edv-buchversand.de

LinkedIn-Marketing

Auf den Punkt

» Hier geht's direkt zum Buch

DAS VORWORT

Dieses Vorwort wird Ihnen von www.edv-buchversand.de zur Verfügung gestellt.

VORWORT

Felix Beilharz zur Reihe »Auf den Punkt«

Meine Karriere im Online-Marketing begann in der SEO: für meinen eigenen Onlineshop, für meine ersten Websites und irgendwann für meine ersten Kunden. In den ersten zehn Jahre als digitaler Unternehmer gehörte mein Herz der Suchmaschinenoptimierung.

Dann tauchte Social Media am Horizont auf, und ich begann, zweigleisig zu fahren. Anfangs war das auch gut machbar. Social Media hieß im Wesentlichen Facebook, etwas YouTube oder Google+ (ja, so alt bin ich). Das war noch überschaubar.

Dann wurde Online-Marketing immer komplexer. Die Zahl der Kanäle nahm zu: Es tauchten Instagram, TikTok, LinkedIn und weitere Player auf. Und auch innerhalb der Kanäle wuchs die Komplexität. Mittlerweile kann man sich problemlos auf TikTok-Werbung, Micro-Influencer-Kampagnen oder 9:16-Video-Content fokussieren – und ist damit voll ausgelastet. Google Ads und die zahlreichen Möglichkeiten des E-Mail-Marketings nicht eingerechnet.

So musste ich mir auch irgendwann eingestehen: Die Breite der Themen, die ich abzudecken versuchte, war nicht mehr zu schaffen. Zu dynamisch war die Entwicklung, zu vielfältig, zu breit und zu tief das notwendige Wissen. Deshalb begann ich, mich auf ausgewählte Themen und die großen Zusammenhänge und strategischen Fragen zu konzentrieren und für Detailfragen immer mehr auf Kolleginnen und Kollegen – Spezialisten aus den verschiedenen Marketingdisziplinen – zu setzen.

Vor diesem Hintergrund ist auch diese Buchreihe entstanden. Ich nutze zwar seit 20 Jahren E-Mail-Marketing, aber über das Detailwissen, um ein ganzes Buch zu füllen, verfüge ich nicht. Gleiches gilt für viele weitere Bereiche des digitalen Marketings.

Deshalb habe ich die besten Experten und Expertinnen der Branche zusammengetrommelt, um sie für diese Reihe zu gewinnen: damit du aus erster Hand das Wissen ausgewiesener Fachleute erhältst und dir zu einem Thema solide Grundlagen aneignen kannst.

Aber keine Sorge: Zwar könnte jede Autorin und jeder Autor locker ein mehrbändiges Lexikon zu ihrem oder seinem Thema füllen, diesen Anspruch erheben wir mit dieser Reihe jedoch nicht. Im Gegenteil: Wir wollen genau die Punkte herausarbeiten, die für dich im Joballtag wichtig und relevant sind. Und die, sauber umgesetzt, für 80 Prozent der guten Ergebnisse verantwortlich sind. So bekommst du bei überschaubarem Aufwand genau das Know-how, das du wirklich brauchst: »Auf den Punkt« eben.

Danke, dass du dich für dieses Buch entschieden hast. Ich wünsche dir viel Spaß beim Lesen und viel Erfolg beim Umsetzen. Lass die Autorinnen und Autoren, die digitale Community in den sozialen Netzwerken gern wissen, was du mitgenommen hast. Wir sprechen uns.

Dein Felix



Vorwort zu diesem Buch

LinkedIn ist die größte und wichtigste Business-Plattform. Und gleichzeitig erinnert es mich manchmal an Flüsterpost.

Ein neues Feature geht an den Start und nur wenige Stunden später verteilen selbsternannte LinkedIn-Experten schon die ersten Halbwahrheiten, die meist mit viel Meinung einhergehen und wenig datenbasierter Grundlage. Und wie bei Flüsterpost kommt am Ende der Kette oftmals leider etwas an, das mit dem Anfang nicht mehr viel zu tun hat.

Ich selbst bin LinkedIn Top Voice und habe einen SPIEGEL-Bestseller geschrieben. Vorher war ich 13 Jahre in der Corporate-Welt angestellt, zehn davon als Führungskraft. Heute bin ich unternehmerisch tätig und verdiene mein Geld vor allem mit LinkedIn.

Ich habe mir also selbst einen großen Account aufgebaut und glaube, die Plattform gut zu verstehen. Trotzdem: Wenn mich jemand etwas Konkretes zu LinkedIn fragt, verweise ich auf die für mich einzige menschliche und wirklich valide Quelle, die ich kenne. Felix Beilharz.

Doch wo und wie haben Felix und ich uns kennengelernt?

Nicht auf LinkedIn, sondern beim Abendessen. 2025. Am Meer. In Split.

Ich war als Speakerin vom Club 55 eingeladen, einer Gemeinschaft, in der seit 1958 Marketing- und Sales-Expertise in exklusivem Kreis zusammenkommt, um sich gegenseitig zu inspirieren, zu challengen und zu reflektieren.

Beim ersten Abendessen saßen Felix und ich in großer Runde am selben Tisch. Da wir beide für unsere Themen rund um LinkedIn brennen, hat es ungefähr 4 Minuten und 32 Sekunden gedauert, bis wir unsere Gemeinsamkeit entdeckt haben.

Nach weiteren zehn Minuten habe ich gemerkt: Das ist das erste Mal, dass ich jemanden gefunden habe, mit dem ich bei LinkedIn wirklich tief eintauchen kann. Wir haben über Hacks gesprochen, die tatsächlich etwas bringen. Und über die, die es nur scheinbar tun. Wir haben unsere Erfahrungen mit dem Algorithmus ausgetauscht. Und ziemlich schnell festgestellt, dass wir im Umgang mit dieser Plattform ein ähnliches Wertesystem haben und beide gern analytisch draufschauen.

Und genau das ist es, was du in diesem Buch finden wirst. Aussagen und Tipps mit einer validen Datenbasis und nicht ausschließlich Meinung. Zudem findest du zwischen den Zeilen unglaublich viele Erfahrungswerte. Denn etwas, was Felix und ich auch gemeinsam haben, ist, dass wir die Dinge testen. A/B-Tests machen. Neue Features direkt anwenden. Oder auch mal Dinge ausprobieren, die sich andere vielleicht nicht trauen oder die nicht ausschließlich der Reichweite dienen.

Und was dieses Buch von vielem unterscheidet, was ich zu LinkedIn gelesen habe: Es hört nicht bei deinem Profil und ein paar Tipps zu Beiträgen auf.

Es geht weiter: Wie baust du ein Netzwerk auf, das dir wirklich etwas bringt? Was machst du mit einer Company Page, die seit Monaten vor sich hindümpelt? Wie verkaufst du über LinkedIn, ohne dass es nach Kaltakquise klingt? Und was passiert, wenn du irgendwann Budget für Ads verantworten musst?

Das heißt: Du kannst dieses Buch lesen, wenn du selbstständig bist und sichtbar werden willst. Und du kannst es lesen, wenn du im Unternehmen für Marketing, Vertrieb oder Recruiting verantwortlich bist und dich fragst, was LinkedIn da eigentlich leisten soll. Beides funktioniert, und das ist selten.

Und das alles mit validen Zahlen und mit den Erfahrungswerten eines echten Experten, der die Dinge wirklich selbst ausprobiert.

Viel Freude beim Lesen und noch mehr beim Umsetzen.

Emma-Isadora Hagen
Berlin, im September 2026