linkedin for marketing

Category: Online-Marketing
geschrieben von Tobias Hager | 29. Januar 2026



LinkedIn für Marketing: Clever Strategien für mehr Reichweite

Du postest auf LinkedIn, bekommst 13 Likes von Kollegen, zwei Kommentare von deiner Mutter und ein paar Mitleidsklicks – und wunderst dich, warum dein Marketing dort nicht funktioniert? Willkommen im Club der planlosen Business-Poster. LinkedIn hat sich längst vom digitalen Lebenslauf zur ernstzunehmenden Content-Plattform gemausert – aber nur, wenn man weiß, wie das Spiel funktioniert. Dieser Artikel zeigt dir, wie du LinkedIn-Marketing 2025 richtig angehst – mit Strategie, System und einer Prise gesundem Zynismus.

- Warum LinkedIn 2025 keine Option, sondern Pflicht im B2B-Marketing ist
- Wie du den LinkedIn-Algorithmus wirklich knackst – jenseits von Mythen
- Welche Content-Formate Reichweite bringen – und welche du dir sparen

kannst
- Warum dein Unternehmensprofil keine Reichweite hat – und was du dagegen tun kannst
- Wie Personal Branding auf LinkedIn funktioniert – ohne peinliche Selbstdarstellung
- Welche Tools dir beim LinkedIn-Marketing wirklich helfen (und welche Zeitverschwendung sind)
- Wie du mit Thought Leadership und Micro-Awareness Leads generierst
- Die besten Posting-Zeiten, Hashtag-Strategien und Engagement-Hacks
- Eine Schritt-für-Schritt-Anleitung für deinen LinkedIn-Marketing-Funnel
- Warum du LinkedIn-Marketing nie an Praktikanten abgeben solltest

LinkedIn Marketing 2025: Warum du ohne Strategie untergehst

LinkedIn hat sich in den letzten Jahren dramatisch verändert. Was einst ein verstaubtes Karriereportal für Bewerber war, ist heute eine der mächtigsten digitalen Bühnen im B2B-Marketing. Und trotzdem behandeln viele Unternehmen LinkedIn wie ein weiteres soziales Netzwerk – mit belanglosen Posts, lieblosen Unternehmensupdates und stockfotoschweren "Wir sind auf der Messe"-Beiträgen. Spoiler: So funktioniert das nicht mehr.

LinkedIn ist kein Ort für Werbung, sondern für Relevanz. Der Algorithmus belohnt Inhalte, die Interaktion erzeugen, Diskussionen auslösen und echten Mehrwert bieten. Wer platte Werbebotschaften oder sterile Recruiting-Posts absetzt, wird vom Feed-Algorithmus gnadenlos ignoriert – und damit von der Zielgruppe gleich mit.

Das bedeutet: Ohne fundierte Content-Strategie, klare Zieldefinition und saubere technische Umsetzung wirst du auf LinkedIn keine Reichweite aufbauen. Und ohne Reichweite kein Branding, kein Thought Leadership, keine Leads. LinkedIn-Marketing ist heute ein eigener Disziplinbereich – mit eigenen Regeln, Formaten und KPIs. Und wer die nicht kennt, wirft Ressourcen zum Fenster raus.

Die gute Nachricht: LinkedIn belohnt Qualität, Konsistenz und Persönlichkeit. Mit der richtigen Strategie kannst du organisch Reichweite aufbauen, Beziehungen stärken und Autorität in deiner Branche aufbauen – ganz ohne bezahlte Ads. Aber du brauchst einen Plan. Und der beginnt mit einem Verständnis dafür, wie LinkedIn wirklich funktioniert.

Der LinkedIn-Algorithmus: Wie er tickt und wie du ihn zu

deinem Vorteil nutzt

Der LinkedIn-Algorithmus ist kein Mysterium – auch wenn viele Social-Media-Gurus das gerne behaupten. Er basiert auf klaren Signalen: Relevanz, Interaktion, Verweildauer und Netzwerkbezug. LinkedIn bewertet jeden Beitrag in mehreren Stufen und entscheidet anhand von Engagement-Metriken, ob der Post weiter ausgespielt wird oder in der digitalen Versenkung verschwindet.

