



DZ BANK

MarkKom Days

November 2025



Sophie Walker

Sales Manager
sowalker@linkedin.com



Yannick Haufe

Client Solutions Manager
yhaufe@linkedin.com



Agenda

1 LinkedIn Overview

2 DACH / Deutschland

3 Targeting

4 Thought Leadership



01

LinkedIn Overview

Jede Minute auf LinkedIn...

18.000 neue Verbindungen

11.000 Mitglieder bewerben sich auf Jobs

1,7 Millionen Feed-Updates werden angesehen

138h Learning Courses werden konsumiert

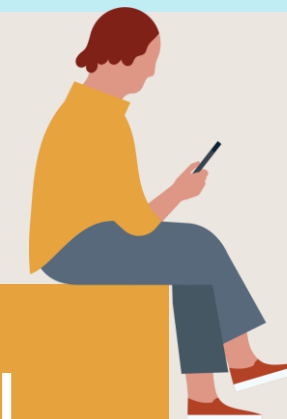
VISION

Ökonomische Chancen für alle Mitglieder des globalen Arbeitsmarktes schaffen.



MISSION

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



Reach over **1 billion** professionals around the world



Hire

Find top talent
with LinkedIn
hiring tools

 Talent Solutions



Learn

Upskill to meet
market demand
with LinkedIn
Learning

 Learning



Advertise

Market to buyers
with intent using
LinkedIn Ads

 Marketing Solutions



Sell

Unlock sales
opportunities
with LinkedIn
Sales Navigator

 Sales Solutions



Grow

Grow your small
business with
LinkedIn
Premium

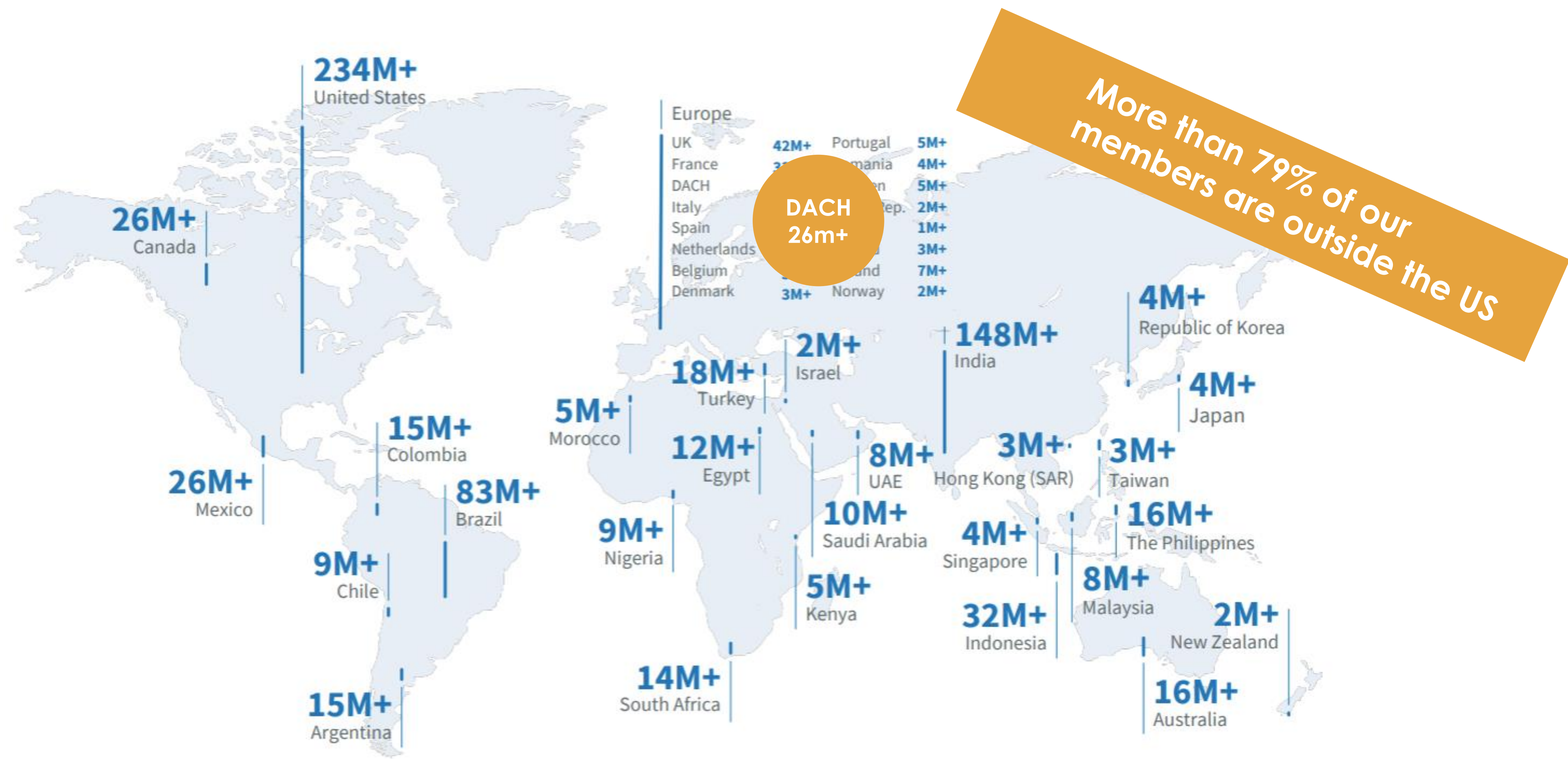
 Premium



02

**LinkedIn DACH /
Deutschland**

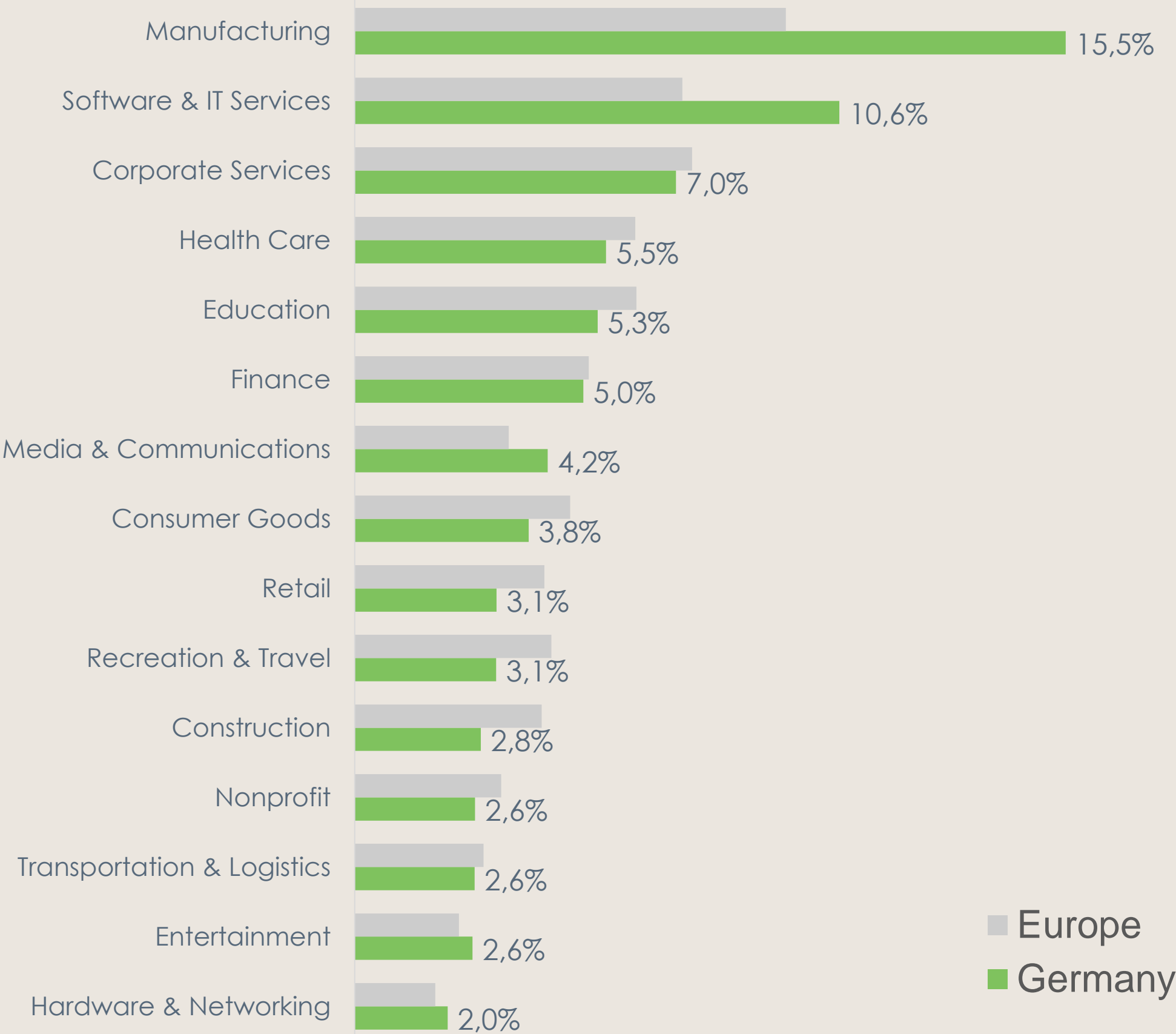
More than 1 billion members in 200 countries and regions worldwide*



