

100

LINKEDIN TIPPS! by **BRANDING
PEOPLE**
WE LOVE PERSONAL BRANDING.



Willkommen zu den ultimativen 102 LinkedIn Tipps!

Du willst mehr aus deinem LinkedIn-Profil herausholen?

Ob für deine persönliche Marke, dein Business oder einfach, um dein Netzwerk zu erweitern – LinkedIn bietet unzählige Möglichkeiten, die richtigen Menschen zu erreichen und sichtbar zu werden.

Mit diesen 102 Tipps wirst du lernen, wie du dein Profil optimierst, deine Reichweite steigerst und authentisch auf LinkedIn präsent bist. Von einfachen Profi-Hacks bis zu den neuesten Strategien für das Jahr 2026 ist hier alles dabei, was du brauchst, um dein LinkedIn-Spiel auf das nächste Level zu bringen.

Mach dich bereit, deine Präsenz auf LinkedIn zu stärken und alle Chancen zu nutzen, die diese Plattform bietet.

Deine **BrandingPeople!**

Wir sind Celine & Lukas!

Der erste Eindruck zählt...

LINKEDIN PROFIL!

Deine persönliche Visitenkarte!

LINKEDIN PROFIL

01.

Ein aussagekräftiges Profilbild – Der erste Eindruck zählt

Wähle ein Bild, das dich sympathisch und kompetent zeigt, idealerweise vor einem neutralen Hintergrund. So hinterlässt du direkt einen positiven und vertrauenswürdigen Eindruck bei deinem Netzwerk.

02.

Gestalte dein Profilbanner auffällig und informationsreich

Mit einem aussagekräftigen Banner machst du dein LinkedIn-Profil direkt interessanter und stichst aus der Masse heraus. Füge am besten noch einen Slogan oder deine Webadresse hinzu – das zieht Blicke auf sich! Dieser Bereich wird oft unterschätzt, dabei bietet er richtig viel Potenzial für einen starken ersten Eindruck.

03.

Achte darauf, dass dein Profilbild nicht einen wichtigen Teil deines Profilbanners verdeckt

Profilfotos befinden sich auf der linken Seite deines Banners, also platziere wichtige Informationen nicht dort, wo sie verdeckt werden.

LINKEDIN PROFIL

04.

Beanspruche deine persönliche LinkedIn URL

Mit einer personalisierten URL sieht dein LinkedIn-Link gleich viel authentischer aus und passt sauber in dein Marketing – ohne die ganzen Zahlen und Buchstaben am Ende. So hast du am Ende was Schönes wie

www.linkedin.com/in/deinname statt www.linkedin.com/in/deinname-a9b16343.

05.

Aktualisiere und vervollständige deine Kontaktinformationen, damit man dich leicht finden kann

Auf LinkedIn kannst du eine Postanschrift, eine E-Mail-Adresse, deine Telefonnummer, drei Websites, deinen Twitter-Handle und eine Reihe von Instant-Messenger-Plattformen einschliesslich Skype angeben. Füge so viele ein, wie du hast. Mit der neuen Funktion Über dieses Profil, die gefälschte Profile verhindern soll, solltest du sicherstellen, dass deine Telefonnummer verifiziert ist.

06.

Schreibe eine aussagekräftige, und aufmerksamkeitsstarke Slogan

Das sollte nicht deine Berufsbezeichnung sein. Eine gute Formel ist, was du tust, für wen du arbeitest und welchen Nutzen du davon hast. Die Überschrift darf 220 Zeichen lang sein, damit du genügend Platz hast, um Schlüsselwörter einzubauen, mit denen du bei der Suche gefunden wirst.

LINKEDIN PROFIL

07.

Keine Hochschulabschlüsse zum Anzeigen? Füge deine Weiterbildungskurse hinzu

Die meisten von uns haben im Rahmen ihrer Arbeit oder ihres Unternehmens irgendeinen Kurs oder Kurse absolviert. Anstatt Bildung nur als akademische Ausbildung zu sehen, solltest du sie als die verschiedenen Fähigkeiten betrachten, die du gelernt hast. Gib alle Kurse an, die du gemacht hast, und die Organisation, die sie angeboten hat.

