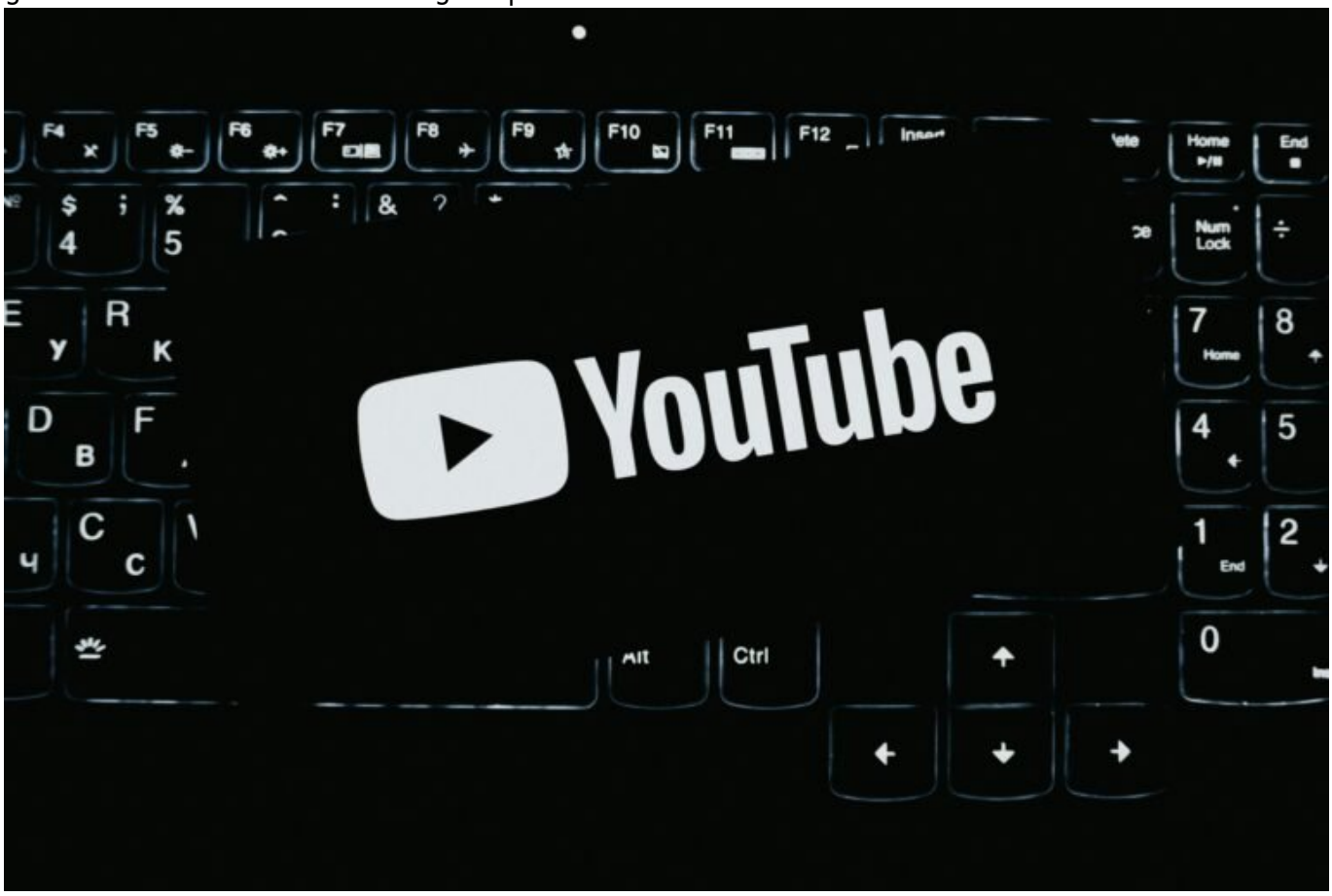
video linkedin

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



Video LinkedIn: Clevere Strategien für mehr Sichtbarkeit

Du willst auf LinkedIn nicht nur Likes von deinen Kollegen abgreifen, sondern wirklich Reichweite, Sichtbarkeit und Leads generieren? Dann hör auf, halbherzige Stock-Videos mit Buzzword-Gelaber zu posten. LinkedIn-Video-Marketing ist kein Hobby – es ist eine verdammt effiziente Business-Waffe. Und wer weiß, wie man sie richtig schärft, dominiert die Feeds. Willkommen in der Arena.