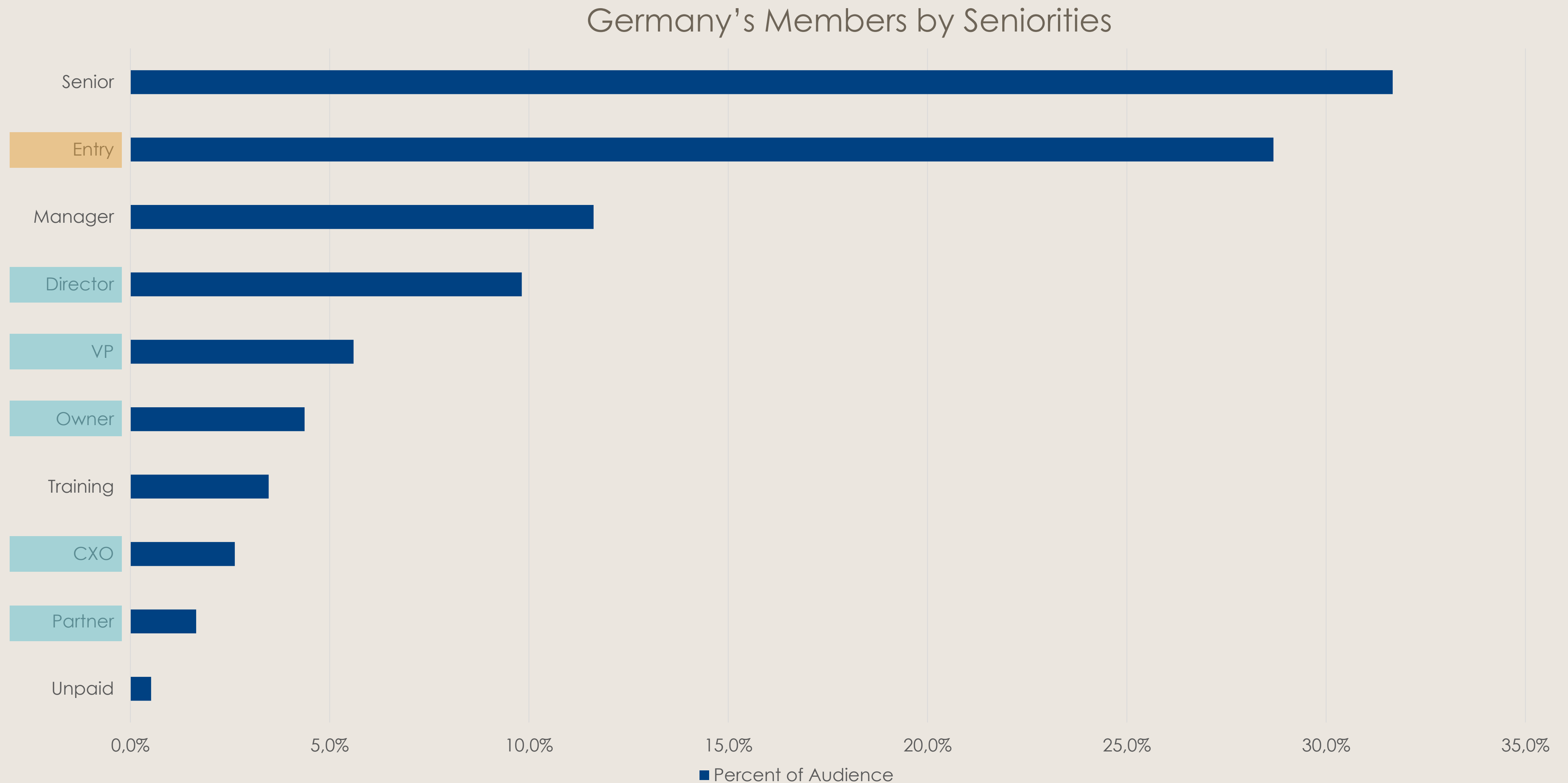
*FY25/Q2 Membership: numbers are updated quarterly after Microsoft Earnings



Let's break down Germany's member demographics by industry groups



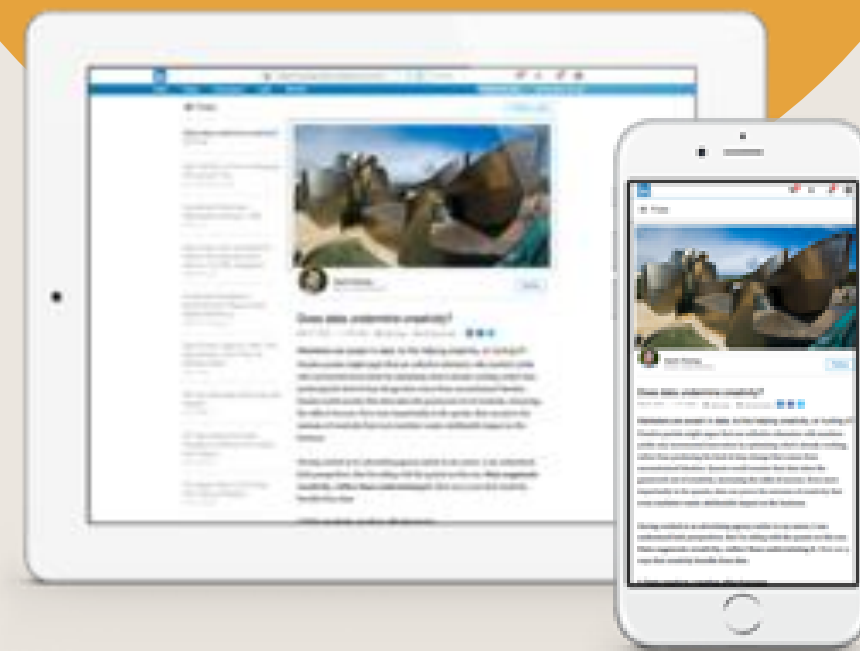
1/3 of Germany's members are starting their career #Fachkräftemangel,
but also 1/4 of members are to decision makers



Your audience is Always On, and visits LinkedIn on the move (Germany)

51%

Mobile Only



15%

Desktop Only



34%

Cross Device





03

Targeting



Audience targeting driven by a member's profile



Member-specified location

Company

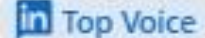
Title

Skills



Ryan Roslansky   · 2nd


CEO at LinkedIn

 Top Voice

San Francisco Bay Area · [Contact info](#)

859,570 followers

Experience


**LinkedIn**
11 yrs 2 mos

Chief Executive Officer
Full-time
Jun 2020 – Present · 1 mo
San Francisco Bay Area


Connecting the world's professionals to make them more productive and successful. Since I joined the company in May 2009, LinkedIn has grown into a single, holistic, global ecosystem of more than 690 million members, 50 million companies, 90 thousand schools and 36 thousand skills.