08.

Gib deinen Standort und deine Postleitzahl an

Nach LinkedIn werden Profile mit einem genauen Standort (Stadt und nicht nur Land) bei mehr Suchanfragen auftauchen. Wenn du auf nationaler oder internationaler Ebene arbeitest, musst du dich entscheiden, was wichtiger ist - dass die Leute wissen, wo du wohnst, oder dass du nicht nur in deinem lokalen Umfeld arbeitest.



09.

Erzähle in der Rubrik "Infobeschreibung" deine Story

Der Abschnitt an dritter Stelle deines Profils ist deine Chance, kurz und knackig zu zeigen, wer du bist, was du drauf hast und wie du anderen helfen kannst. Schreib am besten in der Ich-Form – das wirkt persönlicher. Mit Emojis und Aufzählungen lockerst du den Text auf und machst ihn leichter lesbar. So bekommen die Leser/innen direkt einen guten Eindruck von dir und deinen Stärken.



10.

Füge eine Aufforderung zum Handeln in deinen Info- Abschnitt ein

Mach es den Leuten leicht, mit dir in Kontakt zu treten, indem du die Kontaktdaten angibst, die du gerne weitergibst. Gib ihnen einen Grund, dies zu tun, indem du einen kostenlosen Download, ein nützliches Dokument, ein Whitepaper oder andere hilfreiche Informationen anbietest.



11.

Ordne den Abschnitt "Erfahrung" neu und liste ihn nach Fähigkeiten oder Dienstleistungen auf.

Schreibe einen kreativen und strukturierten Lebenslauf, indem du deine Erfahrungen in sinnvolle Abschnitte gliederst, z.B. nach Produkten/Dienstleistungen oder Zielgruppen. Listen deine Fähigkeiten auf und beschreibe detailliert deine Arbeit und Ergebnisse für verschiedene Kunden.

LINKEDIN PROFIL

12.

**Ignoriere den Abschnitt
"Leistungen" nicht, nur weil er am
Ende steht**

Die 9 Kategorien, die du hinzufügen kannst, sind Kurse, Ehrungen und Auszeichnungen, Organisationen, Veröffentlichungen, Projekte, Patente und Sprachen. Du kannst Beschreibungen und URLs hinzufügen, aber keine Bilder.

13.

**Füge zu deinen Empfehlungen
hinzu. Du kannst nie zu viele haben**

Jedes Mal, wenn du ein Lob für deine Arbeit bekommst, frag nach einer Empfehlung! Gehe dafür auf das Profil, klicke auf „Mehr“ und wähle „Empfehlen“. Vergiss nicht, eine persönliche Nachricht dazuzuschicken – auch wenn ihr das vorher schon besprochen habt.

14.

**Bringe Ordnung in deinen
Kompetenzbereich**

Entferne alles Unwichtige aus deinem Profil, besonders automatisch hinzugefügte Fähigkeiten. Lösche Skills mit weniger als 10 Befürwortungen – oder bring sie auf über 10, indem du gezielt um Befürwortungen bittest.

LINKEDIN PROFIL

15.

Generiere Keywords für dein Profil

Verwende Schlüsselwörter, die in deiner Branche wichtig sind und nach denen Recruiter oder potenzielle Geschäftspartner suchen könnten. Das verbessert deine Sichtbarkeit in der LinkedIn-Suche.

16.

LinkedIn-SEO nutzen

Optimiere dein Profil für LinkedIn's Suchalgorithmus, indem du relevante Keywords in deinem Profil verarbeitest (z. B. in der Überschrift, Berufserfahrung und Skills). Damit erhöhst du die Wahrscheinlichkeit, in den Suchergebnissen aufzutauchen.

Niemand kann ihn besiegen,
aber jeder kontrollieren:

Der Algorithmus

ALGORITHMUS POSTING-TIPPS

17.