- Warum Video-Content auf LinkedIn 2025 der sichtbarste Content-Typ ist
- Wie der LinkedIn-Algorithmus Videos bevorzugt – und was du ausnutzen kannst
- Welche Formate wirklich Reichweite bringen – und welche dich unsichtbar machen

- Die besten Strategien zur Videoproduktion für LinkedIn – inkl. technischer Spezifikationen
- Wie du mit nativem Video-Content Leads generierst statt nur Klicks sammelst
- Warum LinkedIn kein YouTube ist – und du dich anpassen musst
- Distribution, Timing und Hashtags: So nutzt du das System aus
- Tools, Tricks und Hacks für maximale Sichtbarkeit mit minimalem Aufwand
- Wie du LinkedIn Analytics richtig liest – und dein Video-Game skalierst
- Fazit: LinkedIn Video ist kein Trend, sondern Pflichtprogramm für B2B-Marketer

LinkedIn Video-Marketing: Mehr als nur Sichtbarkeit – ein strategisches SEO-Instrument

Wer 2025 noch glaubt, LinkedIn sei eine Plattform für Lebenslauf-Updates und halbherzige "Leadership"-Posts, hat das Spiel nicht verstanden. LinkedIn ist längst ein vollwertiger Content-Marketing-Kanal – mit einem Algorithmus, der native Videos liebt. Und genau hier liegt das Potenzial: Videos auf LinkedIn sind nicht nur sichtbar, sie sind algorithmisch bevorzugt. Native Videoformate pushen deine Beiträge in die Feeds deiner Kontakte und weit darüber hinaus – und das ganz ohne bezahlte Ads.

Der Begriff "Video LinkedIn" steht heute nicht mehr nur für ein nettes Gimmick zur Auflockerung deiner Timeline. Es ist ein handfestes Instrument zur Leadgenerierung, Personal Branding und Thought Leadership. Dabei ist es völlig egal, ob du Einzelkämpfer, CMO oder Recruiter bist – wenn du auf LinkedIn sichtbar sein willst, brauchst du eine Video-Strategie. Punkt.

Die Plattform priorisiert Inhalte, die Engagement auslösen – und Videos sorgen für mehr Verweildauer, mehr Interaktionen und mehr Shares. Die Logik ist brutal einfach: Je länger ein Nutzer mit deinem Content interagiert, desto wertvoller bist du für den Algorithmus. Und kein Content-Format fesselt mehr als Video – vorausgesetzt, du weißt, wie man es richtig einsetzt.

Video LinkedIn ist kein Zufallsprodukt, sondern ein System mit klaren Regeln. Wer diese Regeln kennt – von der Videolänge über das Format bis zur Beschreibung – kann die Sichtbarkeit massiv steigern. Und wer sie ignoriert, produziert für die Tonne. In diesem Artikel bekommst du kein Blabla, sondern eine präzise Anleitung, wie du Videos erstellst, die auf LinkedIn performen. Ohne Bullshit. Ohne Buzzwords. Nur Praxis.

Wie der LinkedIn-Algorithmus

Videos bevorzugt – und wie du das ausnutzt

Der LinkedIn-Algorithmus ist kein Rätsel. Er ist ein berechenbares System, das auf Interaktion, Relevanz und Aufenthaltsdauer basiert. Und genau deshalb liebt er Videos. Denn Videos erhöhen die Watch Time – also die Zeit, die ein Nutzer mit deinem Beitrag verbringt. Und das ist aus algorithmischer Sicht der Jackpot.