Skills & Endorsements


Product Management · 99+


 Endorsed by **Jeff Weiner** and **63 others** who are highly skilled at this


Online Advertising · 99+


 Endorsed by **Steve Patrizi** and **20 others** who are highly skilled at this


Groups


**EY Entrepreneur Of T...**
666 members
[Join](#)


**Alumni**
2,747 members
[Join](#)


**Friends of LinkedIn**
8,660 members
✓ Member

**LinkedIn Company G...**
8,288 members
✓ Member

**Malaria No More**
1,629 members
[Join](#)

**TED: Ideas Worth Sp...**
509,399 members
[Join](#)

**DonorsChoose.org B...**
14 members
[Join](#)


[See 15 more >](#)

Group membership

Targeting by Company Name, Industry, Size

Company



Sample:

Company entered name



LinkedIn



Company entered industry




Internet



Company entered # of employees



10,000+




LinkedIn

Internet · Sunnyvale, CA · 8,114,789 followers

There are 20 million jobs on LinkedIn. Find one meant for you. #InItTogether

[Learn more](#)
[View in Sales Navigator](#)


 Kate & 2 other connections work here
[See all 19,377 employees on LinkedIn](#)

Home

About

 Jobs
 Life
 People
 Insights PREMIUM
 Ads

Overview

There's 20 million jobs on LinkedIn. Find one meant for you. #InItTogether

Founded in 2003, LinkedIn connects the world's professionals to make them more productive and successful. With more than 610+ million members worldwide, including executives from every Fortune 500 company, LinkedIn is the world's largest professional network on the Internet. The company has a diversified business model with revenue coming from Talent Solutions, Marketing Solutions, and Premium Subscriptions products. Headquartered in Silicon Valley, LinkedIn has offices across the globe.

Website

<https://lnkd.in/Jobs1>

Industry

Internet

Company size

10,001+ employees

Headquarters

Sunnyvale, CA

Type

Public Company

Founded


2003

Specialties

Online Professional Network, Jobs, People Search, Company Search, Address Book, Advertising, Professional Identity, and Group Collaboration

Locations (9)

Interact with the map to explore all locations




Funding

LinkedIn · 7 total rounds

Last Round

 Post IPO equity · Feb 14, 2016


Investors

 1 total investor

crunchbase

See more info


Affiliated pages



LinkedIn Marketing...

Following


Marketing and Ad...
2,524,363 followe...



LinkedIn Learning

+ Follow

E-Learning
1,332,089 followers



LinkedIn Talent Solutions

Following

Staffing and Recr...
589,894 followers

See all affiliated pages

Audience Attributes currently available for targeting



Company

- Company category
- Company growth rate
- Company revenue
- Company name
- Company connections
- Company followers
- Company industry
- Company size



Demographics

- Member gender
- Member age



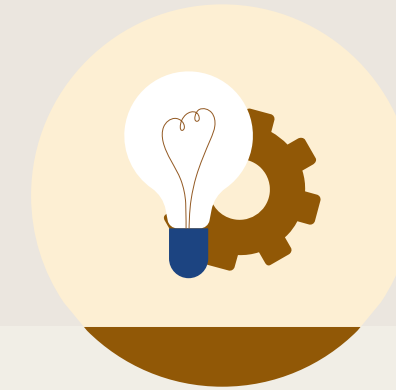
Education

- Member schools
- Fields of study
- Degrees



Job experience

- Job title
- Job function
- Job seniority
- Year of experience
- Member skills



Interests

- Member groups
- Member interests
- Member Traits



Your data

- Matched Audiences
- Lookalike
- Custom Segments

LinkedIn is home for relevant FinServ audiences

35M

Mass Affluent members

Look alike model-based segment of members who possess over \$100k (or equivalent) in investable assets.

12M

Finance Opinion Leaders

Members who have college education, follow channels and possess indicative skills.

17M

Affinity for Luxury Goods

Members who follow Pages in the luxury industry or engage with ads from these companies or are in the mass affluent audience and work in industries that over-index on engaging with luxury ads

18M

Credit Card

Propensity model based segment. Based on propensity to click (as an indication of interest) in credit cards.

91M

Financial Advisor Network

Include first degree connections of financial advisors

02.

The LinkedIn *Financial Services* Opportunity

Recommended
targeting, activation
approach, and best-
in-class examples
for:



Business &
Commercial Banking



Retail Banking



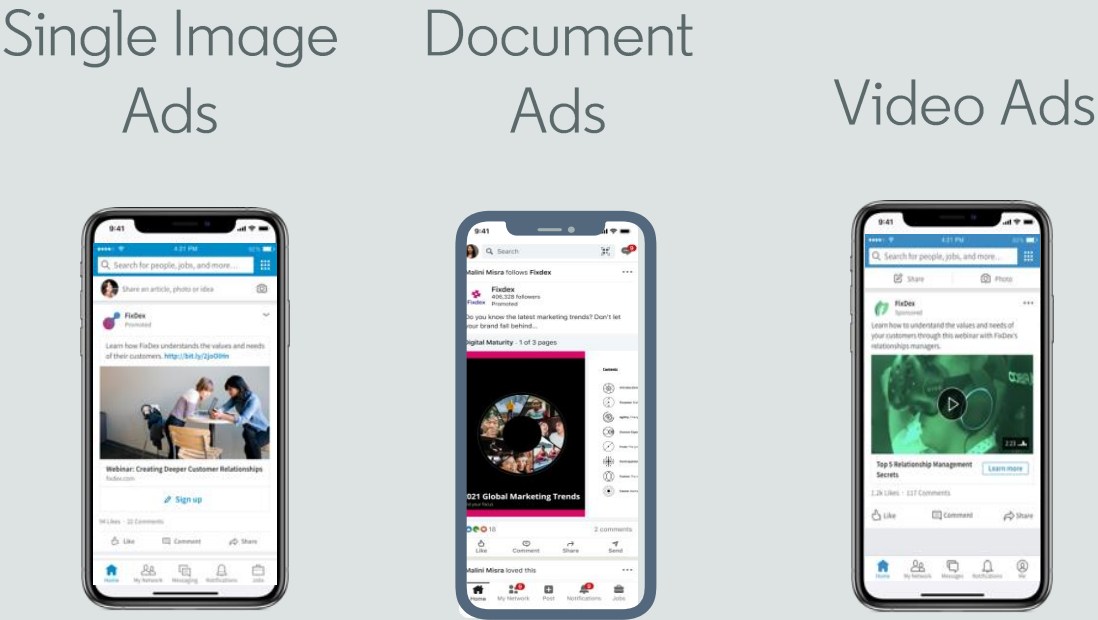
Asset Management



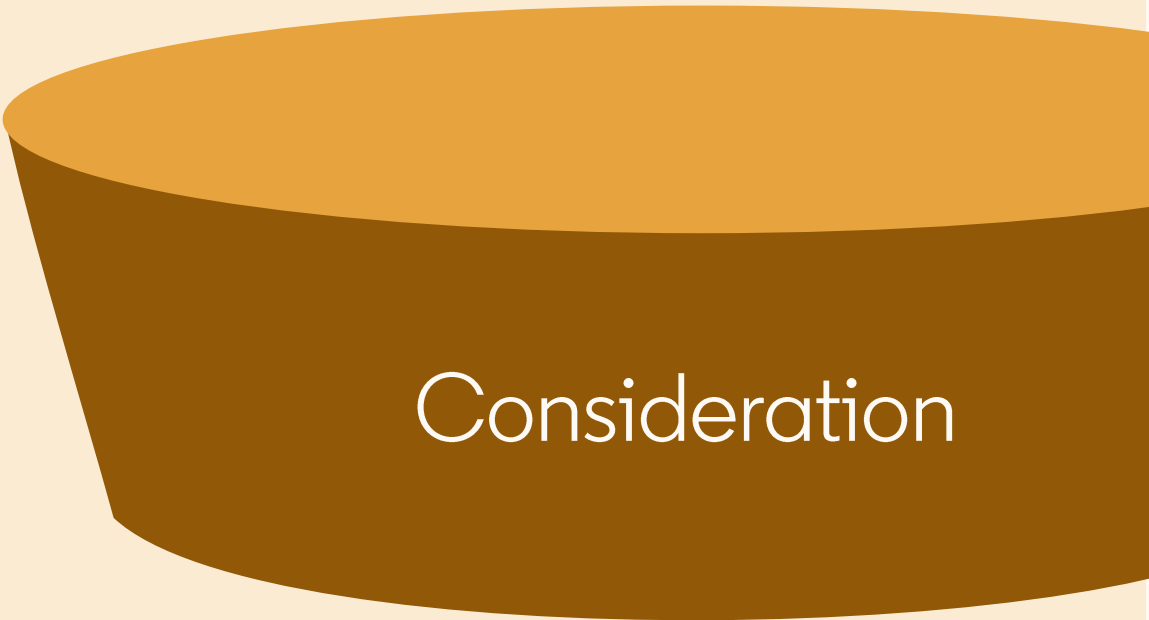
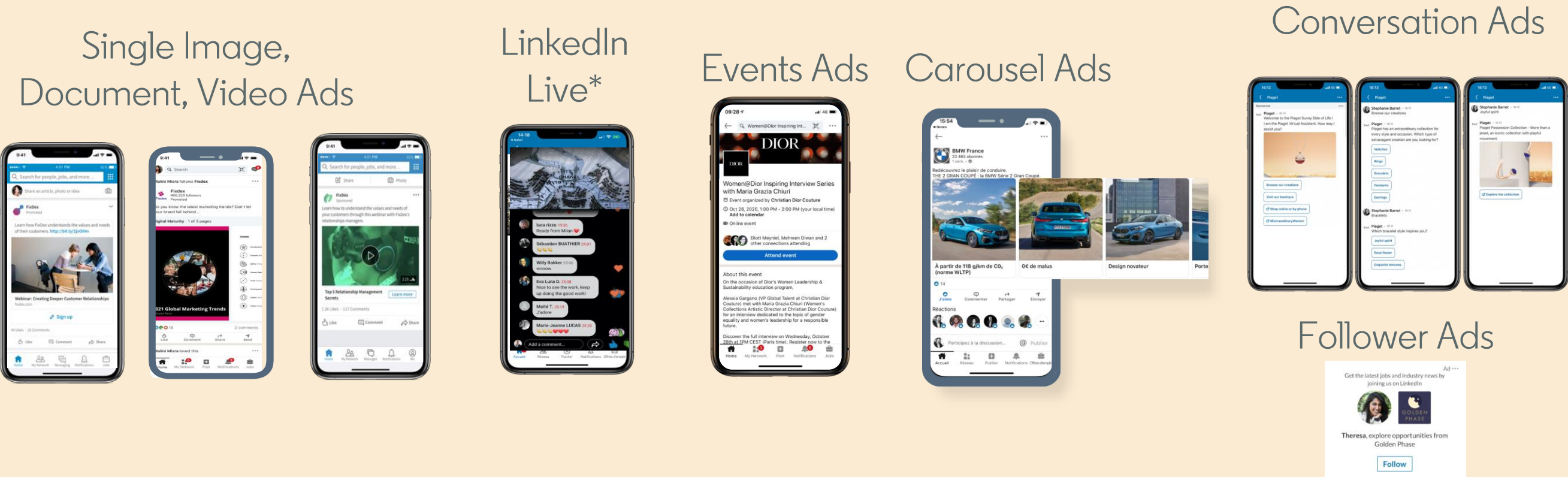
Private Banking
and Wealth
Management

Recommended Formats across the funnel – Multi-Format is Key!

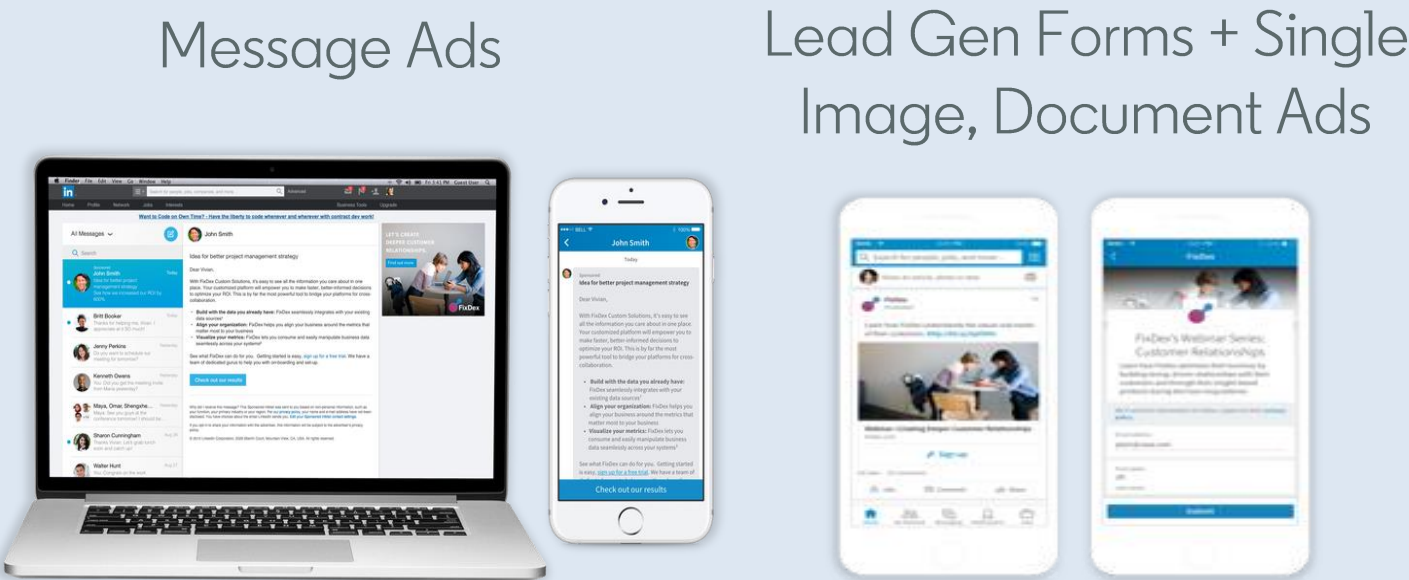
Single Image, Video Ads, Document Ads
Bring your brand to life in the feed with Single Image and Video Ads, giving mobile and desktop users multiple entry points to your story.



Single Image, Video, Document, Carousel, Events, Thought Leadership articles & Conversation Ads or Click to Message Ad (EU audience)
Drive engagement from top-middle parts of the funnel with a feed + inbox approach.



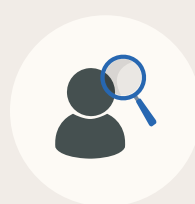
Message Ads (non-EU) and Single Image/Document Ads +Lead Gen Forms
Using Retargeting and Matched Audiences, bring your most highly engaged audiences to the bottom of the funnel to convert on a Lead Gen Form in messaging or feed.





Business & Commercial Banking

Providing banking products & services to institutions, corporations, and SMBs



Ease of Doing (Digital) Business

64% of Executives think their bank is becoming easier to do business with



Talk Insurance & Payment Processing

10% of companies are considering new purchases in each in next 12mos



Relevant insights & SME matters

Execs say showing expertise helps to win new business – in addition to in-person visits

Targeting

SMB: 4.9M Members

- Seniority: Manager+
- Company Size: 1-200
- Co Growth Rate: 3%+

Commercial: 8.2M Members

- Seniority: Manager+
- Company Size: 500+
- Co Growth Rate: 3%+

Formats

- Single Image Ads
- Lead Gen Forms
- Carousel Ads

Measurement

Company Engagement Report

CAMPAIGN MANAGER						
Data_security_IT_Leaders_list		Marketing CMO Account				
Matched companies		Details				
Company name	Engagement level	Members targeted	Campaigns	Impressions	Ad engagement	Organic eng
1,200 companies						
Milestone	Very High	170,000	2	50,000	64	83
Activists	High	156,000	5	36,547	12	56
Coalition	High	92,000	-	36,545	8	64
Emergence	Medium	784,000	3	41,000	1	76
Flashes	Very High	82,098	5	14,977	5	43
Flashes	Very High	101,049	3	29,306	43	77
Flashing	Very Low	65,098	-	58,975	4	1
Goldengraph	High	302,045	-	2,000	7	2
Wix	High	200,454	3	20,385	120	30
Luminate	Very High	150,454	5	19,390	203	50

Business & Commercial Banking



Sparkasse
53,883 followers
Promoted

Wachstum kann nachhaltig sein: Von E-Mobilität bis zu energieoptimierten Immobilien – wir finanzieren Ihre Unternehmenstransformation!



Bereit für eine nachhaltige Veränderung.

In Partnerschaft mit:
Deutsche Leasing

Gut aufgestellt in die Zukunft.
sparkasse.de



Sparkasse
53,883 followers
Promoted

Ob geänderte Kundenbedürfnisse oder Erweiterung des Geschäftsfeldes: Mit der Sparkasse sind Sie bereit für alles, was kommt.



