

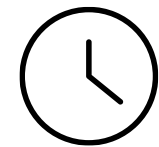


Herzlich Willkommen

ZUM 1. KOMMUNIKATIONSWORKSHOP 2025

“LinkedIn & Sichtbarkeit im Beratungsalltag”

Agenda



60 Min

09.00 - 10.00Uhr

1

Warm up

Kommunikation “Früher vs. Heute”

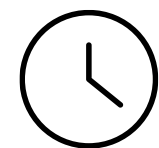
Interaktive Umfragen

Top 5 Social Media Plattformen

2

Deep Dive

- Aufbau & Usecases
- Eigener Business Hub
- Verschiedenen Profile
- Mit wem sich vernetzten lohnt
- Eure 5 Schritte Investition
- Sinnvolle Zielsetzung
- Mobil & Smart



30 Min

10.00 - 10.30Uhr

3

Brainstorming

Regeln

1

Allgemein

Bildschirm an :)

Fragen & Impulse am Ende der Folie

Hand heben hilft mir Euch zu sehen

- **Bitte fleißig mitdiskutieren!**

2

Interaktiver Teil

Programm: Mentimeter

1. QR Code mit Handy scannen

2. Abstimmen und abschicken

3. Abstimmung live ansehen :)

3

Handout

Ihr bekommt die Präsi als PDF :)



Die Welt hat sich verändert –

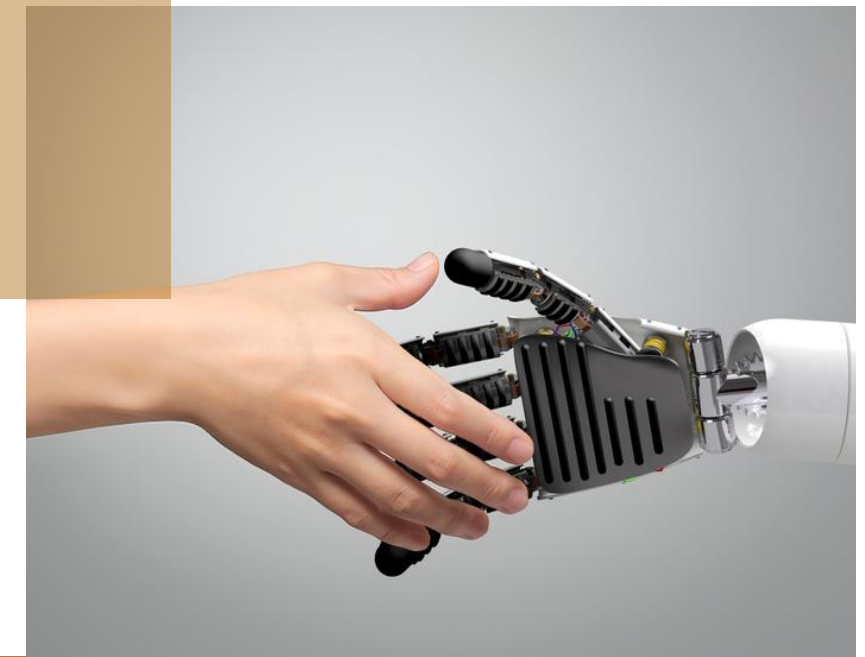
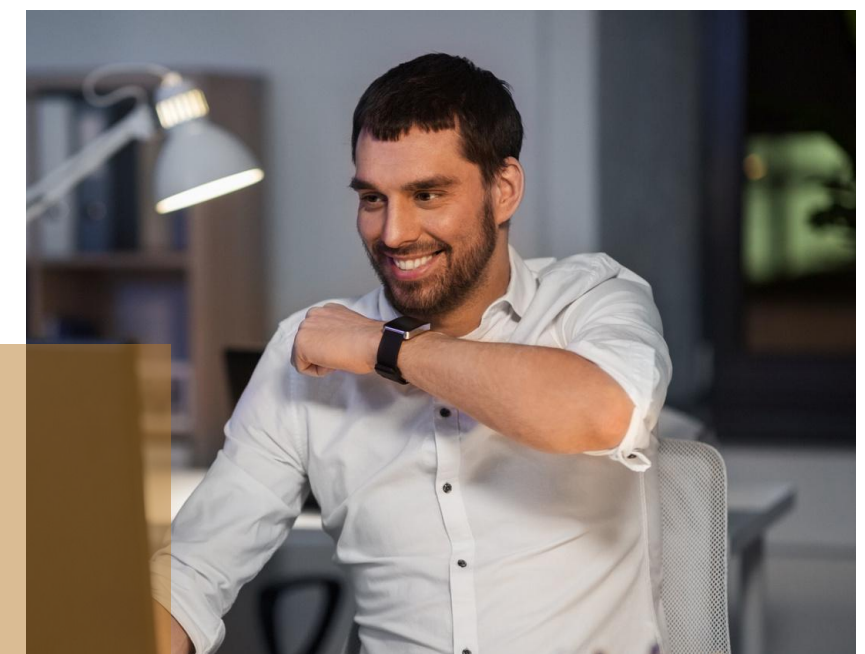
KOMMUNIKATION AUCH.