Regelmäßigkeit schlägt Häufigkeit.

Verteile deine Beiträge lieber gleichmäßig, anstatt gelegentlich in kurzen Posting-Anfällen mit langen Pausen dazwischen aktiv zu sein.

20.

Posting Frequenz

Schaue das mindest 36h zwischen deinen Beiträgen vergehen.

18.

Solange ein Posts noch gut läuft, keinen neuen nachschieben.

Solange ein Beitrag noch viel Engagement erhält, keinen neuen posten – so bleibt der Fokus auf dem erfolgreichen Post.

Sie konkurrieren sonst miteinander. Lass den laufenden Post erst auslaufen, bevor du einen neuen veröffentlichst.

19.

Posting Zeiten

Die besten Posting-Zeiten sind zwischen 07:30 und 10:30Uhr.

21.

Posting Tage

Die besten Posting-Tage sind Dienstag und Donnerstag

ALGORITHMUS REICHWEITEN-AUFBAU

22. Am Wochenende mehr Interaktionen weniger Reichweite

Beiträge am Wochenende erhalten oft mehr Interaktionen, da weniger gepostet wird und Nutzer mehr Zeit zum Lesen haben.

Allerdings ist die Gesamtreichweite meist geringer, da weniger Menschen auf LinkedIn aktiv sind.

23. Interaktionen fördern

Interaktionen in den ersten 60-120 Minuten sind entscheidend. Erzeuge Interaktion in dieser Zeit.

24.. Interagiere nach dem Posten

Die ersten Minuten und Stunden nach und vor dem Posten sind entscheidend für die Reichweite. Also sei aktiv.

25. Beantworte Kommentare umgehend

Wenn du Kommentare innerhalb von 15 Minuten beantwortest, signalisierst du dem Algorithmus aktive Creator-Beteiligung, das erzeugt einen messbaren Reichweiten-Boost. Antworte immer in ganzen Sätzen, nie nur mit einem Emoji.

ALGORITHMUS REICHWEITEN-AUFBAU

26. Likes sind das häufigste Engagement

Likes sind das schwächste Engagement-Signal. Ab ca. 40–50 Likes hat die Anzahl kaum noch Einfluss auf die Reichweite. Kommentare und Saves sind weit wichtiger.

27. Kommentare sind die stärksten Treiber für Reichweite

Kommentare sind der stärkste Reichweiten-Treiber, aber der genaue Multiplikator ist umstritten. Aktuelle Analysen (van der Blom, AuthoredUp) zeigen: Kommentare über 15 Wörter haben 2–2,5x mehr Gewicht als kurze Reaktionen wie „Toller Beitrag!“, solche generischen Kommentare werden inzwischen aktiv abgestraft. Entscheidend ist die Qualität, nicht die Anzahl.

28. "Direkt teilen" bringt dem Original-Post bis zu 12x mehr als "Direkt mit eigenem Kommentar teilen".

Ein Instant-Repost boosted den Original-Post um ca. 4 % Reichweite, ist also vor allem eine Geste der Unterstützung für andere. Ein Repost mit eigenem Kommentar unter 100 Wörtern performt 3x schlechter als ein Instant-Repost. Wenn du mit eigenem Kommentar teilst, schreib mindestens 100 Wörter oder mach es sehr persönlich.

ALGORITHMUS REICHWEITEN-AUFBAU

29.

“Mehr anzeigen”

Die Verweildauer ist der entscheidende Faktor und nicht der „Mehr anzeigen“-Klick allein. Posts, die 31–60 Sekunden Lesezeit erzeugen, werden vom Algorithmus maximal ausgespielt. Schreib so, dass Menschen wirklich lesen und nicht nur klicken.

30.

Speichern für später, der stärkste Reichweiten-Hebel.

Speichern ist der stärkste Reichweiten-Hebel überhaupt. Aktuelle Analysen zeigen: Ein Save bringt 5x mehr Reichweite als ein Like und 2x mehr als ein Kommentar. Fordere am Ende deines Beitrags aktiv dazu auf: „Speicher das für später.“

31.

