

Herzlich Willkommen zum LinkedIn Workshop

mit Pavlo Stroblja

12.03.2024 17:00–18:30

Präsentiert von



&



Agenda

- Pavlo und Queermentor – wer sind wir?
- Warum LinkedIn, unsere Ziele und Communities
- Was macht einen guten Post aus?
- Mit einer guten Strategie zum Erfolg
- LinkedIn für gemeinnützige Organisationen

Pavlo Stroblja



Gründer und Geschäftsführer von
Queermentor gGmbH, LinkedIn Top Voice
für Diversity & LGBTQIA Themen.

Queermentor engagiert sich für Chancengerechtigkeit in der Gesellschaft und in der Arbeitswelt – durch Förderung der Menschen, die anhand bestimmter Merkmale diskriminiert werden, insbesondere für queere Menschen (LGBTQIA).

Zur unseren Community zählen aktuell über 500 Mitglieder (queer & straight allies), die durch unser Förderprogramm (Mentoring, Trainings, Vernetzungsformate) empowert werden.

Wir bringen Menschen zusammen und bieten kostenlose Unterstützung für Mentees und eine Möglichkeit, sich ehrenamtlich zu engagieren für unsere Mentor*innen.

Queermentor finanziert sich ausschliesslich über Spenden und es ist uns besonderes anliegen, das Programm weiterhin kostenlos anbieten zu können, um alle Menschen, die Hilfe suchen, zu erreichen.

Wir arbeiten mit Unternehmen wie Hays und LinkedIn und bieten Corporate Volunteering Programm an.

Im Jahr 2022 wurde Queermentor mit dem renommierten “Impact of Diversity Award” in Kategorie “Contribution to LGBTQIA” ausgezeichnet und dieses Jahr unter Top 3 in Kategorie “Innovatives Netzwerk” des Deutschen Fachkräftepreis.



Warum LinkedIn

LinkedIn Weltweit: über 900Mio Nutzer*innen
in über 200 Ländern

61 Mio Unternehmen

DACH Raum: über 20 Mio Nutzer*innen

LI Vision: “Wir möchten ökonomische Chancen
für alle Mitglieder des globalen Arbeitsmarktes
schaffen.”

LI Mission: Expert*innen und die professionelle
Community weltweit vernetzen, um sie
produktiver und erfolgreicher zu machen.

Welche 3 Ziele verfolge ich mit meiner LinkedIn Präsenz?

Gruppenarbeit

Wer ist meine Zielgruppe (3 Personas)

Was macht einen guten LinkedIn-Post aus?

- ✓ Persönlich: Basiert auf eigenem Fachwissen und Erfahrung
- ✓ Catch-Phrase: Hat einen aussagekräftigen Einstieg
- ✓ Up-to-Date: Hat Aktualität und Bezug zu unserem Themenbereich
- ✓ Struktur: Klar gegliederte Impulse für unsere Community
- ✓ CTA: Abschließende Meinung und ein Call to Action, um eine Diskussion anzuregen

Eine guter Post Struktur

1. Einstieg: Die ersten zwei Sätze müssen die Leser*innen direkt abholen. Nur so bringt ihr sie dazu, auch den Rest zu lesen.

Beginnt den Beitrag mit den interessantesten oder wichtigsten Punkten.

2. Hauptteil: Welche 1–3 Erkenntnisse wollt ihr den Leser*innen vermitteln? Was nehmen sie aus diesem Beitrag mit?

**3. Aufforderung
(CTA): Animiert
die Leser*innen
dazu, zu
kommentieren,
indem ihr eine
Frage am Ende
stellt**

Wie seht ihr das?

Seid ihr meiner Meinung?

Wie reagiert ihr auf diesen Trend?

**Je konkreter die Frage, desto eher kommen
Kommentare dazu.**

4. Reaktion: Reagiert auf
Kommentare zu eurem Beitrag.
Sie sind ein großartiger
Anknüpfungspunkt für
fundierte Diskussionen.

Weitere Tipps:

Das Auge liest mit! Lesbarkeit
optimieren – durch
Formatierung der Texte,
Absätze, Zeilenumbrüche,
Aufzählungen optisch trennen

Andere – aber bitte nur
relevante Personen –
im Beitrag erwähnen

Den Beitrag mit einem
aussagekräftigen Bild
untermalen – LinkedIn
Vorlagen nutzen.

Wie finde ich meine Themen für den Content?

Folgende Fragen können uns bei der inhaltlichen Contentplanung helfen

- Was kann oder weiß ich, was ich anderen weitergeben könnte?
- Welche Einblicke (z.B. in eine Branche oder Arbeitsbereich) habe ich, die die meisten anderen nicht haben?
- Welche neue, einzigartige Perspektive oder Meinung kann ich zu einer Diskussion beitragen?
- Welche Entwicklungen sehe ich in meinem Umfeld/Branche, über die ich sprechen möchte?

Gruppenarbeit

Was kann oder weiß ich, was ich
anderen weitergeben könnte?

Mit einer guten Strategie zum Erfolg

Die “3 C Formel”

- Content: Konzentriert euch auf eure Expertise und die Themen, für die ihr stehen wollt
- Conversation: Entfacht Diskussionen und nehmt selbst daran teil!
- Consistency: Veröffentlicht Beiträge mind. 1x Woche, idealerweise jedoch 2–3x die Woche.

Weitere Tipps:

- Inhalte: eigenen Content Mix finden
- Vergleicht euch nicht mit anderen LinkedIn Creators
- Regelmässigkeit beachten
- Authentisch bleiben! Persönlich ist nicht gleich Privat
- Mehrwert bieten
- Comfortzone verlassen und Mutig sein –
- Neue Formate ausprobieren

Gemeinnützigkeit auf LinkedIn

1 Mio gemeinnützige Organisationen auf LinkedIn

26 Mio Beschäftigte gemeinnütziger Organisationen

Vorteile: Fundraising, Akquise der Ehrenamtlichen,
Marketing, Weiterbildung

Vergabe von AdGrants

Die 2-2-1 Formel: Content Strategie für Beiträge: Neues,
Impact, Call to Action



Queermentor gGmbH

Wir empowern Vielfalt | Mentoring | Coaching | Training | Vernetzung und gemeinsames Wachstum
LGBTIQIA+ & Allies 🌈

Gemeinnützige Organisationen · Heidelberg · 2 Tsd. Follower:innen · 2-10 Beschäftigte

 Safir & 1.365 weitere Kontakte folgen dieser Seite

📩 Nachricht

✓ Follower:in



Start Info Beiträge Jobs Personen Einblicke

Ankündigung/ Save The Date

Queermentor x StartSocial

Linkedin Audio Lunch für gemeinnützige Organisationen

Donnerstags, 18.April, 16.Mai, 13.Juni

Jeweils von 12:00–13:00Uhr

Wo: auf dem Linkedin Queermentor Kanal.

Vielen Dank für euere
Aufmerksamkeit!
Unterstützt uns und
werdet Mitglied bei
queermentor.org



Gleiche Chancen für alle!