Die wichtigsten Faktoren sind:

- Initiales Engagement: Die ersten 60 Minuten nach Veröffentlichung sind entscheidend. Likes, Kommentare, Shares – alles zählt. Wer in dieser Phase keine Reaktionen bekommt, verliert Reichweite.
- Verweildauer: LinkedIn misst, wie lange Nutzer sich mit deinem Post beschäftigen. Lange Lesezeit = hoher Wert. Deshalb funktionieren lange Texte und Karussells oft besser als kurze Snippets.
- Relevanz zum Netzwerk: LinkedIn bevorzugt Inhalte, die für das unmittelbare Netzwerk relevant sind. Je enger die Beziehung (z.B. durch direkte Interaktion oder gemeinsame Kontakte), desto höher die Sichtbarkeit.
- Content-Typ: Native Inhalte (Text, Bilder, Dokumente) werden bevorzugt. Externe Links (vor allem zu YouTube oder fremden Seiten) werden oft algorithmisch gedrosselt.
- Spam-Detection: Hashtag-Stuffing, Clickbait, “Like diesen Beitrag”-Aufrufe – all das erkennt LinkedIn als Engagement-Baiting und straft es ab.

Wer den Algorithmus versteht, kann gezielt Inhalte erstellen, die performen. Das bedeutet aber auch: Kein Copy-Paste aus dem Corporate Blog, keine automatisierten RSS-Feeds, kein “Jeden Dienstag ein Post”-Automatismus. LinkedIn will echte Menschen, echte Inhalte, echte Relevanz.

Content-Formate auf LinkedIn: Was funktioniert – und was du lassen kannst

LinkedIn bietet eine erstaunlich breite Palette an Content-Formaten – aber nicht alle generieren Reichweite. Wer seine Zeit mit unperformanten Formaten verschwendet, verliert Sichtbarkeit und Engagement. Die Faustregel lautet: Nativ first, Dialog second, Werbung never.

Hier ein Überblick über die LinkedIn-relevanten Content-Formate:

- Text-Only-Posts: Funktionieren überraschend gut, wenn sie gut geschrieben sind. Storytelling, Meinungen, Erfahrungen – alles was persönlich und relevant ist, erzeugt Reichweite.
- Dokumenten-Posts (PDF-Karussells): Der neue König im Feed. Slide-Posts

mit konkretem Mehrwert performen überdurchschnittlich gut, da sie hohe Verweildauer erzeugen.
- Bilder und Grafiken: Nur sinnvoll, wenn sie informativ oder emotional sind. Stockfotos ohne Kontext? Lass es.
- Videos: Können stark sein, vor allem persönliche Statements oder Tutorials. Aber: Native Uploads, keine YouTube-Links.
- Externe Links: Nur mit Vorsicht genießen. Wenn möglich, in den Kommentaren platzieren oder auf späteren Austausch setzen.

Was gar nicht geht: Automatisierte Posts, sterile Unternehmensnachrichten, platte Werbung oder Content ohne Call-to-Action. LinkedIn will keine Werbetafeln, sondern Dialogplattformen. Dein Content muss Engagement provozieren – oder er wird ignoriert.

Personal Branding auf LinkedIn: Kein Bullshit, bitte

Personal Branding ist der Reichweitenbooster schlechthin – wenn du es richtig machst. Der größte Fehler: Personal Branding mit Selbstbeweihräucherung zu verwechseln. Niemand interessiert sich für deinen "spannenden Karriereweg" oder deinen "tollen neuen Job", wenn du keine Relevanz stiftest.

Gutes Personal Branding basiert auf drei Säulen:

- Expertise zeigen: Teile Fachwissen, Insights, Learnings aus echten Projekten. Keine Buzzwords, keine Worthülsen.
- Persönlichkeit zeigen: Menschen folgen Menschen, nicht Marken. Deine Haltung, dein Humor, deine Meinung zählen.
- Konsistenz zeigen: Nicht einmal im Monat posten, sondern regelmäßig sichtbar sein. Algorithmen lieben Konsistenz.