Bereit für alles, was kommt.

Märkte ändern sich. Ihr Unternehmen bleibt stark.

[Learn more](#)



Volksbanken Raiffeisenbanken
43,865 followers
Promoted

Unser Pitch für Firmenkunden: Wir begleiten Sie von Anfang bis oben und immer. Erfahren Sie hier, was wir für Sie tun können.

Alles für Ihre Firma. [vr.de/Firmenkunden-Pitch](https://www.vr.de/Firmenkunden-Pitch) - 7 pages



Für Ihre Projekte haben wir nicht nur ein Herz ...

[Download Document](#)



UBS
1,968,970 followers
Promoted

Was ein erfolgreiches Auslandsgeschäft ausmacht, wissen Christoph Birchler, CEO Maestrani Schweiz, und Thomas Failer von Data Migration International aus Erfahrung. UBS Growth Talk #17 sprechen sie darüber.



Eine Mischung aus Strategie und Opportunität

Christoph Birchler
CEO Maestrani Schweiz
Schokoladen AG

Auslandsgeschäft im Fokus



Commerzbank AG
167,470 followers
Promoted

Was jedes Unternehmen braucht? Einen Partner, der es versteht. Mit individueller Finanzierung und Beratung setzen wir den Grundstein für Ihren Erfolg.



„Handwerk braucht unkomplizierte Finanzierung.“

Unsere Kundin: Sophie Hinkel, Inhaberin Bäckerei Hinkel

Erfolgsgeschichten beginnen hier.

Mehr Unternehmen, weniger Papierkram
[commerzbank.de](https://www.commerzbank.de)

[Learn more](#)

Beispiel Targeting für Firmenkunden Deutschland

Job Seniorities: CXO, Director, Manager, Owner, Partner, VP

OR Job Titles (Current): Credit Operations Manager, Investment Officer

OR Job Functions: Administrative, Entrepreneurship, Finance

OR Member Skills: Investment Valuation, Loan Underwriting

AND Company Revenue: \$1M-\$10M, \$10M-\$100M

→ 910,000+





Retail Banking

Providing banking products & services to consumers – everything from checking accounts to insurance to investment management



Education unlocks consideration

Half of LI members are eager to learn about how to budget, even as high earners



Reach the “savers”

LI members value savings above users of all other platforms, with 35% actively saving for a major purchase



Urgent need to set up consumers for financial success

Consumers are quickly racking up debt, with \$986B in credit card debt

Targeting

Gen-Z'ers: **16M** Members

Young & Upwardly Mobile: **4.2M** Members

- Leverage LinkedIn's proprietary custom segment


Formats

- Video Ads
- Carousel Ads
- Single Image Ads
- Lead Gen Forms

Measurement

- Conversion Tracking & Insight Tag placement
- Brand Lift
- Revenue Attribution Reporting

Retail Banking

**Haspa | Hamburger Sparkasse**
9,038 followers
Promoted

Sag ja - zur schönsten Stadt der Welt
und zu deinem neuen HaspaJoker Girokonto.

Viel mehr als nur ein Girokonto.

Sag ja - zur Bank mit Hamburg im Herzen, zu persönlicher Beratung in 100 Filialen in Hamburg und Umgebung, zu Cashback & Rabatten im regionalen Einzelhandel und bei über 1.000 Online-Partnern - für vieles, was deinen Alltag schön

Und natürlich auch zum bequemen und sicheren Online-Banking und zu kostenlosen Geld abheben an über 20.000 Geldautomaten in ganz Deut




Sag ja.


Jetzt mit wenigen Klicks zur
haspa.de

22

Zielgruppe
Deutschland:
Interessen der
Mitglieder: Finanzen
& Wirtschaft 2.2m

**Commerzbank AG**
116,805 followers
Promoted

Topzinsen, aber auch flexibel bleiben? Jetzt wechseln und 3% aufs Tagesgeld¹ sichern – mit dem Topzinskonto Plus.
[#ZeitWasZuBewegen](#) [#commerzbank](#) [#anIhrerSeite](#)



Zeit, was zu bewegen!

Keine Zeit für Aber! Zeit, was zu bewegen – Lassen Sie uns sprechen.

[Learn more](#)

**DKB | Deutsche Kreditbank AG**
Promoted

Mit dem DKB-Konto weltweit kostenlos bezahlen, überall dort, wo Visa akzeptiert wird. Macht aus euren Vorsätzen Wirklichkeit!



Kostenloses Konto mit Visa Karte.

Damit aus neuem Job mehr Geld für dich wird.

Jetzt Konto eröffnen.

[Learn more](#)

Zielgruppe
Deutschland:
Interessen der Mitglieder:
Hypothesen 320.000+

**Berliner Sparkasse**
4,690 followers
Promoted

Immobilienfinanzierung läuft aus? Mit der Anschlussfinanzierung der Berliner Sparkasse profitieren Sie von niedrigen Zinsen. <https://lnkd.in/dct6C76>

sponsored by ... Anschlussfinanzierung!

Hier geht's los



Die Anschlussfinanzierung der Berliner Sparkasse.
angebote.berliner-sparkasse.de



Private Banking & Wealth Management

Providing investment & advisory services to high-net-worth individuals



\$30.5 Trillion to be transferred

to individuals under the age of 45 in the next 10 years



3 out of 4 ready for a new advisor

to work with someone new, lower fees, more robust services



Less than 10% commit for 10+yrs

AUM is up, but 90% of HNWLs stay with an advisor for less than 10 years

Targeting

HNWLs: 11M Members

- Seniority: Manager+
- Company Size: 50+
- Co Growth Rate: 3%+

Fast Trackers: 8.2M Members

- Seniority: Manager+
- Company Size: 500+
- Co Growth Rate: 3%+

Formats

- Single Image Ads
- Document Ads
- Video Ads

Measurement

- Brand Lift – Nielsen AdEFx
- Website demographics & on-site conversion tracking

Private Banking & Wealth Management

JB

Julius Baer

211,394 followers

Promoted

Navigating the world of wealth management can be complex. Learn the key terms to make informed decisions about your financial future.

Read the article: https://lnkd.in/dG_BsxVs

The language of wealth

#WealthInsights



Learn the language of wealth

juliusbaer.com

UBS

1,968,974 followers

Promoted

Heute mehr denn je sind ein klarer Plan und eine informierte Meinung nötig. Mit UBS profitieren Sie von unseren Insights und globaler Expertise.

In volatilen Zeiten auf Kurs bleiben.

Vermögensverwaltung ist unser Handwerk.

Mehr erfahren >



Entdecken Sie neue Möglichkeiten.

ubs.com

Learn more

Commerzbank AG

Promoted

Sie haben privates oder unternehmerisches Vermögen über 500.000 € und wollen dieses einfach und stressfrei übertragen?

Diese Unterlage sollten Sie lesen!

Mit Weitblick agieren – Zukunft lässt sich planen und gestalten.

Mehr erfahren



Jetzt die "3 Säulen der Vermögensübertragung" herunterladen

Haspa | Hamburger Sparkasse

9,037 followers

Promoted

Mit Bestnote abgeschnitten: Haspa Private Banking! Wir kümmern uns um die Bedürfnisse von Unternehmerinnen und Unternehmern, Vermögenden oder Top-Verdienenden.

Haspa Privat Banking – so individuell wie Ihr Fingerabdruck.

Bester Vermögensverwalter 2024 ausgezeichnet von Elite Report und Handelsblatt

Jetzt ID erstellen!

haspa.de



Haspa

Private Banking

Zielgruppe Deutschland:
Mass Affluent: Members mit
min. 100k investable assets
330.000+



Asset Management

Providing investment vehicles to FAs, Portfolio Managers, and Institutional Investors



FAs plan even more LinkedIn usage

37% plan to use linked even more in the next 12M to connect with clients and prospects



Over 50% of FAs rate Asset Managers as the most influential

source of information in selecting funds and investments



Promote your brand and your funds

Differentiate with your take on the market, but lean heavily on the brand to propel your products

Targeting

Finance Industry:
LinkedIn Audience for FA network

FAs: 300K

- LinkedIn


Formats

- Thought Leadership Ads
- Newsletters
- LinkedIn Live
- Video

Measurement

- Brand Sentiment Analysis
- Topic ownership

Asset Management



UBS Asset Management
205,537 followers
Promoted

Strong portfolios are built on cost-efficient, high-quality foundations. Discover how UBS Core ETFs combine scale, competitive pricing, and decades of expertise to serve as core building blocks for institutional investors.