Am wichtigsten: Regelmäßigkeit

Regelmäßiges Posten führt nachhaltig zu der größten Reichweite

ALGORITHMUS



32.

LinkedIn hat ein Gedächtnis

Eine Reihe schlecht performender Posts kann sich auf die folgenden Posts auswirken.



33.

Hohe Verweildauer = hohe Reichweite

Je länger die Verweildauer auf deinem Beitrag ist, desto relevanter stuft der Algorithmus ihn ein und desto größer wird die Reichweite. Nutze klare Struktur, Absätze und visuelle Elemente, um das Lesen angenehmer zu gestalten.



34.

LinkedIn straft Negativität ab.

Der LinkedIn-Algorithmus bevorzugt Inhalte, die optimistisch und motivierend sind, während negative oder kritische Töne oft weniger Beachtung finden.

ALGORITHMUS

35. Spam-Filter beachten

Dein Beitrag wird zuerst einem Spam-Check unterzogen. Inhalte, die gegen die LinkedIn-Richtlinien verstoßen – wie ausgrenzende, sexistische oder beleidigende Aussagen – verschwinden sofort aus dem Feed.

36. Qualitätsbewertung zählt

LinkedIn bewertet jeden Beitrag als „hochwertig“, „minderwertig“ oder – im schlimmsten Fall – als „Spam“. Hochwertige Beiträge haben die besten Chancen, im Feed der Nutzer aufzutauchen und größere Reichweite zu erzielen.

37. Nachträgliche Bearbeitung

Vermeide, nach der Veröffentlichung mehr als 15 % des Inhalts zu ändern, um eine Reichweitenreduktion zu verhindern.

38. Copy & Paste geht nicht!

Wenn viele Nutzer denselben Text verwenden, interpretiert LinkedIn das als "Duplicate Content" – und da die Plattform auf Vielfalt setzt, landen solche Beiträge oft weiter unten im Feed, oder fliegen ganz raus.



Was funktioniert wirklich?

BEITRAGS- AUFBAU

BEITRAGS-AUFBAU

39. Call to Actions am Ende des Beitrags führen immer noch zu höheren Interaktionsraten und Reichweiten.

42.. Vorsicht beim Taggen

Mehr als 8 Personen in einem Beitrag zu markieren, kann eine Strafe im Algorithmus auslösen. Wenn die markierten Personen jedoch zurück reagieren, steigert das die Reichweite. Markiere also nur diejenigen, die auch tatsächlich interagieren.

40. Hashtags verlieren weiter an Bedeutung.

LinkedIn ist eine KI, Wörter fungieren schon als Keywords. Hashtags sind irrelevant..

43. Vermeide große Textblöcke ohne klare Absätze:

Lange Texte liest niemand. Sie wirken abschreckend und hindern Leser daran, sich auf den Inhalt einzulassen.

Nutze Absätzen und bringe Struktur in deine Beiträge.

41. Nutze Emojis mit bedacht

LinkedIn ist nicht wie WhatsApp. Nutze höchstens 2-3 gleiche Emojis in einem Beitrag.

44. So kurz wie möglich, so lange wie nötig

Die beste Länge für Beiträge liegt bei 900-1200 Zeichen.

BEITRAGS-AUFBAU HOOKS & CTA

45

Starker Einstieg!

Die ersten zwei bis drei Sätze sind entscheidend. Ein starker Einstieg kann die Leserbindung um 30 % erhöhen.

46.

Hooks sollten ansprechend sein:

Stelle eine Frage, mache eine kühne Aussage oder sei originell, um sofort Aufmerksamkeit zu erregen.

Vermeide langweilige Anfänge, um aufzufallen.

47.

Frage als CTA

Deinen Beitrag mit einer Frage abzuschließen, kann das Engagement um 20 bis 40 % steigern.

BEITRAGS-AUFBAU TEXT

48. Relevante Schlüsselwörter organisch einbauen:

Verbessert die Sichtbarkeit und Auffindbarkeit innerhalb der LinkedIn-Plattform.

