

**DIGI.JOB.ID**

**Unit 5 – Arbeitsblatt LinkedIn  
Überschrift**

**DIGI.JOB.ID.**  
Digital Job Identities



**AKLUB**

## Redaktionelle Informationen:

Diese Sammlung von Trainingsmaterialien wurde von der ERASMUS + Projektpartnerschaft [digi.job.id](http://digi.job.id) / [digijobid.eu](http://digijobid.eu) (Koordination BFI OÖ) entwickelt.

AKLUB ist verantwortlich für die Entwicklung und Herausgabe dieser Unit.

Kontakt:

Berufsförderungsinstitut OÖ

Muldenstraße 5, 4020 Linz, Österreich

Tel. +43 732 6922-0, [service@bfi-ooe.at](mailto:service@bfi-ooe.at)



<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

Dieses Projekt wurde mit Unterstützung der Europäischen Kommission finanziert. Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung trägt allein der Verfasser; die Kommission haftet nicht für die weitere Verwendung der darin enthaltenen Angaben.



# Wie man eine überzeugende LinkedIn-Überschrift erstellt

Bei der LinkedIn-Überschrift handelt es sich um eines der ersten Dinge, die beim Zugriff auf dein berufliches Profil ins Auge stechen und zugleich von Personalverantwortlichen als Referenzpunkt bei der Suche nach möglichen Kandidaten genutzt wird. Ziel soll es nun sein, deine gewählte Überschrift zu einem Blickfang zu machen, damit mehr Personen auf dein Profil aufmerksam und zum Weiterlesen animiert werden. Darum ist es besonders wichtig, dass die Wahl auf überzeugende Worte fällt, Neugier schafft und neue Möglichkeiten eröffnet. Hierbei sei an eine Zeitung gedacht: Wie bringt man jemanden dazu, weiterzulesen? Obwohl die eigentliche LinkedIn-Überschrift nicht zwingend eine Berufsbezeichnung enthalten muss, soll sie jedenfalls auf deine Kompetenzfelder hinweisen und deinen Mehrwert aufzeigen. Eine überzeugende Überschrift besteht hierbei aus zwei Teilen, nämlich aus Schlüsselwörtern und einem Leistungsversprechen.

## Die Schlüsselwörter

Als Schlüsselwörter werden relevante Schlagwörter bezeichnet, von denen Personalverantwortliche bei ihrer Suche nach potentiellen Kandidaten auf LinkedIn Gebrauch machen. Darum ist es umso wichtiger, relevante Schlagwörter zu inkludieren, die deine Kompetenzfelder bzw. deinen Fachbereich miteinschließen. Da nur eine limitierte Zahl an Charakteren (120) zur Beschreibung zur Verfügung steht, ist es empfehlenswert, sich bei der Wahl der Schlagwörter auf drei zu beschränken. Somit besteht noch genügend Raum, um das Leistungsversprechen entsprechend zu integrieren. Bei einer Tätigkeit im Marketingbereich sind beispielsweise die folgenden Schlagwörter als sinnvoll zu erachten:

- Strategie
- Marktanalyse
- Werbung
- Werbetexte
- Werbekampagnen

**Aufgabe:** Versuche, dir ein Schlagwort vorzustellen, das von Personalverantwortlichen bei der Suche nach Talenten in deiner Berufsgruppe verwendet werden könnte. Schau dir andere LinkedIn-Profile von Personen mit ähnlichen beruflichen Positionen an.