Ein Video, das in den ersten Sekunden überzeugt, sorgt für höhere Completion Rates. Und genau diese Completion Rates sind ein massiver Rankingfaktor im LinkedIn-Feed. Wenn dein Video durchgeschaut wird, versteht der Algorithmus: "Das ist relevant". Die Folge? Mehr Reichweite. Mehr Sichtbarkeit. Mehr Leads.

Aber Achtung: LinkedIn bevorzugt native Videos. Das bedeutet: Videos, die direkt auf LinkedIn hochgeladen werden – nicht YouTube-Links oder externe Embeds. Warum? Weil externe Links Nutzer von der Plattform wegführen. Und das mag LinkedIn gar nicht. Native Videos hingegen halten die Aufmerksamkeit auf der Plattform. Und genau das wird belohnt.

Zusätzlich spielt das User-Verhalten eine Rolle. Wenn dein Video kommentiert, geteilt oder mit "Reaktionen" (Like, Celebrate, Support etc.) versehen wird, wertet LinkedIn das als positives Signal. Je mehr Interaktion dein Video erzeugt – besonders innerhalb der ersten 90 Minuten – desto stärker steigt die organische Reichweite.

Was du also brauchst, ist ein Video, das:

- in den ersten 3 Sekunden hookt
- möglichst nativ eingebunden ist
- eine klare CTA-Struktur enthält (Call to Action)
- technisch sauber (Format, Größe, Auflösung) produziert wurde

Das ist keine Kunst – es ist Methode.

Die besten LinkedIn Video-Formate für maximale Sichtbarkeit

LinkedIn ist nicht YouTube. Du brauchst keine 10-Minuten-Monologe mit epischem Intro. Was auf LinkedIn funktioniert, ist kurz, konkret und kontextstark. Die Nutzer sind im Business-Modus – keine Zeit für Spielereien. Hier sind die Formate, die 2025 auf LinkedIn wirklich funktionieren:

- Experten-Clips (1–2 Minuten): Kurzform-Videos mit klarer Expertise zu

einem spezifischen Thema. Keine Einleitung, keine Verabschiedung – direkt rein in den Mehrwert.
- Behind-the-Scenes: Authentische Einblicke in dein Team, deine Prozesse oder dein Produkt. Funktioniert besonders gut für Employer Branding und Trust-Aufbau.
- Q&A-Videos: Beantworte häufige Fragen aus deiner Community. Fördert Engagement und positioniert dich als Thought Leader.
- Case Studies: Zeig, wie du Probleme gelöst hast – mit echten Zahlen, echten Kunden, echtem Impact.
- Event-Recaps: Kürze, schneide und kommentiere relevante Events oder Talks – ideal für Reichweite durch Trend-Piggybacking.

Wichtig: Die optimale Länge für LinkedIn Videos liegt zwischen 30 und 90 Sekunden. Alles darüber wird kritisch – es sei denn, du bist Barack Obama oder Elon Musk. Außerdem solltest du immer mit Untertiteln arbeiten. 80 % der Nutzer schauen Videos ohne Ton. Ohne Subtitles = ohne Wirkung.

Technische Spezifikationen für LinkedIn-Videos:

- Format: MP4 oder MOV
- Auflösung: Mindestens 720p, optimal 1080×1080 (Square) oder 1080×1350 (Vertical)
- Maximale Dateigröße: 5 GB
- Länge: 3 Sekunden bis 10 Minuten (optimal: 60–90 Sekunden)
- Untertitel: .SRT-Dateien oder eingebrannt

Wer das ignoriert, verschenkt Potenzial. Punkt.