Kommunikation

FRÜHER VS. HEUTE

DAT



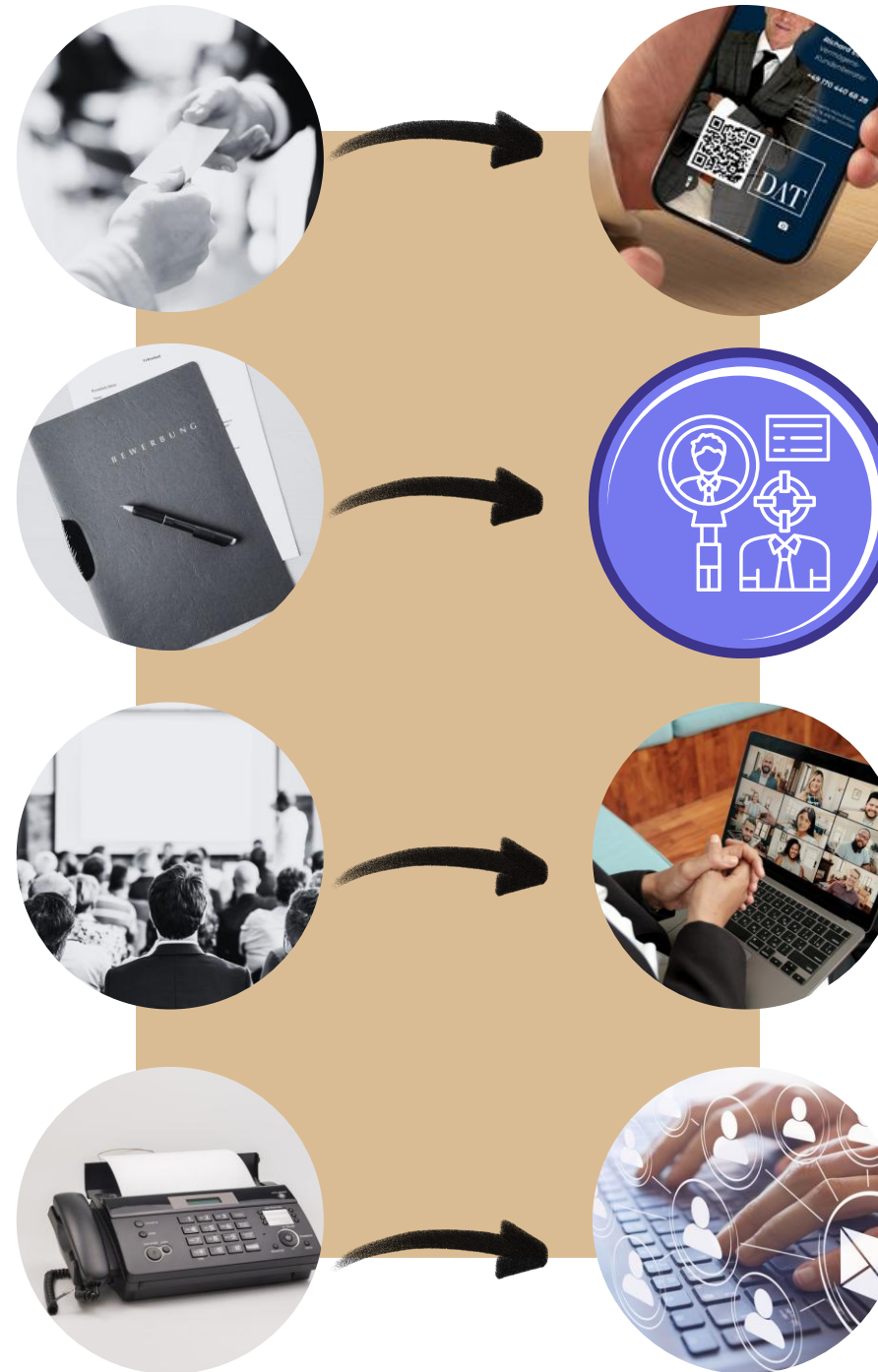
Früher:

Visitenkarte aus Papier

physische Bewerbung mit Lebenslauf,
Urkunden & Zeugnissen

Live-Workshops,
Seminare, Events...