## Das Leistungsversprechen

Beim Leistungsversprechen handelt es sich um einen wichtigen Teil deiner LinkedIn-Selbstdarstellung, denn dieses hilft dir dabei, deinen beruflichen Werdegang und deine beruflichen Erfahrungen zu bewerben. Das Um und Auf des Erfolgs liegt hierbei in der Kürze und Präzision des Inhalts. Solltest du beispielsweise im Besitz eines Projektmanagement-Diploms sein, kann dein potentieller Mehrwert als „Projektmanagement-Experte“ angeführt werden. Alternativ, um nicht von Expertenwissen sprechen zu müssen, können die möglichen Ergebnisse, die auf deiner Expertise beruhen, angegeben werden. Es folgen nun einige weitere Beispiele:

- Experte im digitalen Marketing
- Steigerung der betrieblichen Effizienz
- Unternehmensberater
- Absatzsteigerung und Erhöhung der Rentabilität
- Experte im Bereich der sozialen Medien
- Hilfestellung in der Potentialentfaltung
- Experte im Verbrauchermarketing

**Solltest du aktuell noch Schüler/in sein, verfügst du vielleicht nicht über die notwendige Erfahrung, die dich zu einem/r „Experten/in“ macht. Das ist vollkommen okay! Um sicherzugehen, dass du dennoch in Suchvorgängen mit Schlagwörtern berücksichtigt wirst, ist es sinnvoll, Formulierung wie „angehender ...“, „mit Vorliebe für ...“ oder „interessiert an ...“ zu verwenden.**

- **Angehender Digitalmarketing-Manager**
- **Mit Vorliebe fürs Werbetexten und Nachbearbeiten**
- **Interessiert an Verbrauchermarketing**

### **Das Puzzle zusammenfügen**

Nun, da du über Schlagwörter und Leistungsversprechen Bescheid weißt, fehlt dir noch der letzte Schritt: Das Zusammenfügen aller Teile zu einer prägnanten Botschaft in Form einer überzeugenden Überschrift für das berufliche Profil. Los geht's!

Nimm drei Schlagwörtern her: Werbestrategien, Verkaufsförderung und Werbemanagement  
Und füge ein Leistungsversprechen hinzu: Experte im Verbrauchermarketing.

Was können wir nun daraus basteln?

Experte im Verbrauchermarketing mit Fokus auf Werbestrategien, Verkaufsförderung und Werbemanagement.

**Und das Ganze ist auch auf Schüler übertragbar:**

**Angehender Experte im Verbrauchermarketing mit einer Leidenschaft für Werbestrategien, Verkaufsförderung und Werbekampagnen**

Jetzt, da du weißt, wie man vorgehen kann, sollte dir auch klar sein, dass es sich hierbei um keine magische Formel handelt, die Erfolg garantiert. Pass die Methode stets deinen Bedürfnissen an bzw. lass deiner Kreativität in der Gestaltung des beruflichen Profils freien Lauf. So schaffst du es, bei Personalverantwortlichen herauszustechen. Es folgen nun einige weitere Beispiele einer gelungenen Selbstdarstellung, die die Blicke auf sich ziehen:

- Marketingexperte | analytisch | technikverliebt | Ich führe jedes Produkt zum Erfolg, und zwar mit maßgeschneiderten Werbekampagnen
- Persönlicher Berater in Werbeangelegenheiten, der Geschäftsleute mit den richtigen Mitteln zum Erfolg führt und sie die Karriereleiter hochklettern lässt
- Bauingenieurswesen | verhandlungssicher | Experte in gewerblichen Immobilien und architektonischen Maßlösungen
- Marketingexperte und Geschäftsentwicklungsmanager mit 13jähriger Berufserfahrung | Technik, soziale Medien & Suchmaschinenoptimierung | Teamleiter

### **Hier noch ein letzter Tipp für die Arbeitssuche:**

Füge die Information, dass du gerade auf der „Suche nach einer beruflichen Veränderung / Herausforderung im Bereich...“ bist, der Überschrift hinzu, um die Aufmerksamkeit auf dich zu lenken. Jedoch ist Vorsicht mit vagen Phrasen wie „auf der Suche nach neuen Möglichkeiten“ geboten. Je spezifischer du die Dinge angibst, desto höher sind deine Erfolgschancen. Deshalb ist es immer effektiver, genau anzuführen, in welchem Bereich du auf der Suche nach beruflichen Veränderungen / Herausforderungen bist:

**Angehender Experte im Verbrauchermarketing, auf der Suche nach neuen Herausforderungen im Bereich Werbestrategien, Verkaufsförderung und Werbemanagement**



*This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.*