49. Aktuelle und themenbezogene Inhalte nutzen

Inhalte, die mit aktuellen Ereignissen oder Trendthemen übereinstimmen, erhöhen Relevanz und Dringlichkeit.

50. Interaktion fördern, indem du dein Netzwerk zur Meinungsäußerung einlädst:

Dies kann eine Community um deinen Inhalt herum aufbauen.

51. Fachjargon und übermäßig komplexe Sprache vermeiden:

Kann Leser abschrecken und davon abhalten, den Beitrag zu Ende zu lesen. Engagement ist entscheidend.

52. Einfach halten:

Ein Beitrag sollte eine einzige Botschaft oder Geschichte vermitteln.

53. Werte und Einblicke teilen

Teile Inhalte mit Mehrwert, z. B. Tipps, Anleitungen oder Branchen-Insights. Nützliche Informationen führen oft zu mehr Engagement und erhöhen die Chance, dass der Beitrag geteilt wird.

BEITRAGS-AUFBAU TEXT

54. In der Ich-Form schreiben

Sprich aus eigener Perspektive und in der Ich-Form. Das wirkt persönlicher und authentischer und hilft, eine direkte Verbindung zu den Lesern aufzubauen.

55. Storytelling nutzen

Menschen lieben Geschichten. Nutze Storytelling, um Erfahrungen, Erfolge oder Lernmomente zu teilen. Authentische Geschichten machen deinen Beitrag persönlicher und greifbarer.

56. Externe Links reduzieren die Reichweite

Externe Links in Posts reduzieren die Reichweite um bis zu 60 %! Vermeide Links direkt im Beitragstext konsequent. Alternativen: „Link in den Kommentaren“ oder „Link auf Anfrage per DM“.

BEITRAGS-AUFBAU

BILDER

57.

Relevante Bilder können die Reichweite bis zu 15-20% erhöhen

Relevante Bilder erhöhen die Reichweite. Entscheidender als das Bild selbst ist das Format: Vertikale Bilder bringen allein durch mehr Feed-Fläche ca. 32 % mehr Aufmerksamkeit. Persönliche, authentische Fotos schlagen Stockfotos deutlich.

58.

Ein gutes Selfie kann die Reichweite drastisch erhöhen

Ein authentisches Selfie macht deinen Beitrag persönlicher und sorgt für mehr Aufmerksamkeit. Bilder mit einem freundlichen Gesicht schaffen Vertrauen und ziehen die Blicke auf sich .

59.

Karussell-Beiträge

Jedes zusätzliche Bild kann die Reichweite um 5 % steigern, jedoch nur bis zum fünften Bild. Danach haben zusätzliche Bilder keinen Einfluss mehr auf die Reichweite

BEITRAGS-AUFBAU BILDER

60. Fotos mit Gesichtern wirken:

Fotos mit Personen können die Reichweite um 20 % steigern. Wenn du selbst auf dem Foto bist, sogar um bis zu 60 % sowie das Engagement um 50 % erhöhen.

61. Vorsicht bei Screenshots

Auch wenn Screenshots informativ sind, erhalten sie generell 15 % weniger Klicks.

62. Vertikale Fotos für mehr Wirkung

Vertikale Fotos sind am effektivsten, insbesondere da 64 % der Nutzer mobile Geräte verwenden.

63. Bildformate im Vergleich

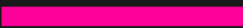
Vertikale Bilder haben eine um 15 % höhere Klickrate als quadratische Bilder und 25 % mehr als horizontale Bilder.



Engagement-Magnete:

VIDEO POSTS

VIDEO POSTS



64. Video performen nicht mehr so gut wie in 2024

Video können immer noch extrem hohe Reichweiten erreichen, allerdings sollten sie immer zu dir und deiner Positionierung passen.



65. Videos + kurze Texte

Kombinieren Videos mit kurzen Beitragstexten (max. 500 Zeichen) für eine maximale Wirkung.



66. Setze auf vertikale Videos

Vertikale Videos erzielen 15 % mehr Reichweite als quadratische und 25 % mehr als horizontale Formate.