Telefon, Fax



Heute:

digitale Visitenkarte

Sie werden gefunden! Kompetenzen &
Zertifikate im Profil

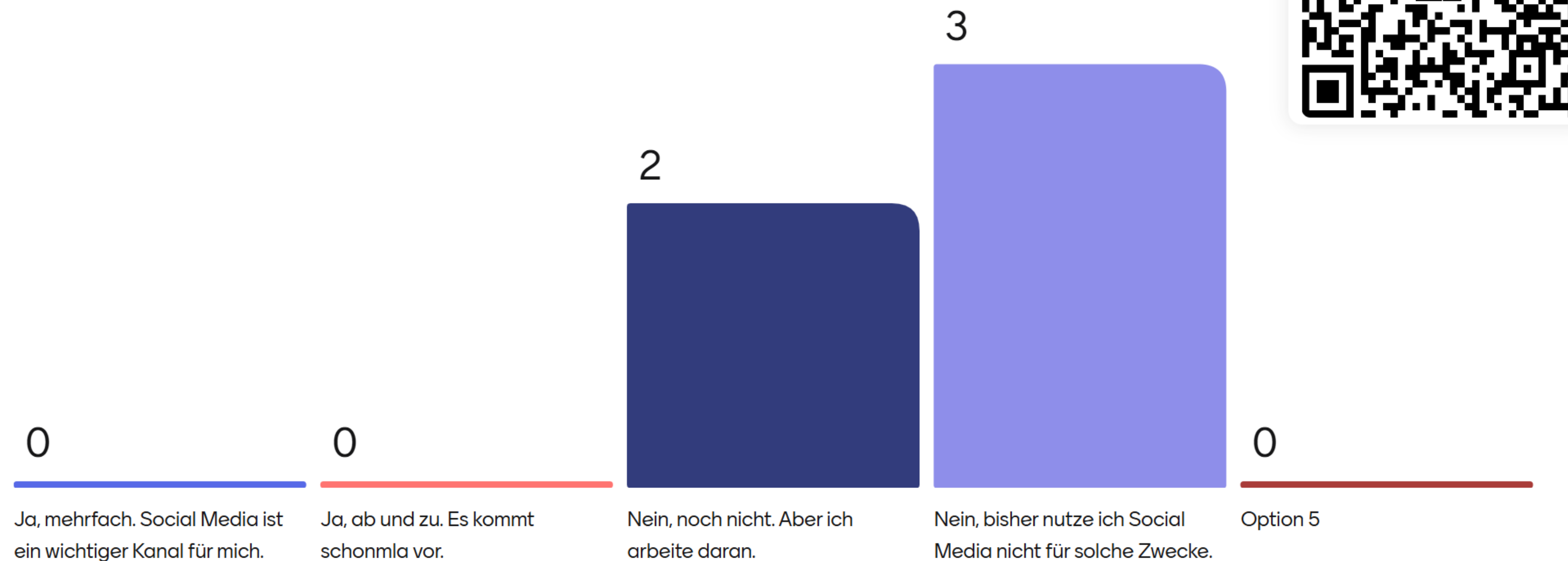
Online
Workshops...(Teams,
Zoom etc.)

Direktnachricht/
Kommentare



Wir haben früher viel Aufwand betrieben, um Menschen von uns zu überzeugen.
Heute können wir dieselbe Wirkung erzeugen – mit **weniger Aufwand**, **mehr Reichweite** aber auch **mehr Konkurrenz!**