#MarketingCommunication

For qualified investors/ professional clients only

UBS Core ETFs

Where expertise meets scale, quality meets value.



Designed for efficient implementation

ubs.com

[Learn more](#)



UBS Asset Management
205,537 followers
Promoted

From eurozone to US markets, our Core Fixed Income ETFs may serve as essential building blocks for fixed income investors. Explore our offering.

This is not an investment recommendation. All investing involves risk.

UBS 2025. All rights reserved

Marketing Communication. For qualified/ professional clients only.

UBS Core ETFs

Where expertise meets scale, quality meets value.



UBS Core Fixed Income ETFs: Smart tools for complex markets

ubs.com

[Learn more](#)



Franklin Templeton
348,544 followers
Promoted

Wie bereiten sich Unternehmen in Schwellenländern auf die Bewältigung des Klimawandels vor? <https://lnkd.in/diwA5urY>



KLIMAWANDEL IN SCHWELLENLÄNDERN

franklintempleton.de



Franklin Templeton
348,544 followers
Promoted

Explore how investment returns, geopolitics, and climate change are connected. Learn more from Kim Catechis, Investment Strategist with Franklin Templeton Investment Institute. <https://lnkd.in/e7sJmQFe>



Hello, I'm Kim Catechis,
Investment Strategist

0:05 / 1:44

[Learn more](#)

Examine climate change through the lens of geopolitics

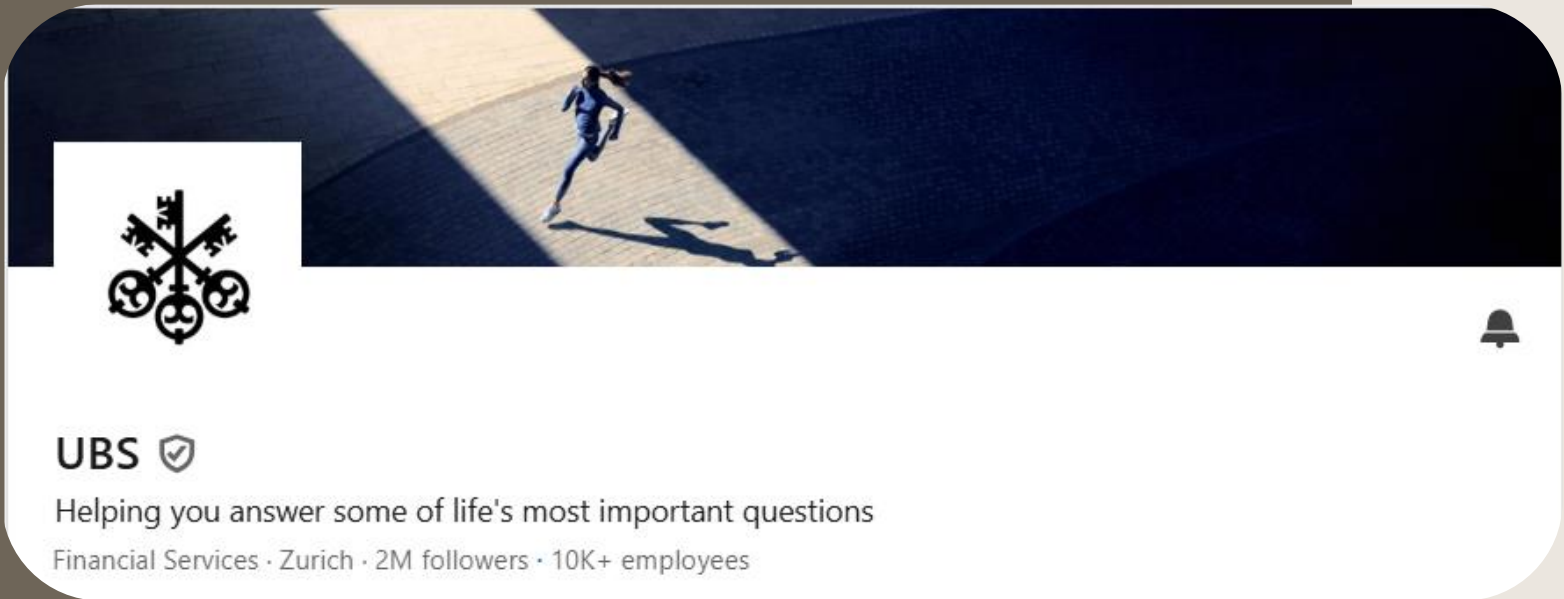


04


**Thought
Leadership**


Warum LinkedIn so wirkmächtig sein kann


Die Botschaft wird durch persönliche Erfahrung und Expertise von UBS's Mitarbeitern unterstützt





Affiliated pages


**Credit Suisse**
Banking
Acquisition


**UBS Optimus Foundation**
Non-profit Organizations
Showcase page


**UBS key4 mortgages**
Banking
Showcase page



**UBS KeyInvest**
Financial Services
Showcase page

**UBS Global Wealth Management**
Banking
Showcase page

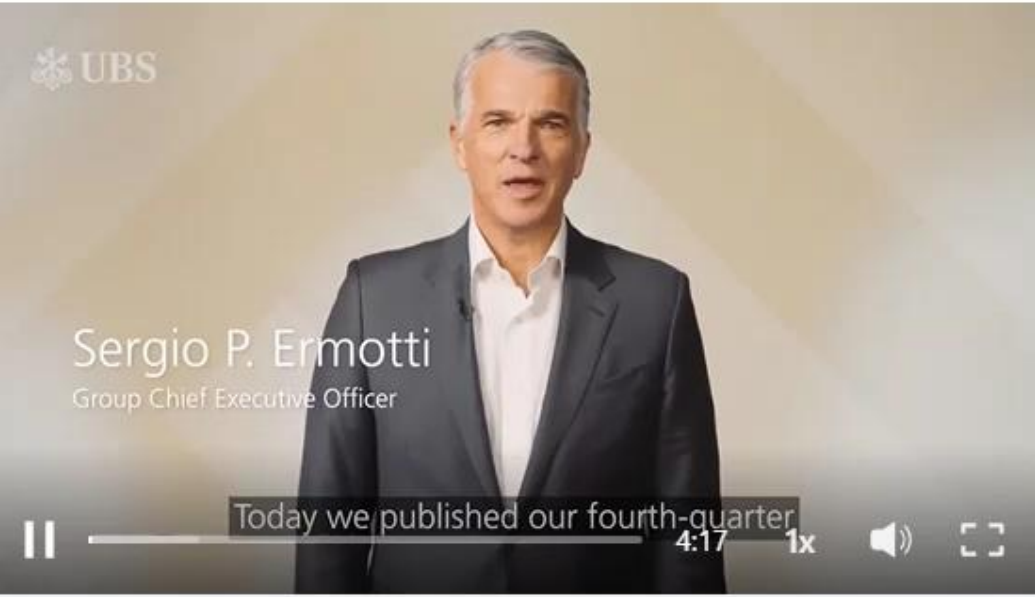
**UBS Investment Bank**
Investment Banking
Showcase page

**UBS Asset Management**
Financial Services
Showcase page

**Sergio P. Ermotti** · 3rd
Group CEO and President of the Executive Board of UBS AG
[Top Voice](#)
Zurich, Zurich, Switzerland
281,313 followers

**Sergio P. Ermotti** · Following
Group CEO and President of the Executive Board of UBS AG
1mo · 


Today, we presented our fourth-quarter and full-year 2024 results. Our strong financial performance is a reflection of our unwavering commitment to serving our clients, the strength of our diversified global ...[more](#)



Sergio P. Ermotti
Group Chief Executive Officer

Today we published our fourth-quarter

WATCH NOW: Fourth-quarter and year-end 2024 results.

 2,733

68 comments · 92 reposts

**Amy Lo, JP** · 2nd
Chairman of Global Wealth Management Asia, Co-Head Wealth ...
1w · Edited · 

Happy International Women's Day! To me, inclusivity means embracing diversity and valuing everyone's unique perspectives. This week, I saw firsthand the power of uniting diverse voices in celebration and solidarity.