VIDEO POSTS

67.



Die ersten 8 Sekunden zählen

Die ersten 8 Sekunden sind entscheidend, um die Aufmerksamkeit zu fesseln.

68.



Videos zwischen 1 und 2 Minuten performen am besten.

69.



Achtung bei Videos, die länger sind als 3 Min.

Längere Videos (3 Minuten und länger) können die Engagement-Rate um 15 % senken. Es gibt jedoch Ausnahmen: Wenn die Inhalte für Ihre Zielgruppe besonders relevant sind, können auch längere Videos erfolgreich sein.

VIDEO POSTS

70. Setze auf Native Videos

Native Videos erzielen eine höhere Reichweite als externe Links. Native Videos sind Videos, die direkt auf LinkedIn hochgeladen werden, anstelle der Verwendung von YouTube oder Vimeo Links.

71. Generiere Thumbnails

Thumbnails stärken die Markenwahrnehmung.

72. Untertitel zur Barrierefreiheit

Verwende Untertitel. Dadurch ist das Video nicht nur barrierefrei zugänglich, sondern kann auch von Nutzern angeschaut werden, die gerade keinen Ton abspielen können oder wollen.

73. Call-to-action am Ende

Ein eindeutiger Call-to-Action am Ende erhöht die Wirkung. Beispiele hierfür sind dem Profil zu folgen, den Beitrag zu teilen oder einen Kommentar zu hinterlassen.



Nicht zu unterschätzen:

**UNTERNEHMENS
SEITE**

UNTERNEHMENSSEITE

74.

Richte eine Unternehmensseite für dein Unternehmen ein

Jedes Unternehmen, das LinkedIn für sein Marketing nutzen will, braucht eine Unternehmensseite, nicht zuletzt, weil es sich dabei um eine kostenlose, hochwertige Online-Immobilie handelt.

Sie sollte alle Kontakt- und Geschäftsinformationen sowie einen Überblick darüber enthalten, was das Unternehmen macht, für wen es arbeitet und was es auszeichnet.

75.

Füge Follower hinzu

Du kannst 250 Verbindungen pro Monat einladen, deiner Seite zu folgen. Ungenutzte Einladungen am Ende des Monats werden NICHT auf den nächsten Monat übertragen.

Du brauchst etwa 500 Follower, damit die Beiträge auf deiner Seite wahrgenommen werden.

76.

Kein Standardbanner.

Ersetze das Standardbanner der Unternehmensseite durch ein Bild, das deine Marke repräsentiert.

UNTERNEHMENSSEITE

77.

Poste regelmässig auf deiner Unternehmensseite

Während die Follower deiner Unternehmensseite die Beiträge von dort am ehesten sehen, werden sie noch weiter verbreitet, wenn du die Beiträge in deinem eigenen Feed teilst, indem du den Beitrag kommentierst.

Lass andere Teammitglieder dasselbe tun. Poste zwei- bis dreimal pro Woche, um eine Dynamik aufzubauen.

78.

Trenne deine Unternehmensseite von dir selbst

Wenn du ein Geschäftsinhaber bist, wirst du vielleicht als das Unternehmen gesehen. Mache deutlich, dass du nicht nur das Unternehmen bist, indem du Beiträge auf der Seite veröffentlichst, die sich von denen auf deinem persönlichen Profil unterscheiden. Das kann so einfach sein wie das Sprechen über das Unternehmen in der dritten Person und über dich selbst in der ersten.

79.

Vervollständige die Seitendetails

Ein vollständiges Profil verbessert die Sichtbarkeit in Suchmaschinen.

UNTERNEHMENSSEITE

80.

Posting-Frequenz für kleine Unternehmen

(2–50 Mitarbeiter): 2–4 Beiträge pro Woche

81.

Posting-Frequenz für mittlere Unternehmen

(51–200 Mitarbeiter): 3–5 Beiträge pro Woche

82.

