen Zeitraum von mindestens drei Monaten, besser sechs.
2. **Strategie:** Ein Mix aus Text-, Bild- und Video-Postings plus Links mit einem spannenden Aufmacher und einem Call-to-Action (CTA).
3. **Layout:** Mit kurzen Absätzen, Listen mit Emojis als Bullet-Points und Textformatierungen sind Postings abwechslungsreicher.
4. **Ziele:** So verlockend spontane Postings auch scheinen, jeder Inhalt von dir sollte auf deine Selbstdarstellung einzahlen.
5. **Lockerlassen:** Die ersten 20 Videos sind schlecht, die ersten Postings noch unbeholfen ... weitermachen, es gehört dazu!
6. **Video:** Du musst keine professionell aufbereiteten Videos posten – probiere doch einfach die Live-Option auf LinkedIn aus.
7. **Recyceln:** Jedes Thema kann mit ein paar Wochen Abstand erneut aufgegriffen und etwas anders erneut aufbereitet werden.

Weiter gehts auf
der nächsten Seite.

Checklist: Anatomie eines LinkedIn Postings

7 Bestandteile eines erfolgreichen LinkedIn Postings

1

Ein spannender Einstieg

Der „Hook“, Trigger oder Teaser muss wirken

Stell Fragen oder Annahmen auf: Die ersten drei Zeilen deines Postings sind entscheidend.

 Notizen:

2

Formate gerne ausreizen

Nutze den Platz, den du auf LinkedIn hast

Längere Textposts, Slide-Shows mit bis zu 10 Seiten und mehrere Fotos machen sichtbar.

 Notizen:

3

Vernetze auch deine Inhalte

Mit @ kannst du andere Personen „taggen“

Sowohl Unternehmensseiten als auch Personen können von dir wirksam erwähnt werden.

 Notizen:

4

Abwechslung gewinnt

Gestalte deine Postings und wechsele den Typ

Kurze Sätze, Listen und Wechsel zwischen Text und Media-Postings sorgen für Spannung.

 Notizen:

5

Immer mit Handlungsaufruf

Kein einziges Posting ohne Plan und Ziel

Der CTA oder Call-to-Action ergänzt jeden deiner Beiträge auf dem Unternehmensnetzwerk.

 Notizen:

6

Bis zu 5 Hashtags

Erhöhe die Reichweite deiner Beiträge strategisch

Bis zu 5 Hashtags vernetzen deinen Beitrag mit anderen zu diesem Thema. Mehr wäre zuviel.

 Notizen:

7

LinkedIn ist eine Suchmaschine

Erstelle einen Beitrag, dann überarbeite ihn

Keywords, die für dich und dein Angebot wichtig sind, sollten in deinem Beitrag vorkommen.

 Notizen:

LinkedIn Wochenplaner (Beispiel)

	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag	Sonntag	Ziele
Thema: Der Teaser oder "Hook": die erste sichtbare Zeile im Post	Messe 2026 ankündigen	X Pause	freie Stelle teilen	X Pause	mein Rückblick dieser Woche	X Pause	X Pause	
Text / Stichpunkte								
3 #Hashtags	# events # berlin # messename	# # #	# jobs # berlin # sales	# # #	# learnings # tip # goals	# # #	# # #	
Keywords im Text?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>			
Geplant für:	6:15 am		6:15 am		6:15 am			
5 Kontakte	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
5 Comments	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
5 Likes	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	

LinkedIn Wochenplaner für die KW _____ von _____ bis _____

zum Ausdrucken
und eintragen

	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag	Sonntag	Ziele
Thema: Der Teaser oder "Hook": die erste sichtbare Zeile im Post								
Text / Stichpunkte								
3 #Hashtags	# # #	# # #	# # #	# # #	# # #	# # #	# # #	
Keywords im Text?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Geplant für:								
5 Kontakte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
5 Comments	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
5 Likes		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	