Wer von Euch hat schon einmal durch Social Media einen Neukunden oder Partner



Was wäre Dein größter Mehrwert, den Dir eine Social Media Plattform k



keine ahnung

bekanntheit

digitale visitenkarte

neukundengewinnung

Was ist Deine größte Angst im Umgang mit einer Social Media F



shitstorm feedback posts

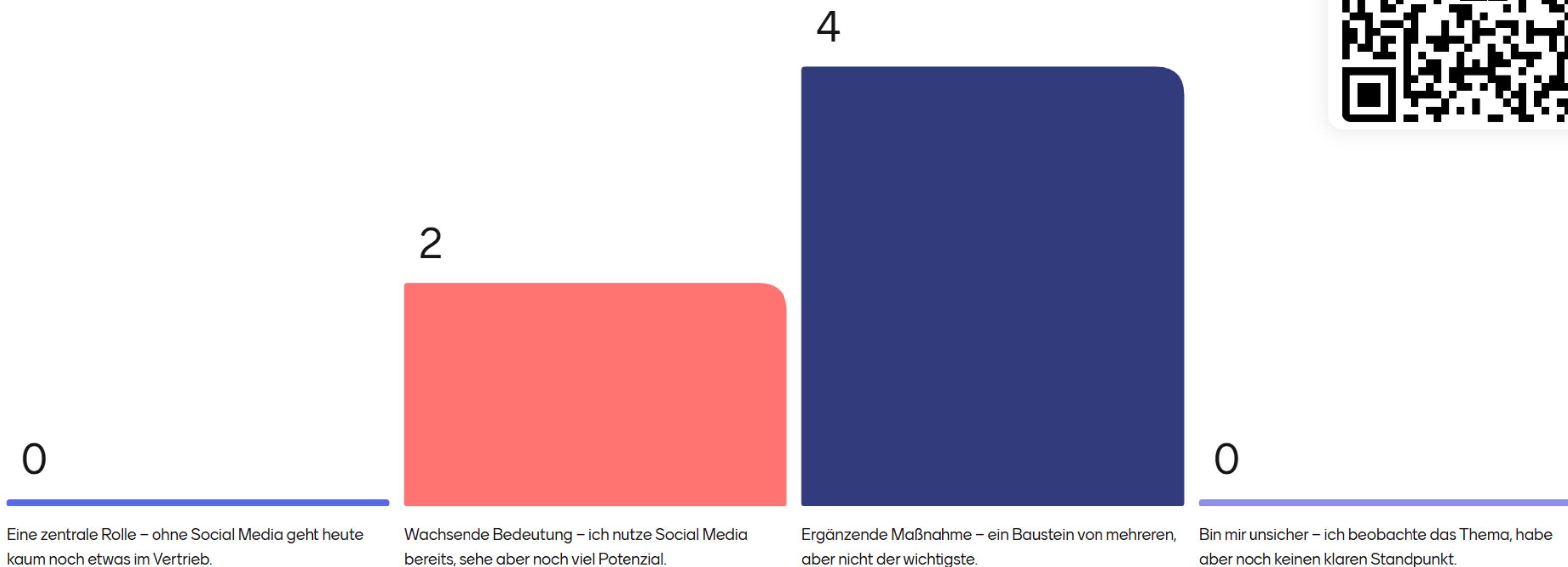
fehlendes verständnis

falsche interpretation

fehlendes know how

ich weis es nicht

Welche Rolle spielen Social-Media-Kanäle deiner Meinung nach heute und in Zukunft, wenn es darum geht Produkt zu verkaufen?



Die TOP 5 Social Media Plattformen

IM ÜBERBLICK

DAT

	Community, lokale Gruppen	Privatpersonen, Vereine	gering
	Emotion, Lifestyle, Marke	jüngere Zielgruppen; Kreative	mittel
	Entertainment, Reichweite	18–35 Jahre, “REAL-TV”	gering bis mittel
	Bildung, Tutorials, Podcasts	sehr breit	ergänzend
	Vertrauen, Expertise, Business-Netzwerk	Entscheider, Unternehmer, Berater	hoch



Deep Dive *LinkedIn*

DAS DIGITALE ZUHAUSE FÜR BERATER

Ziel: Verstehen, warum LinkedIn für DAT & Berater relevant ist und was es alles bietet.



in Nutzerentwicklung

DAT

Jahr	Geschätzte Nutzer weltweit	Entwicklung
2003	0 (Gründung)	Start in Mountain View, Kalifornien
2004	1 Mio	Erste Wachstumsphase, Fokus auf Business-Netzwerke
2008	25 Mio	Beginn der internationalen Expansion
2011	100 Mio	Börsengang (IPO) – starkes Momentum
2013	300 Mio	Einführung neuer Features (z. B. Influencer, Publisher)
2015	400 Mio	Übernahme durch Microsoft vorbereitet
2016	450 Mio	Microsoft übernimmt LinkedIn (26,2 Mrd \$)
2019	660 Mio	Mobile App und Videoformate treiben Wachstum
2021	774 Mio	Fokus auf Learning & Creator-Inhalte
2023	930 Mio	Rekordjahr bei B2B-Aktivität
2025	1,1 Milliarde	Aktuell – größte B2B-Plattform weltweit