Posting-Frequenz für große Unternehmen

(201+ Mitarbeiter): 5–7 Beiträge pro Woche

83.

Beste Tage für Engagement

- Ideal zum Posten: Dienstag bis Donnerstag und Samstag
- Zu vermeiden: Montag, Freitag und Sonntag

84.

Vielfalt der Inhaltsformate

Verwende mindestens vier verschiedene Formate (z. B. Bilder, Videos, Dokumente, externe Links), um die Reichweite um 10 % zu steigern.

85.

Engagement von der Unternehmensseite

Unternehmensseiten sollten aktiv mit Beiträgen von Mitarbeitenden, Lieferanten oder Kunden interagieren. Kommentare und Likes von der Unternehmensseite aus erhöhen die Sichtbarkeit.

UNTERNEHMENSSEITE

86.

Optimale Posting-Zeiten und Formate

Experimentiere mit Wochenend-Posts, die aufgrund geringerer Konkurrenz bis zu 50 % mehr Reichweite und Engagement erzielen können. Besonders gut geeignet sind persönliche Geschichten, Behind-the-Scenes-Inhalte und Employer Branding.

87.

Content analysieren und optimieren

Analysiere regelmäßig, welche Inhalte das meiste Engagement erzielen, und passe die Strategie entsprechend an, um eine dynamische und effektive Content-Mischung beizubehalten.

UNTERNEHMENSSEITE

88.

Nutzen das Engagement externer Stakeholder

Ein Kommentar ist 8-mal effektiver als ein „Gefällt mir“, 4-mal effektiver als ein sofortiges Reposten und 6-mal effektiver als Klicks auf „Mehr anzeigen“. Allerdings hat das Engagement von Mitarbeitenden etwa 40 % weniger Einfluss auf Reichweite und Leistung, trägt jedoch dennoch dazu bei, den Inhalt weiter zu verbreiten.

89.

Newsletter aktivieren

Unternehmensnewsletter verzeichnen einen Anstieg der Reichweite um 35 % und eine Steigerung des Engagements um 20 %, bleiben jedoch weiterhin hinter persönlichen Newslettern zurück.

90.

Mitarbeiterbeteiligung fördern

Ermutige Mitarbeitende zur Interaktion mit den Inhalten der Seite. Obwohl es weniger Einfluss hat als externes Engagement, hilft es, die Reichweite zu erhöhen.

Insighter News:

MEHR FAKTEN & TIPPS

MEHR FAKTEN & TIPPS

91.

Einheitlicher Algorithmus-Ansatz:

Früher gab es separate Algorithmen für mobile und Desktop-Nutzer, aber jetzt ist der Inhalt für das jeweilige Gerät optimiert, und die Engagement-Raten haben sich fast angeglichen.

92.

Sprache als Vorteil:

Beiträge auf Englisch erzielen etwa 12 % bessere Ergebnisse als in anderen Sprachen. LinkedIn testet eine Funktion, die standardmäßig Beiträge in der bevorzugten Sprache des Nutzers anzeigt.

93.

Anatomie eines Top-5%-Beitrags:

Analysen zeigen, dass Beiträge mit etwa 10 Absätzen und bis zu 15 Sätzen eine signifikante Reichweitensteigerung erzielen.

MEHR FAKTEN & TIPPS

94.

Lesezeit und Klarheit

Die besten 5 % der Beiträge halten die Aufmerksamkeit der Leser für 90-150 Sekunden und haben einen Lesbarkeitsindex von 0-7, was zeigt, dass Einfachheit das Engagement fördert.

95.

Selbst-Tagging

Obwohl einige Nutzer sich selbst in ihren Beiträgen markieren, hat dies keinen signifikanten Einfluss auf Reichweite oder Engagement.

96.

Auswirkung der ersten Aktion

Die erste Interaktion ist entscheidend. Wenn man z. B. einen Beitrag liked und kurz darauf kommentiert, hat der Kommentar weniger Gewicht. Für maximale Wirkung sollte man die Interaktionen um mindestens vier Stunden auseinanderziehen.

FAKTEN UND TIPPS

97.