Strategien für Distribution, Engagement und maximale Reichweite

Ein gutes Video reicht nicht. Wenn es niemand sieht, bringt es dir nichts. Deshalb brauchst du eine Distributionsstrategie. Und die beginnt mit dem richtigen Posting-Zeitpunkt. LinkedIn-Nutzer sind werktags aktiv – besonders Dienstag bis Donnerstag zwischen 8–10 Uhr und 16–18 Uhr. Poste außerhalb dieser Zeiten nur, wenn du aktiv Reichweite sabotieren willst.

Hashtags wirken auf LinkedIn wie kleine Content-Silos. Nutze 3–5 präzise Hashtags pro Video – nicht mehr. Zu viele Hashtags wirken wie Spam. Wähle eine Mischung aus Nischen- und Trend-Hashtags. Beispiel: #B2BMarketing, #LinkedInVideo, #ContentStrategy.

Engagement-Boosting ist kein Mythos. Es funktioniert. Nutze diese Tricks:

- Tagge relevante Personen in deinem Video-Post – aber nur, wenn sie wirklich Bezug zum Inhalt haben
- Antworte auf jeden Kommentar – so erzeugst du mehr Aktivität
- Kommentiere mit eigenem Profil sofort nach dem Posten – das signalisiert

Relevanz
- Verlinke deinen Post in thematisch passenden Gruppen oder Slack-Channels

Und bitte: Vermeide platte CTAs wie “Was denkt ihr?”. Wenn du Fragen stellst, dann konkret. Beispiel: “Welche drei Tools nutzt ihr für eure Videoproduktion – und warum?” Das erzeugt echte Antworten, nicht generisches Geklicke.

LinkedIn Analytics: Was du messen musst – und was du ignorieren kannst

LinkedIn bietet dir eine Menge Zahlen – aber nicht jede davon ist relevant. Die wichtigsten KPIs für Video LinkedIn sind:

- Views: Wird gezählt, wenn jemand mindestens 3 Sekunden schaut. Also eher ein Indikator für Sichtbarkeit, nicht Qualität.
- Watch Time: Die tatsächliche Verweildauer – entscheidend für den Algorithmus.
- Completion Rate: Wie viele Nutzer schauen das Video bis zum Ende? Ein Top-Wert liegt bei über 50 %.
- Engagement Rate: Verhältnis von Likes, Shares, Kommentaren zu Views. Alles über 2 % ist stark.

Was du ignorieren kannst? “Impressionen” ohne Kontext. Ein Video mit 20.000 Impressions und 300 Views ist kein Erfolg. Es ist ein Indiz für schlechte Hook, falsches Format oder irrelevantes Targeting. Nutze die Analytics, um konkret zu optimieren:

- Schwache Hook? Teste neue Video-Opener
- Geringe Watch Time? Verkürze die Länge
- Wenig Engagement? Frage gezielter oder ändere das Thema

LinkedIn bietet dir ein geschlossenes Feedback-System. Nutze es. Wer blind postet, verschenkt Potenzial. Wer analysiert, dominiert.

Fazit: LinkedIn Video ist kein Trend – es ist deine Eintrittskarte zur digitalen Sichtbarkeit

Wenn du 2025 im B2B-Marketing sichtbar sein willst, kommst du an Video LinkedIn nicht vorbei. Es ist kein Bonus-Feature, sondern eine Pflichtdisziplin. Der Algorithmus liebt Video. Die Nutzer konsumieren es. Und

smarte Marketer nutzen es, um Leads zu generieren, Marken aufzubauen und Reichweite zu skalieren.

Vergiss Stock-Videos, austauschbare Buzzword-Phrasen und 10-Minuten-Monologe mit PowerPoint-Slides. Wenn du mit Video auf LinkedIn erfolgreich sein willst, brauchst du Strategie, Klarheit und Präzision. Und du brauchst Mut. Denn Sichtbarkeit kommt nicht durch Perfektion – sondern durch Präsenz. Fang an. Jetzt.