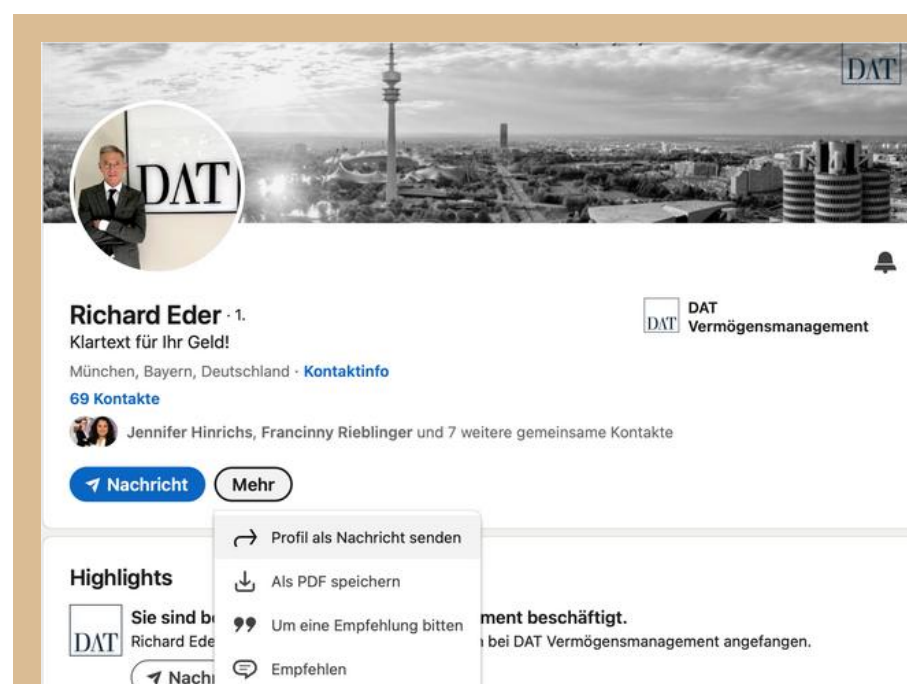
Aufbau & Usecases

IM ÜBERBLICK



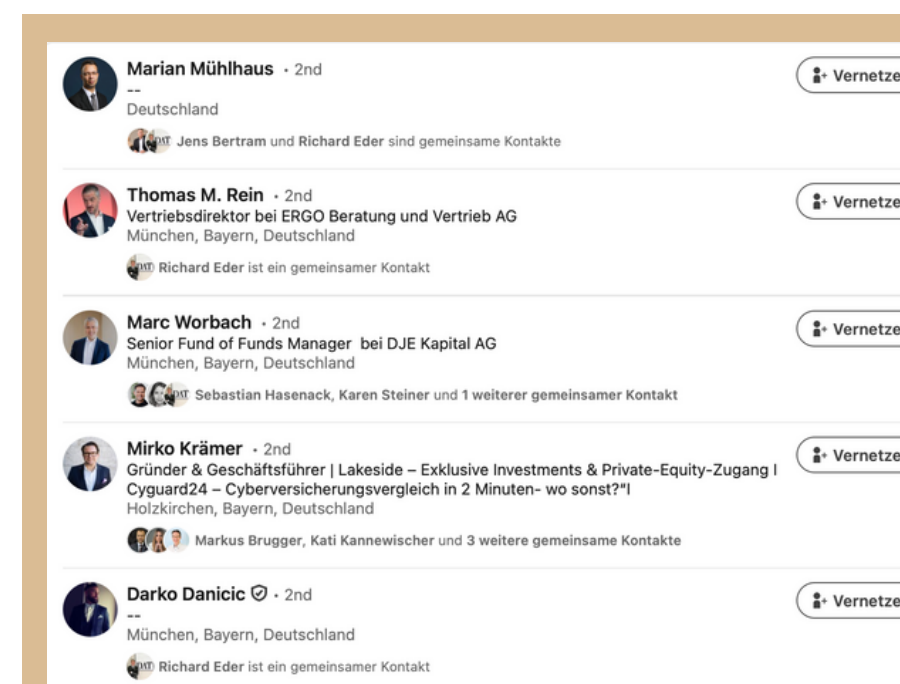


Dein eigener Business-HUB



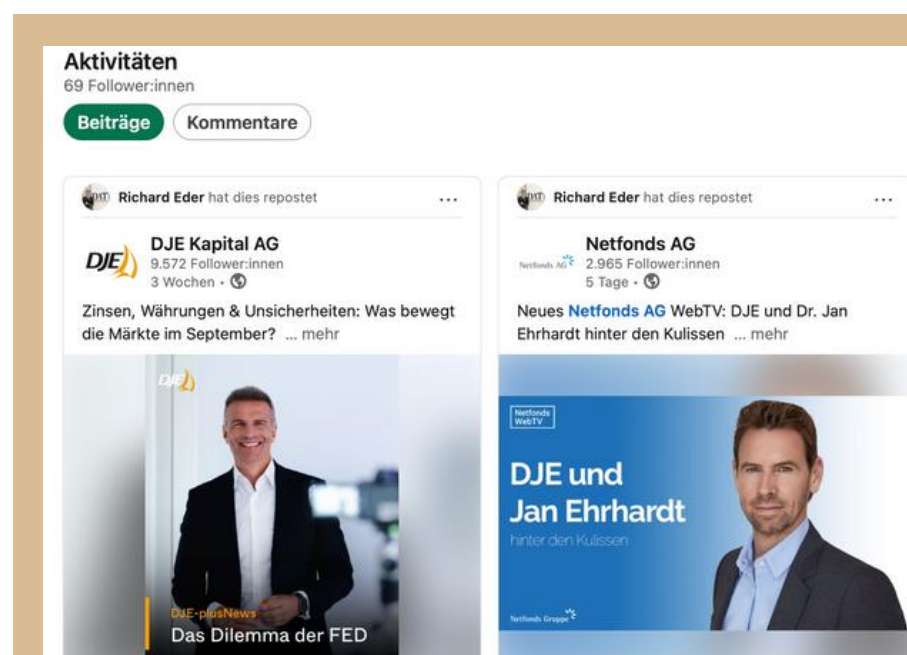
Profil = Visitenkarte

„So sehen Vertrauen und Persönlichkeit digital aus.“



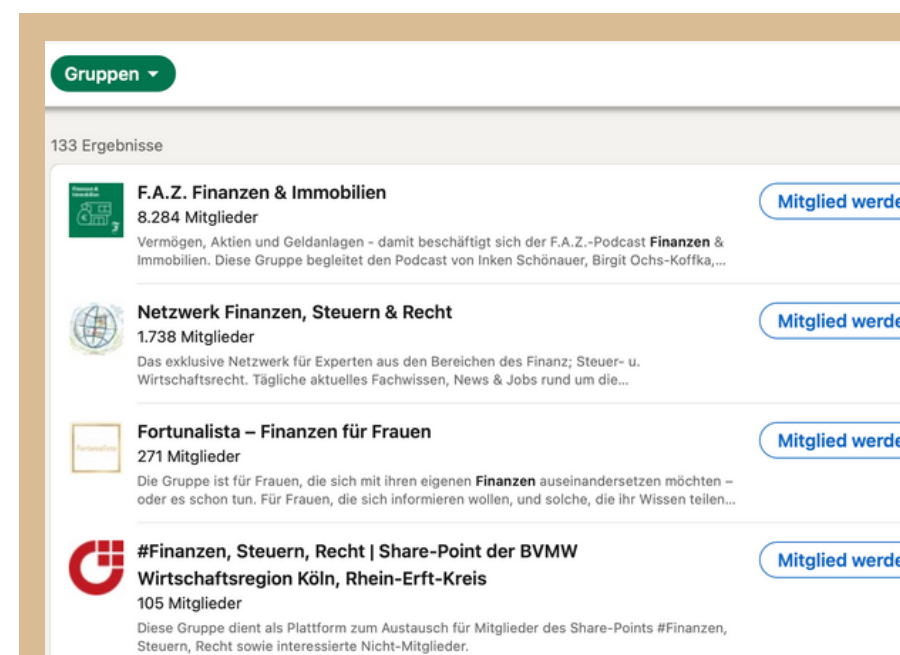
Kontakte = Netzwerk

„Jede Verbindung ist eine Empfehlung.“



Beiträge = Schaufenster

„Kompetenz darf sichtbar werden.“



Formate & Gruppen = Eure Investition

Podcast, Gruppe, Live, Newsletter
„moderner Branchenstammtisch“



Die verschiedenen Profile



Unternehmens- profile



DAT VERMÖGENS MANUFAKTUR

Investment Management
München, Bayern

62 Follower:innen

7 Kontakte sind hier beschäftigt



Liechtenstein Life | Prosperity

Versicherungswesen
Schaan

4.480 Follower:innen

1 Kontakt ist hier beschäftigt



DJE Kapital AG

Finanzdienstleistungen
Pullach bei München, Bayern

9.574 Follower:innen

2 Kontakte sind hier beschäftigt



**Fonds Finanz
Maklerservice GmbH**

7.798 Follower:innen



Personen- Profile



Jens Bertram • 1st

Vermögen grenzüberschreitend sichern
funktionierender Vermögensschutz!
Memmelsdorf, Bayern, Deutschland



Richard Eder • 1st

Klartext für Ihr Geld!
München, Bayern, Deutschland

2nd



3rd+



Gruppen nach Branchen / Interessen



Personen | Unternehmen | Gruppen

Beiträge | Jobs | Kurse | Produkte | Services | Events | Hochschulen/Berufsschulen



Benefits aus der Praxis



WIE UNSERE PARTNER (Z. B. DJE, LLA) LINKEDIN NUTZEN
UND WAS WIR DAVON ÜBERNEHMEN- BZW PARTIZIPIEREN KÖNNEN.