At Hong Kong Exchanges and Clearing Limited (HKEX)'s "Ring the Bell for Gender Equality" panel with Paul Chow, Mary Huen and Angel Ng, I was asked: if you had a magic wand to boost gender diversity, what would you do? My answer: Create a world where differences are celebrated, and every voice is heard and valued.


Empowerment is a journey. Let's honor those who've broken barriers while investing boldly in our careers and relationships. Together, we can drive progress—no magic wand needed—and build a truly inclusive future.

UBS #shareubs #IWD2025 #diversity #womenempowerment #HKEX #WCE #WomenCENetwork #APB



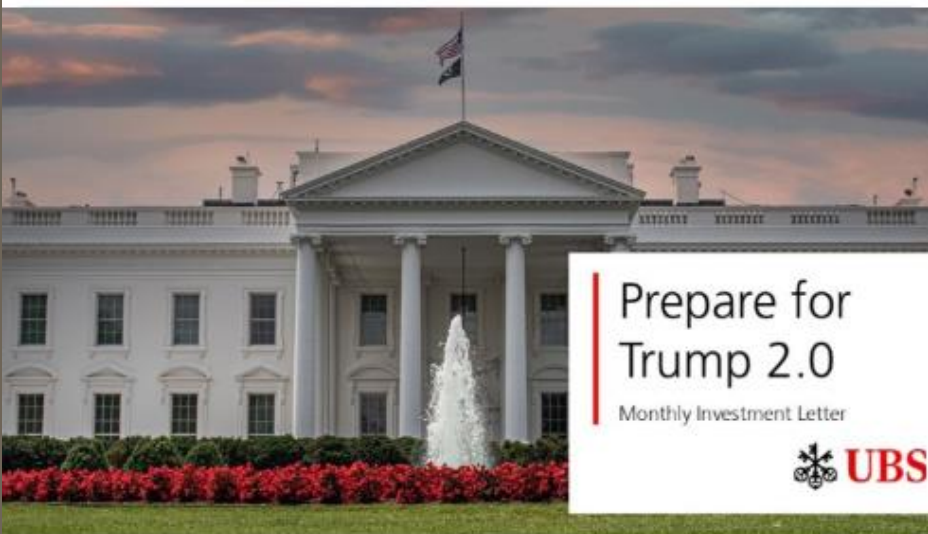
Happy International Women's Day!

8 comments · 6 reposts

**Investment ideas from UBS**
Our latest investment insights to help you protect and grow your wealth.
By Mark Haefele · Chief Investment Officer, UBS Global Wealth Managem...
Published weekly
97,202 subscribers
[+ Subscribe](#) [Share](#)

200 editions


Published 1 month ago





Prepare for Trump 2.0
Monthly Investment Letter

Monthly Investment Letter: Prepare for Trump 2.0

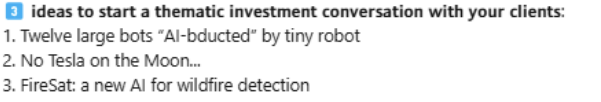
Mark Haefele

**Lionel Guerraz** (LinkedIn Top Voice) · 1st
Investment Fund Sales & Distribution | UBS | Digital Client Acquisition & Relationship Management | LinkedIn Top Voice | Thematic Investment Conversation Starters | Connecting People & Opportunities | Community Activator
[Top Voice](#)
Zürich Metropolitan Area · [Contact info](#)
19,509 followers
Volkan Çallar, Olga Froestl, and 16 other mutual

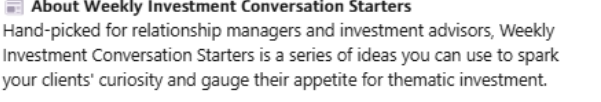
**Lionel Guerraz** · 1st
Investment Fund Sales & Distribution | UBS | Digital Client Acquisition...
2d · 

How to start a conversation on thematic investment?

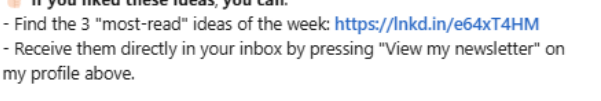
This is Weekly Investment Conversation Starters No. 137



1. Twelve large bots "AI-bducted" by tiny robot
2. No Tesla on the Moon...
3. FireSat: a new AI for wildfire detection



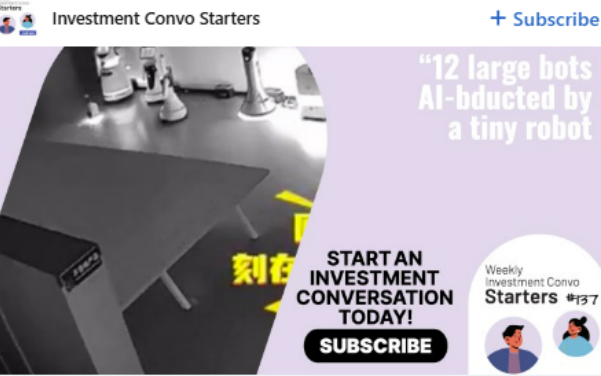
Hand-picked for relationship managers and investment advisors, Weekly Investment Conversation Starters is a series of ideas you can use to spark your clients' curiosity and gauge their appetite for thematic investment.



If you liked these ideas, you can:

- Find the 3 "most-read" ideas of the week: <https://lnkd.in/e64xT4HM>
- Receive them directly in your inbox by pressing "View my newsletter" on my profile above.

#robotics #space #greentech Thematic #investment #investing



Investment Convo Starters

"12 large bots AI-bducted by a tiny robot"

START AN INVESTMENT CONVERSATION TODAY!


SUBSCRIBE

Weekly Investment Convo Starters #137

How to start an investment conversation?

Lionel Guerraz

Weekly Investment Conversation Starters No. 137Thanks for reading this newsletter, this ...

 27

23 comments · 1 repost

Die Wirkung von Thought Leadership auf LinkedIn



MARKTPRÄSENZ

Zeigt eure
Einzigartigkeit und
Fachkenntnisse. Hilft
eurem Publikum, eure
Marke zu verstehen.



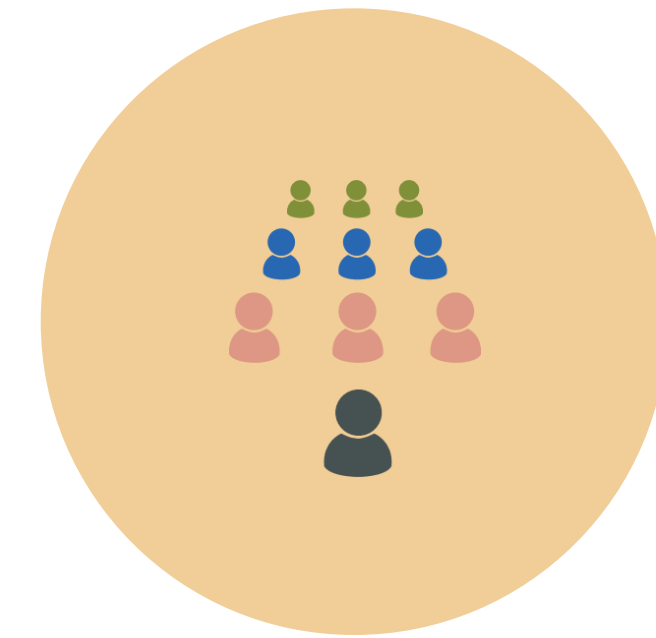
NACHFRAGE GENERIEREN

Tretet mit potenziellen
Käufern eurer Produkte
und Dienstleistungen in
Kontakt und führt sie in
den Verkaufszyklus ein.



TALENT AKQUISE

Neue Talente für euer
Unternehmen durch
authentisches
Employer Branding auf
LinkedIn gewinnen.



MITARBEITER ENGAGEMENT

Schafft einen Weg für
eure Teams und
Talente, sich mit dem
Fachwissen und den
Werten eures
Unternehmens vertraut
zu machen.

Das Profil

#1

Profilbild, Titelbild, Profil-Slogan: Trägt zur Glaubwürdigkeit eures Profils bei und hebt eure Persönlichkeit hervor! Formuliert kurz und knapp, worum es auf eurem Profil geht.

#3

Zusammenfassung: Die Beschreibung eurer Person, eurer Kompetenzen und eurer Interessen - macht es persönlich!