Rückgang des Event-Engagements

LinkedIn-Events haben einen Rückgang der Anmeldungen um 25 % verzeichnet, seit In-Event-Inhalte entfernt wurden und es Verwirrung bei Registrierungsprozessen gibt.

98.

Post-Planung

Das Planen von Posts mit LinkedIn oder externen Tools verringert die Reichweite nicht mehr. Allerdings führt ein Mangel an sofortigem Engagement oft zu einem Reichweitenverlust von 8-16 %.

MEHR FAKTEN & TIPPS

99.

Suchranking-Faktoren auf LinkedIn

Jobtitel, Netzwerk-Nähe, Standort, Follower-Anzahl und gemeinsame Verbindungen sind entscheidende Ranking-Elemente. Überraschenderweise beeinflusst die Häufigkeit der Veröffentlichung das Ranking nicht.

100.

Vorteile einer aktiven Unternehmensseite

Vollständige und aktive Unternehmensseiten haben 5-mal mehr Seitenaufrufe, 7-mal mehr Impressionen pro Follower und 11-mal mehr Klicks pro Follower.

101.

Lebensdauer des Inhalts

Bestimmte Inhalte, wie immergrüne Artikel oder lange Beiträge, haben eine längere Lebensdauer und erzielen auch nach längerer Zeit noch Engagement.



MEHR FAKTEN & TIPPS

102.

Reichweiten sind für fast alle Creator und Content-Formate gesunken

Reichweiten sind massiv gesunken: Views -50 %, Engagement -25 %, Follower-Wachstum -59 % (Quelle: Richard van der Blom, Algorithm Insights Report 2025). Wer trotzdem wächst, setzt auf Document-Posts, echte Kommentare und Saves und nicht auf Reichweiten-Hacks.

Extra:

Engagement Pods sind tot.

Engagement Pods sind tot. LinkedIn's KI erkennt wechselseitige Engagement-Muster und shadowbannt entsprechende Accounts ohne Vorwarnung. Lieber 10 echte Kommentare als 50 Pod-Reaktionen.

FÜR JEDEN DIE PASSENDE LÖSUNG: UNSERE LEISTUNGEN!

PERSONAL BRANDING

Menschen folgen Menschen!

Keine Zeit für eine starke und erfolgreiche LinkedIn-Präsenz?

Alright, wir kümmern uns um deine Personal Brand, sodass du deine Ziele langfristig und vor allem nachhaltig erreichen kannst!

- Aufbau deiner Personal Brand
- Content-Entwicklung
- Ghostwriting/ Content-Erstellung
- XY Beiträge pro Woche – individuell auf deine Ziele abgestimmt

SPARRINGSPARTNER

Deine Zeit + unser Know-how!

Du möchtest dich weiterhin selbst um den Content kümmern?
Und du willst das Ruder selbst in der Hand behalten?

Kein Problem, wir beraten und coachen, da wo du es brauchst, für bestmögliche Ergebnisse.

- Feedback zu Beiträgen
- Handlungsempfehlungen
- WhatsApp-Support
- Regelmäßiger Austausch
- Coaching-Calls
- Content-Beratung

SOCIAL SELLING

Du bekommst Sales-Calls. Wir machen den Rest.

Wir bauen dir einen klaren LinkedIn-Sales-Prozess, mit Sales-Funnel, Outreach und Terminvereinbarung

Individuelle Sales- & Outreach-Strategie

- Systematischer LinkedIn Outreach
- Leadqualifizierung & Terminvereinbarung
- Aufbau deines Sales Funnels
- Optimierung deines Closing-Prozesses
- 2 Strategie- & Performance-Call/ Monat
- Laufende Betreuung via WhatsApp
- Quartals-Analyse & Skalierungsplan

WE WOULD



TO BRAND YOU!

BrandingPeople GmbH

Lukas Weisser

Celine Pfeiderer

Gerhofstraße 1-3
20354 Hamburg

+49 151 445 080 84

moin@brandingpeople.de

www.brandingpeople.de