Zukunft **Podcasts** **Beiträge** **Kontinuität**

Gruppen Antworten **Commitment** **Sichtbarkeit**

Visionen **Neukunden** Austausch **Bildung**

Wissen **Akquise** **Kontakte** **Wertschätzung**

Ideen Impulse **Support** **WIR- Gefühl** **Online- Events**

Glaubwürdigkeit **Aktuelles & News** **Live Veranstaltungen**

Beispiele aus der Praxis



Glaubwürdigkeit stärken

Indem wir Inhalte teilen, treten wir als Teil eines professionellen Netzwerks auf. Das verleiht unseren Aussagen Gewicht – und signalisiert: Wir sind verbunden, informiert und relevant.



Reichweite multiplizieren:

Jeder Partnerbeitrag, den wir teilen oder kommentieren, öffnet uns den Zugang zu neuen Zielgruppen. So wird ihr Netzwerk auch zu unserem – ohne Werbung, sondern durch Resonanz.



Wissen nutzen – und weitertragen:

Unsere Partner liefern wertvolle Marktkenntnisse, Analysen und Impulse. Wenn wir dieses Wissen aktiv teilen, zeigen wir: Wir denken mit. Wir bleiben am Puls.



Mit wem sich Vernetzen lohnt



Kollegen & Team	Stärken die interne Reichweite und das Wir-Gefühl.	Andere DAT-Berater, Backoffice, Branchen-Kollegen
Geschäftspartner & Anbieter	Sichtbare Kooperation & gegenseitige Multiplikation.	DJE, LLA, Fonds Finanz, etc.
Kunden & Multiplikatoren	Direkter Vertrauensaufbau über Beiträge & Empfehlungen.	Unternehmer, Ärzte, Vermögende Zielgruppe, bestehende Mandanten und deren Kinder, Mitarbeiter etc.
Eigenes, erweitertes Umfeld	Potenzielle Kontakte aus Branche, Events, Tagungen.	Speaker, Finanzpresse, Netzwerkgruppen

Eure 5 Schritte-Investition

DAT

IN EUREN ERFOLG

“Sichtbarkeit entsteht nicht durch Aufwand, sondern durch Kontinuität.”





Feedback- Runde



WELCHE ERFAHRUNG KÖNNT IHR BERICHTEN?





