Mitarbeiter-Handbuch

LinkedIn für unser Team

Warum LinkedIn für uns als Unternehmen wichtig ist - und wie du ganz konkret mitmachen kannst.

Zur Verfügung gestellt vom Fachkräfteservice Landkreis Grafschaft Bentheim im Rahmen der Kampagne

Freiheit für meine Pläne
Grafschaft Bentheim

Warum LinkedIn für uns als Unternehmen wichtig ist - und wie du ganz konkret mitmachen kannst. Ohne Vorkenntnisse. Ohne Druck. Mit echter Wirkung.

Zur Fachkräftekampagne & Wissensdatenbank

Als Partnerunternehmen der Kampagne "Freiheit für meine Pläne" erhältst du Zugang zur LinkedIn-Wissensdatenbank mit über 40 Praxisantworten. Zugangsdaten über die Fachkräfteservicestelle.

zukunft.grafschaft-bentheim.de/de/kampagne.php

Wissensdatenbank LinkedIn

Alle Fragen & Antworten aus dem LinkedIn-Qualifizierungsprogramm der Fachkräfte-Servicestelle. Für Unternehmen der Grafschaft Bentheim.

Inhaltsübersicht - von den Grundlagen bis zur aktiven Nutzung

1 **Was ist LinkedIn eigentlich?** Das professionelle Netzwerk kurz erklärt

2 **Warum LinkedIn als Arbeitgeber wichtig ist** Sichtbarkeit, Fachkräfte, Arbeitgebermarke

3 **Dein Profil - deine Visitenkarte** Was rein muss und was es bringt

4 **Vernetzen - aber richtig** Wen ansprechen, wie vorgehen, was vermeiden

5 **Interagieren ohne eigene Beiträge** liken, kommentieren, teilen - das reicht schon

6 **Eigene Beiträge veröffentlichen** Formate, Ideen und der erste Schritt

7 **Das Unternehmen aktiv unterstützen** Was du konkret tun kannst

8 **Deine nächsten Schritte** 4-Wochen-Checkliste für den Start

1 Was ist LinkedIn eigentlich?

Das größte professionelle Netzwerk der Welt - kurz erklärt

LinkedIn ist kein Social Media wie Instagram oder Facebook. Es ist ein professionelles Netzwerk - für Fachleute, Unternehmen und alle, die beruflich sichtbar sein wollen.

Die Grundidee

LinkedIn hat heute über eine Milliarde Mitglieder weltweit - darunter Millionen aktive Nutzerinnen und Nutzer im deutschsprachigen Raum. Fachleute aller Branchen vernetzen sich hier, teilen Wissen und machen berufliche Identität sichtbar.

Nicht das Privatleben steht im Mittelpunkt, sondern **was jemand kann, womit jemand arbeitet - und wohin jemand möchte.**

Für Einzelpersonen

Profil anlegen, berufliche Stationen zeigen, Kontakte knüpfen, Wissen teilen, sichtbar werden für neue Chancen.

Für Unternehmen

Unternehmensseite aufbauen, Stellen ausschreiben, Einblicke geben, Arbeitgebermarke formen.

Als Suchmaschine

Wer ein gutes Profil hat, wird gefunden - über LinkedIn-Suche und teilweise sogar über Google.

Als Feed

Was im Feed erscheint, hängt vom Algorithmus ab - und von der eigenen Aktivität.

Was LinkedIn nicht ist

LinkedIn ist	LinkedIn ist nicht
✓ Ein Ort für professionellen Austausch	✗ Ein Urlaubsfoto-Album
✓ Eine Plattform für echte Berufsalltags-Geschichten	✗ Eine reine Stellenbörse
✓ Ein Kanal, auf dem Fachkräfte aktiv suchen	✗ Ein Ort für politische Debatten
✓ Ein Werkzeug für langfristige Beziehungen	✗ Ein Ersatz für die eigene Website

2 Warum LinkedIn als Arbeitgeber wichtig ist

Sichtbarkeit, die Fachkräfte anzieht - bevor sie aktiv suchen

Wer gute Leute finden will, muss dort sichtbar sein, wo gute Leute sind. Und das ist heute zunehmend LinkedIn.

Der Markt hat sich verändert

Früher haben Unternehmen eine Stelle ausgeschrieben - und dann gewartet. Heute funktioniert das nur noch in Ausnahmefällen. Wer als Arbeitgeber auf LinkedIn nicht präsent ist, existiert für viele potenzielle Bewerberinnen und Bewerber schlicht nicht.