Ein starkes Personal Branding auf LinkedIn macht dich zur Autorität in deinem Bereich – und zieht Leads, Jobs und Anfragen fast automatisch an. Aber es erfordert Mut zur Klarheit, zur Meinung und zur echten Interaktion. Wer sich hinter Marketing-Formulierungen versteckt, wird übersehen.

Tools, Tricks und Hacks für mehr Reichweite auf LinkedIn

LinkedIn-Marketing ohne Tools ist wie SEO ohne Screaming Frog – möglich, aber dumm. Die richtige Tool-Auswahl spart Zeit, optimiert Prozesse und liefert dir die Insights, die du brauchst, um deine Content-Performance zu steigern.

Unsere Favoriten für LinkedIn-Marketing 2025:

- Shield App: Analytics für Personal Profiles. Zeigt dir Reichweite, Engagement-Raten, Follower-Wachstum – alles, was LinkedIn Business Pages

nicht leisten.
- Taplio: KI-gestütztes Content-Ideen-Tool mit Scheduling-Funktion. Besonders für Solo-Marketer ein Gamechanger.
- Hypefury/Buffer: Scheduling-Tools, mit denen du Posts vorplanen kannst – aber Achtung: Authentizität nicht verlieren.
- LinkedIn Analytics (native): Unterschätzt, aber wertvoll. Zeigt dir, welche Zielgruppen dich sehen und woher dein Traffic kommt.

Und was du dir sparen kannst? Content-Automatisierung, Fake-Follower, Engagement-Pods. Alles, was manipulativ wirkt, wird vom Algorithmus erkannt und bestraft. LinkedIn ist kein Instagram – Authentizität schlägt Automatisierung.

LinkedIn-Marketing-Funnel: Schritt für Schritt zur Leadmaschine

Reichweite ist nur der Anfang. Wer LinkedIn-Marketing ernst nimmt, baut einen Funnel – vom Awareness-Aufschlag bis zum Lead-Conversions-Ziel. Und das funktioniert erstaunlich effektiv, wenn du die richtigen Schritte befolgst.

1. Visibilität aufbauen: Regelmäßig posten, auf Kommentare reagieren, andere Beiträge kommentieren. Sichtbar sein ist die Grundvoraussetzung.
2. Mehrwert liefern: Poste Inhalte, die deine Zielgruppe weiterbringen – How-Tos, Einblicke, Frameworks, Checklisten.
3. Autorität etablieren: Mit Whitepapers, Webinaren, Case Studies oder Thought-Pieces zeigst du Tiefe und Relevanz.
4. Community aufbauen: Vernetze dich aktiv, führe Diskussionen, beantworte Fragen. Vertrauen entsteht durch Dialog.
5. Conversion ermöglichen: Erst wenn du Vertrauen aufgebaut hast, darfst du verkaufen – per Kommentar, Link oder personalisierter Nachricht.

LinkedIn ist kein Marktplatz, sondern ein Netzwerk. Wer sofort verkauft, verliert. Wer zuerst hilft, gewinnt. Der Funnel ist kein Sales-Trichter, sondern ein Beziehungsprozess. Und genau das macht ihn so mächtig.

Fazit: LinkedIn ist kein Nebenkanal – es ist das Spielfeld

LinkedIn-Marketing ist 2025 kein “Nice-to-have” mehr. Es ist der zentrale Ort für B2B-Kommunikation, Thought Leadership und Leadgenerierung. Wer LinkedIn ignoriert, verschenkt Sichtbarkeit, Vertrauen und Umsatz. Aber wer es falsch spielt, ebenfalls. Der Unterschied liegt in der Strategie – und im

Verständnis für Plattformmechanismen.

Der größte Fehler? LinkedIn an Praktikanten oder Content-Automaten zu delegieren. Reichweite entsteht durch Relevanz, Interaktion und Persönlichkeit – nicht durch Tools, Templates oder Corporate Jargon. Wenn du willst, dass deine Zielgruppe dich ernst nimmt, dann musst du auf LinkedIn liefern. Echt, regelmäßig und klug. Alles andere ist digitales Rauschen.