

PRESSEMITTEILUNG

Erfolgreiches Personal Branding auf LinkedIn – Die neuesten Trends und Empfehlungen im Fokus des MVFP Bayern Mittagstalks

Im Rahmen des Webinars gaben die Expertinnen für Positionierung und Social-Media Christiane Wolff und Ina Medick wertvolle Einblicke in Ihre Strategien auf der Netzwerkplattform. Fazit: Authentizität und Interaktion sind der Schlüssel zum Erfolg.

München 13. März 2023. „Mit monatlich rund 19 Millionen aktiven Nutzerinnen und Nutzern in der DACH-Region und einem Wachstum von mehr als 11 % im vergangenen Jahr ist LinkedIn für die berufliche Kommunikation essenziell. Daher ist es so wichtig, sich immer wieder über die aktuellen Entwicklungen und Empfehlungen für einen weiteren Reichweitenaufbau zu informieren.“ Mit diesen Worten begrüßte Horst Ohligschläger, Erster Vorsitzende des MVFP Bayern und CEO Roularta Media, zahlreiche Teilnehmerinnen und Teilnehmer des digitalen Mittagstalks am 09. März 2023 zum Thema „LinkedIn Trends 2023 – Corporate Influencer, Personal Branding und erfolgreiche Posts“, durch den er gemeinsam mit der Geschäftsführerin der bayerischen Landesvertretung des MVFP, Anina Veigel, führte.

Zu Beginn betonte Christiane Wolff, Executive Director Communications & CxO Positioning bei der PMMG Group, im Interview mit dem MVFP Bayern, dass es keinen Grund gibt, beruflich nicht auf der Plattform aktiv zu sein, da LinkedIn der wichtigste Social-Media-Kanal ist, auf dem man sich positionieren und austauschen kann. „Zwar erfordern sowohl die Strategie als auch die Erstellung eines Redaktionsplans und das Posten von Inhalten viel Zeit, jedoch führt dies langfristig zur Stärkung der Positionierung, erweitert das Businessnetzwerk und führt zu einem besseren Employer Branding für das Unternehmen“, so Wolff.

Um Themen zu finden, über die man auf LinkedIn sprechen kann, empfiehlt Wolff, berufliche Themen mit einem „persönlichen Touch“ zu verfassen, die Authentizität ausstrahlen und die eigenen Gedanken, Erlebnisse und Impulse beinhalten. Auf diese Weise können andere Follower inspiriert werden. Bei kritischen Diskussionen auf der Plattform empfiehlt die Expertin einen besonnenen Umgang, aber unbedingt auch eine gute Vorbereitung und eine stetige Kontrolle der Aktivitäten. Im Vergleich zu anderen Plattformen steht aber der respektvolle Umgang bei LinkedIn im Vordergrund. Dazu gehört auch ein Beantworten von Kommentaren und wenn nötig auch eine Entschuldigung.

„Mehrwert“ stand auch im Mittelpunkt der anschließenden Präsentation von Ina Medick, Geschäftsführerin Strategie IF.DIGITAL GmbH und Social-Media-Trainerin an der Akademie der Bayerischen Presse. In ihrem Vortrag ging sie auf die Bedeutung des Algorithmus der Plattform ein, der vor allem Kommentare von Mensch zu Mensch fördert. „Menschen folgen auf LinkedIn Menschen und daher ist es wichtig, ein Thema zu wählen, das die Zielgruppe anspricht und auf das Interaktionen folgen“, so Medick.

Sie betonte, dass bei der Ansprache nicht nur der emotionale Mehrwert eine wichtige Rolle spielt, sondern auch Einblicke in die eigene Arbeit, zwischenmenschliche Erfahrungen in Teams und die Betrachtung unterschiedlicher Perspektiven und Lösungsansätze Relevanz vermitteln. Um das eigene Profil optimal zu gestalten, ist es zudem wichtig, maximal drei Schwerpunkte auszuwählen und diese immer wieder aufzugreifen. Damit positioniert man sich als Experte für bestimmte Themenbereiche.

Außerdem empfiehlt Medick, einen Post mit einer Frage oder einer Call-to-action zu beenden, um die Interaktion mit dem Netzwerk anzuregen und weitere Reichweite zu generieren. Sowohl für Wolff als auch Medick ist es entscheidend, überhaupt erst einmal auf der Plattform kreativ zu werden und zu posten. Damit gehört man schon den oberen ein Prozent der Userinnen und Usern des Netzwerks.

Über den MVFP Bayern (ehemals VZB):

Der MVFP Bayern – ehemals Verband der Zeitschriftenverlage in Bayern (VZB) - ist die Landesvertretung des MVFP Medienverband der freien Presse e.V. in Bayern. Erster Vorsitzender ist Horst Ohligschläger, CEO Roularta Media Deutschland. Der Verband vertritt die Interessen von rund 100 bayerischen Zeitschriftenunternehmen (u.a. Hubert Burda Media, Condé Nast Verlag, Vogel Communications Group, Wort & Bild Verlag). Seit seiner Gründung 1948 ist es die Hauptaufgabe des Verbandes, bayerische Verleger bei grundlegenden unternehmerischen Herausforderungen zu unterstützen.

MVFP Bayern

Friedrichstraße 22

80801 München

Telefon: 0 89/28 81 27-0

Telefax: 0 89/28 81 27-27

E-Mail: bayern@mvfp.de

Website: www.mvfp-bayern.de