Sichtbarkeit aufbauen

Wer regelmäßig präsent ist, bleibt im Kopf - auch bei Leuten, die gerade nicht suchen, aber irgendwann wechseln wollen.

Regional verankern

Wer in der Grafschaft Bentheim arbeitet, kann zeigen, was die Region bietet - und warum es sich lohnt, hier zu arbeiten.

Arbeitgebermarke stärken

Kein Hochglanzprospekt wirkt so überzeugend wie echte Einblicke in den Alltag. Menschen glauben Menschen - nicht Werbetexten.

Passiv rekrutieren

Die besten Kandidatinnen und Kandidaten suchen oft gar nicht aktiv. Aber sie erinnern sich an das Unternehmen, das positiv aufgefallen ist.

Die Kraft der Mitarbeitenden

Eine Unternehmensseite allein hat begrenzte Reichweite. Was wirklich wirkt: wenn Mitarbeitende sichtbar werden. Jedes aktive Profil im Team erhöht die Reichweite - ohne Werbebudget.

Die Rechnung dahinter

Hat das Unternehmen 100 Follower auf der Unternehmensseite und zehn Mitarbeitende mit je 200 Kontakten, entsteht eine potenzielle Reichweite von 2.000+ Menschen - durch eine einzige einfache Interaktion.

Verbindung zur Fachkräftekampagne

Als Partnerunternehmen der Kampagne "Freiheit für meine Plane" des Landkreises Grafschaft Bentheim ist LinkedIn ein direkter Verstärker der gemeinsamen Initiative.

3 Dein Profil - deine Visitenkarte

Was rein muss, damit du professionell und menschlich wirkst

Dein LinkedIn-Profil ist das Erste, was jemand sieht, wenn er deinen Namen googelt oder auf LinkedIn sucht. Eine Stunde investieren - dauerhaft Wirkung erzielen.

Die wichtigsten Profilfelder

Pflicht

Profilfoto

Kein Urlaubsbild, kein Logo. Ein klares Foto, auf dem dein Gesicht gut erkennbar ist. Lächeln erlaubt.

Empfohlen

Hintergrundbild

Hier kann das Unternehmenslogo oder ein Bild aus dem Arbeitsalltag stehen. Frag, ob es eine Vorlage gibt.

Pflicht

Headline

Die Zeile direkt unter deinem Namen. Mehr als Berufsbezeichnung: was machst du und für wen?

Empfohlen

Info / About

3-5 Sätze über dich: was machst du, was liegt dir daran? Schreib so, wie du sprichst.

Pflicht

Aktuelle Position

Dein aktueller Job mit dem richtigen Unternehmensnamen - so wird dein Profil mit der Unternehmensseite verknüpft.

Empfohlen

Fähigkeiten

5-10 relevante Fähigkeiten aus den Vorschlägen wählen. Andere können diese dann bestätigen.

Tipp für den Infobereich

> **So geht es**
>
> Erkläre jemandem in 30 Sekunden, was du machst. Genau das gehört in den Infobereich. Keine Floskeln - lieber konkret: was machst du, was macht dich aus, was schätzen andere an dir?

Privatsphäre-Einstellungen

Du bestimmst, was andere sehen. Wenn du nicht möchtest, dass Aktivitäten als Jobsuche interpretiert werden, kannst du die Aktivitäts-Benachrichtigungen in den Einstellungen deaktivieren.

> **Gut zu wissen**
>
> Ein vollständig ausgefülltes Profil wird von LinkedIn im Algorithmus bevorzugt. Je vollständiger, desto häufiger wirst du in Suchergebnissen angezeigt.

4 Vernetzen - aber richtig

Wen ansprechen, wie vorgehen, was vermeiden

Ein Netzwerk entsteht nicht durch Zufall - sondern durch bewusste kleine Schritte. Du brauchst keine 500 Kontakte, um auf LinkedIn wirkungsvoll zu sein.

Wo fängst du an?

1. Kolleginnen und Kollegen vernetzen - Der einfachste Start: alle, mit denen du zusammenarbeitest. Das verstärkt die Reichweite des Unternehmens sofort.

2. Geschäftliche Kontakte einladen - Kundinnen, Kunden, Lieferantinnen, Lieferanten - alle, mit denen du ohnehin im Kontakt bist.

3. Ehemalige Kontakte auffrischen - Frühere Kolleginnen, Kollegen, Ausbildende - LinkedIn ist genau der richtige Ort dafür.

4. Neue Kontakte gezielt suchen - Suchen, Anfrage senden, kurze persönliche Notiz dazuschreiben.

Die Vernetzungsanfrage - kurz und persönlich

So geht es

✓ Wir haben uns letzte Woche kurz gesprochen - ich würde mich gerne vernetzen.