Sinnvolle Zielsetzung

MIT ECHTER RELEVANZ



KONTAKTE
GESAMT



100 - 500

BEITRAG /
WOCHE



1- 2

NEUKUNDEN/
MONAT



1 - 5

EVENT /
QUARTAL



1 - 3



Sinnvolle Zielsetzung

MIT ECHTER RELEVANZ



GEMEINSAME
UND PERSÖNLICHE
VISION MALEN



bis Ende
2025

PROFILE ANLEGEN,
VERVOLLSTÄNDIGEN
OPTIMIEREN



bis Ende
2025

GEZIELTES
VERNETZEN & TEILEN
VON BEITRÄGEN



regelmäßig

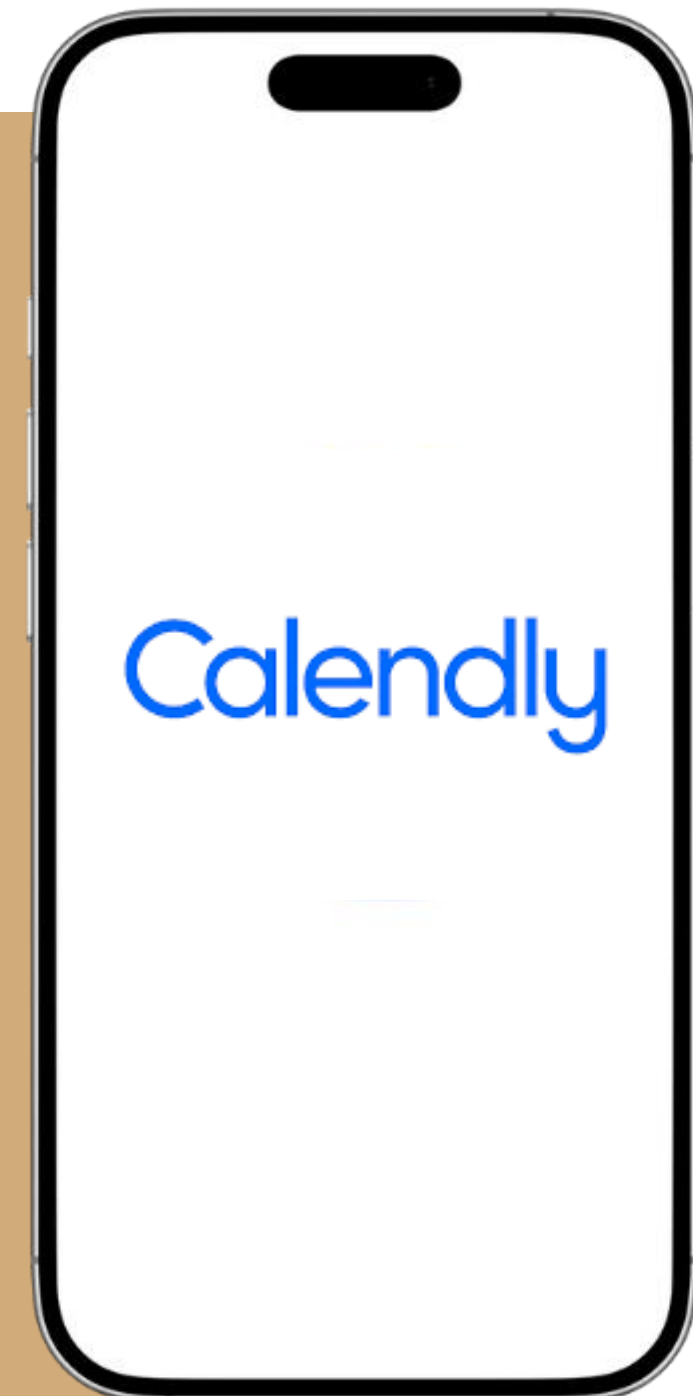
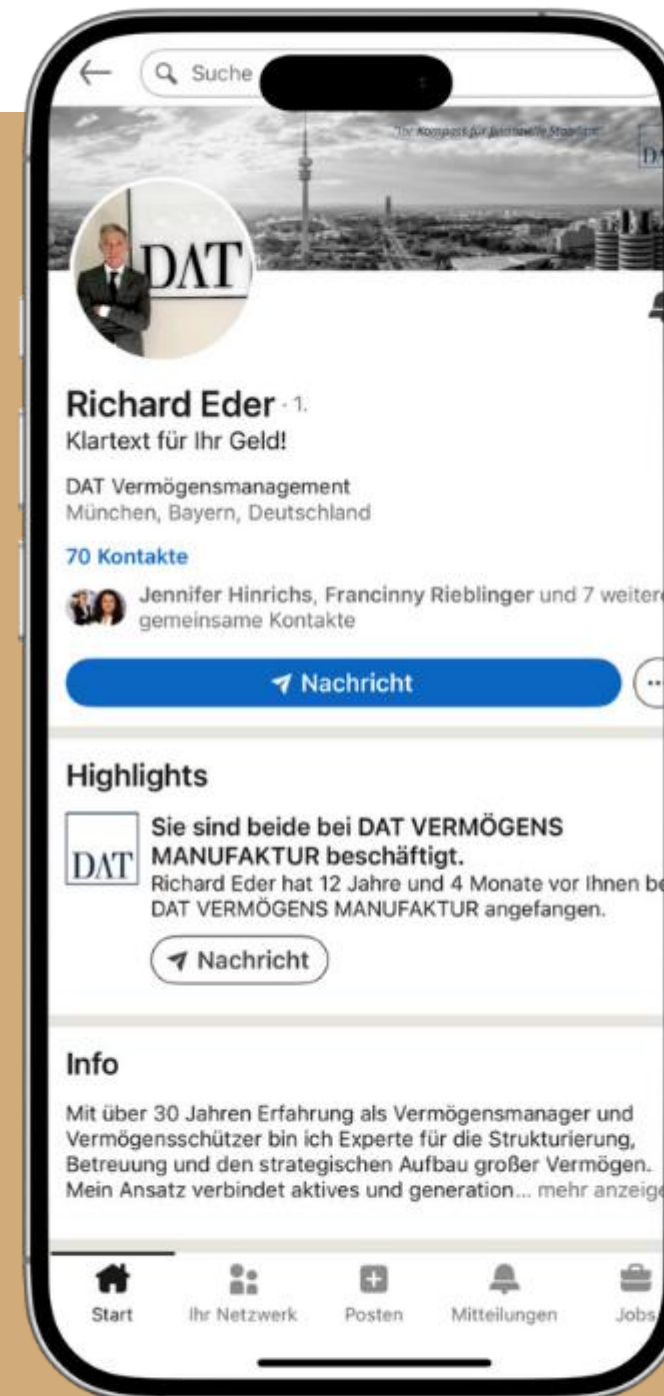
EIGENE
MARKETINGKON-
ZEPTE ALS TEAM
REALISIEREN



ab 2026



Mobil & Smart





DANKE



CAROLIN SKORBIER



BRAINSTORMING