✓ Ich folge deinen Beiträgen schon eine Weile - deine Perspektive ist sehr interessant.

✓ Wir arbeiten in der gleichen Branche - würde mich freuen, in Kontakt zu bleiben.

Besser nicht

✗ Anfragen ohne Notiz an völlig Unbekannte

✗ Direkt nach der Vernetzung eine Verkaufsnachricht

✗ Massenhaft Anfragen auf Vorrat senden

Wie viele Kontakte brauche ich?

Die realistische Antwort

200 echte, relevante Kontakte nützen dir mehr als 800 zufällige. Ziel für den Start: 50 Kontakte in den ersten vier Wochen. Das ist realistisch und reicht, damit der Algorithmus beginnt zu arbeiten.

Folgen statt vernetzen

Du musst nicht mit jedem vernetzt sein. Viele Profile und Unternehmensseiten können einfach gefolgt werden. Folge auf jeden Fall der Unternehmensseite deines Arbeitgebers.

5 Interagieren ohne eigene Beiträge

Liken, kommentieren, teilen - das reicht schon, um Wirkung zu erzielen

Du musst nicht selbst schreiben, um auf LinkedIn präsent zu sein. Schon kleine Reaktionen auf Beiträge anderer erzeugen Sichtbarkeit - für dich und für das Unternehmen.

Die drei Stufen der Interaktion

Stufe 1: Reagieren

Ein Like, eine Reaktion. Dauert eine Sekunde. Zeigt dem Algorithmus: Dieser Beitrag ist relevant. Erhöht dessen Reichweite sofort.

Stufe 2: Kommentieren

Ein kurzer echter Satz verdoppelt die Reichweite eines Beitrags. Kommentare zählen im Algorithmus stärker als Likes.

Stufe 3: Teilen

Wenn du teilst und einen eigenen Satz dazuschreibst, sehen den Beitrag auch deine Kontakte. Die kraftvollste Form der Unterstützung.

Bonus: Taggen

Mit @Name eine Person verlinken - diese bekommt eine Benachrichtigung und ist eingeladen mitzumachen.

Warum das so viel bringt

LinkedIn zeigt Beiträge einem Nutzer auch dann, wenn nicht die Unternehmensseite, sondern ein Kontakt damit interagiert hat. Jede Reaktion öffnet eine neue Tür in ein neues Netzwerk.

Was du kommentieren kannst

- □ Etwas, das du aus dem Beitrag mitnimmst: Das kenne ich genau so - bei uns läuft das ähnlich.
- □ Eine ergänzende Beobachtung aus deinem Arbeitsalltag
- □ Eine Frage: Wie macht ihr das bei euch?
- □ Ein Dankeschön für einen nützlichen Tipp - konkret begründet
- □ Eine andere Perspektive - LinkedIn schätzt konstruktive Diskussionen

Praxis-Tipp

Nimm dir zwei- bis dreimal pro Woche fünf Minuten, um durch deinen Feed zu scrollen und auf einen oder zwei Beiträge zu reagieren. Das reicht schon, um spürbar präsenter zu werden.

6 Eigene Beiträge veröffentlichen

Was du posten kannst - und wie du anfängst

Du hast mehr zu sagen, als du denkst. Und: Es muss nicht perfekt sein, um zu wirken.

Was kann ich posten?

Text

Einfachste Form.
Funktioniert, wenn der Inhalt stark ist.

Mittlere Reichweite

Foto

Echte Bilder schlagen Stockfotos.
Gesichter erzeugen Vertrauen.

Gute Reichweite

Video

Kurze Videos, kein Hochglanz nötig.
Das Handy reicht völlig.

Hohe Reichweite

Dokument

Karussell-Format, mehrere Seiten, hohe Verweildauer.

(Nur als PDF) hoch

Umfrage

Niedrigschwellig und interaktiv.
Der Algorithmus liebt Umfragen.
Du kannst auf der Umfrage weiter aufbauen

Sehr hoch

Artikel

Längere Texte, dauerhaft auffindbar, auch via Google.

Langfristig

Worüber soll ich schreiben?

Persönlich und menschlich

Einblicke in den Alltag, Learnings aus Fehlern, Meilensteine, Veränderungen, Jubiläen.

Unternehmen und Team

Mitarbeitende vorstellen, Projekte zeigen, Veranstaltungen teilen, Stellen persönlich machen.

Fachlich und nützlich

Tipps aus dem eigenen Bereich, häufige Fragen beantworten, Branchentrends einordnen.

Kuratiert und geteilt

Fremde Beiträge mit eigenem Kommentar, Branchenartikel einordnen, auf Aktuelles reagieren.

Der erste Beitrag - ein Vorschlag

Erzähl in 3-5 Sätzen, was du machst - nicht als Lebenslauf, sondern als Geschichte. Was hat dich in deinen Job gebracht? Der beste erste Beitrag ist der, den du wirklich veröffentlichst.

7 Das Unternehmen aktiv unterstützen

Was du konkret tun kannst, damit wir gemeinsam sichtbarer werden

Du brauchst kein eigenes Profil mit hunderten Followern, um dem Unternehmen zu helfen. Kleine, regelmäßige Aktionen reichen aus.

Die einfachsten Unterstützungsmaßnahmen

1. Der Unternehmensseite folgen - So siehst du alle Veröffentlichungen direkt und verpasst keine Gelegenheit zur Interaktion.
2. Auf Beiträge des Unternehmens reagieren - Jedes Like, jeder Kommentar erhöht die Sichtbarkeit in den Netzwerken aller anderen.
3. Stellenanzeigen teilen mit persönlichem Text - Wir suchen Verstärkung - ich kann sagen: es lohnt sich, bei uns zu arbeiten.
4. Arbeitgeber korrekt im Profil angeben - Das verknüpft dein Profil automatisch mit der Unternehmensseite.
5. Veranstaltungsfotos teilen - Ein Foto vom Team-Event mit kurzem Text ist ein starker Einblick nach außen.

Was wir uns als Unternehmen wünschen

Unsere Bitte

Wir möchten niemanden zu LinkedIn verpflichten und erwarten keine regelmäßigen Beiträge von jedem. Was wir uns wünschen: Wer einen Beitrag von uns sieht und findet, dass er gut ist - der liked ihn. Das allein macht einen Unterschied.

Klare Grenzen

Grünes Licht

- ✓ Einblicke in den Arbeitsalltag (ohne vertrauliche Infos)
- ✓ Persönliche Meinungen zu Branchenthemen
- ✓ Fotos vom Team (mit Erlaubnis der Abgebildeten)
- ✓ Freude über Erfolge - persönlich und im Team

Rotes Licht

- ✗ Vertrauliche Kunden- oder Unternehmensdaten
- ✗ Interne Konflikte oder Kritik am Arbeitgeber
- ✗ Politische Statements, die das Unternehmen belasten könnten
- ✗ Inhalte, die andere Personen bloßstellen

Goldene Regel

Wenn du dir bei einem Beitrag nicht sicher bist, ob er passt - frag kurz nach.

8 Deine nächsten Schritte

Eine 4-Wochen-Checkliste für den Start

Nicht alles auf einmal. Aber: Fang heute an. Selbst ein einziger Schritt bringt dich weiter als das perfekte Konzept in der Schublade.

Woche 1 - Profil einrichten

- □ LinkedIn-Account anlegen oder bestehenden reaktivieren
- □ Profilfoto hochladen (klar, freundlich, professionell)
- □ Aktuelle Position einfügen und mit Unternehmensseite verknüpfen
- □ Headline anpassen: mehr als nur Berufsbezeichnung
- □ Infobereich füllen: 3-5 Sätze in eigenen Worten

Woche 2 - Vernetzen

- □ Kolleginnen und Kollegen verbinden
- □ 10 weitere Kontakte aus dem Berufsalltag einladen
- □ Unternehmensseite folgen
- □ 3 Branchen-Accounts oder Personen folgen, die dich interessieren

Woche 3 - Aktiv werden

- □ Ersten Beitrag des Unternehmens liken oder kommentieren
- □ Einen Beitrag aus dem Feed kommentieren (eigene Meinung, echter Satz)
- □ Einen Beitrag teilen - mit kurzem eigenem Text

Woche 4 - Eigener Beitrag

- □ Ersten eigenen Beitrag schreiben und veröffentlichen
- □ Auf Kommentare antworten, die du erhältst
- □ Routine entwickeln: 2-3 Mal pro Woche kurz rein, reagieren, schauen

Fachkräftekampagne "Freiheit für meine Pläne"

Als Partnerunternehmen steht dir die LinkedIn-Wissensdatenbank mit über 40 Praxisantworten zur Verfügung. Zugangsdaten über die Fachkräfteservicestelle.

zukunft.grafschaft-bentheim.de/de/kampagne.php

Freiheit für meine Pläne
Grafschaft Bentheim