Jens Hasselbächer (Weitmensch, Lernender) • 2nd
Vorstand Kunden und Vertrieb bei R+V Versicherung - mit Herz, Mut und Lächeln durch das Leben - denn das Wichtigste sind die Menschen, die wir begleiten.
Wiesbaden, Hesse, Germany • [Contact info](#)
9,357 followers • 500+ connections

 R+V Versicherung
 Universität St.Gallen - Hochschule für Wirtschafts-,...


#2


Im Fokus: Hier könnt ihr eure aussagekräftigsten Inhalte hervorheben, inkl. verschiedener Formate: Dokumente, Newsletter, Fotos, Websites, Videos oder Präsentationen.

Featured

Post

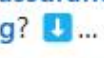
Die kommende Bundestagswahl am 23. Februar ist ein...




Gemeinsam Fortschritt und Perspektiven gestalten. 

👍👍👍 297 • 1 comment

Post

Was bedeutet #Bancassurance für die R+V Versicherung?  ...



Digitaler Vertrieb als Wachstumsmotor | Börsen-...
boersen-zeitung.de

👍👍 128 • 7 comments

Document

2024_08_06_boersenzeitung_JH_I nterview.pdf
Interview mit Thomas List von der Börsenzeitung; Veröffentlicht am 06. August 2024;

About

Mit über fünfzehn Jahren Erfahrung im Vorstand, davon mehr als sechs Jahre bei der R+V Versicherung, gestalte ich mit Leidenschaft, Expertise und Fokus die Strategie von Vertrieb und Kundenmanagement sowie deren Umsetzung.

Unser Ziel ist es, durch Spitzenleistung unseren Marktanteil gemeinsam mit den Genossenschaftsbanken und d ...see more

Weitere Tipps für starkes Engagement auf LI

Zielgruppenorientierte Beiträge

- Jeder Inhalt hat sein eigenes Publikum, auch TAM genannt (=Total Addressable Market)
- Überlegt euch: "Für wen ist dieser Inhalt relevant?"

Einzigartige Perspektiven

- LinkedIn kategorisiert Beiträge mithilfe von KI in verschiedene Typen wie Empfehlungen oder Anregungen.
- Beiträge mit eigenen Perspektiven und Einblicken werden *stärker honoriert* als generelle Informationen.

Beiträge mit aussagekräftigen Kommentaren

- LinkedIn belohnt Beiträge, auf die in den Kommentaren mit mehr als nur „Super!“ oder „Genau!“ eingegangen wird.
- Dabei spielt auch eine Rolle, wer kommentiert, zum Beispiel ob ein Marketing-Beitrag von Marketingexperten kommentiert wird.



Die 3-C-Formel

Content

Konzentriert euch auf eure **Expertise** und die Themen, für die ihr stehen wollt. Achtet darauf, aktuelle Themen und News aufzugreifen, um relevant zu bleiben.

Pro Tipp: Verwendet Pressemitteilungen, Artikel und Posts wieder und passt diese an, um sie für die LinkedIn Community relevant zu machen.

Conversation

Entfacht **Diskussionen** und nimmt selbst daran teil!

Beim Teilen externer Inhalte (Links, andere Beiträge, Videos, etc.) immer darauf achten, den eigenen Post so zu gestalten, dass die Leser:innen darauf reagieren können.

Consistency

Veröffentlicht Beiträge

mind. 1x Woche, idealerweise jedoch 2-3x die Woche.

Uhrzeit und Wochentag hängen dabei ganz von eurer Zielgruppe ab.



So fallen eure Inhalte auf

Beiträge übersichtlich und spannend aufbauen

1

Einstieg

Die ersten zwei Sätze müssen die Leser:innen direkt abholen.

Beginnt den Beitrag **mit den interessantesten** oder wichtigsten Punkten.

2

Hauptteil

Welche **1–3 Erkenntnisse** wollt ihr den Leser:innen vermitteln?

Was nehmen eure Leser:innen aus diesem Beitrag mit?

3

Aufforderung

Animiert die Leser:innen dazu, zu kommentieren, indem ihr eine Frage am Ende stellt.


- 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.



Katja von Glinowiecki · 2.
Expertin für Vereinbarkeitslösungen | stolze Dreifachm...
1 Woche · 

[+ Folgen](#) · 

Ostdeutschlands Power-Frauen: Alte Lektionen für neue Gleichheit


Als mein Vater, ein Chemieanlagenbau-Ingenieur in der DDR, in einem Team arbeitete, in dem Frauen in der Überzahl waren, konnte er sich nicht vorstellen, dass Jahrzehnte später seine Tochter die gleichen Chancen im Berufsleben hinterfragen würde. Ich wurde mit dem Glauben großgezogen, "aus dir kann alles werden, was du möchtest", doch die Herausforderungen, Beruf und Familie zu vereinbaren, bringen mich heute dazu, für eine Gesellschaft zu kämpfen, in der diese Vision für jeden, unabhängig vom Geschlecht, Realität ist. Das erhoffe ich mir für meine Töchter und meinen Sohn.


Frauenpolitik und -förderung à la DDR:
In den 50er Jahren war der Mangel an Fach- und Arbeitskräften offensichtlich. (Na, sieht jemand die Parallelen?) Die DDR reagierte mit der Integration von Frauen in den Arbeitsmarkt, ein Schritt, der sowohl aus Notwendigkeit als auch aus dem Streben nach Gleichberechtigung erfolgte. Diese Erfahrung bietet wertvolle Einblicke in die Förderung der Gleichberechtigung, von der wir auch heute noch lernen können.
Die hohe Erwerbsquote von Frauen, auch in technischen Berufen, sowie Ansätze zur Vereinbarkeit von Beruf und Familie könnten uns heute durchaus als Best Practice dienen.

Was schlage ich vor?

1. Historische Modelle adaptieren 🌍: Lassen wir uns von der Vergangenheit und internationalen Erfolgen leiten, um Frauen im Berufsleben zu stärken.
2. Strukturelle Anpassungen vornehmen 🛠️: Flexible Arbeitsmodelle und Elternzeitregelungen sind essenziell für die moderne Arbeitswelt.
3. Gesellschaftliches Bewusstsein schaffen 💡: Es ist Zeit, überkommene Rollenbilder zu hinterfragen und aktiv für Gleichberechtigung einzustehen.
4. Inklusive Arbeitswelten fördern 🤝: Eine Kultur der Vielfalt und Gleichberechtigung in Unternehmen ist der Schlüssel zu echtem Fortschritt und wirtschaftlichem Erfolg.

Die Geschichte Ostdeutschlands, einschließlich meiner eigenen Wurzeln, beweist, dass die Forderung nach Gleichberechtigung und Frauenförderung nicht nur berechtigt, sondern auch umsetzbar ist. Wir besitzen ein Fundament, das auch in den neuen Bundesländern zu bröckeln beginnt. Lasst uns die Erfahrungen und das Wissen nutzen, um unsere heutigen Anstrengungen zu verstärken und eine Gesellschaft zu schaffen, in der "aus dir alles werden kann, was du möchtest", keine leere Phrase, sondern gelebte Realität wird.



 126

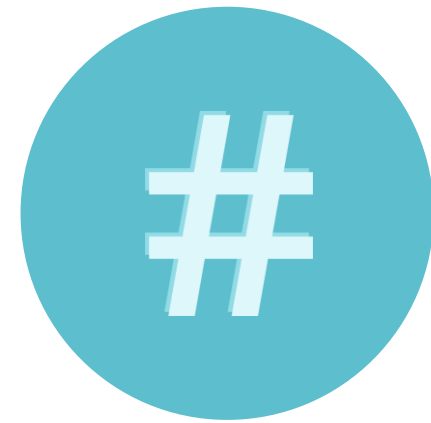
70 Kommentare · 2 direkt geteilte Beiträge

Weitere Tipps

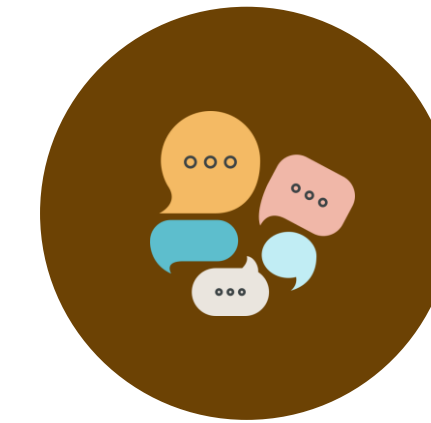
Optimierungsmöglichkeiten für erfolgreiche Posts



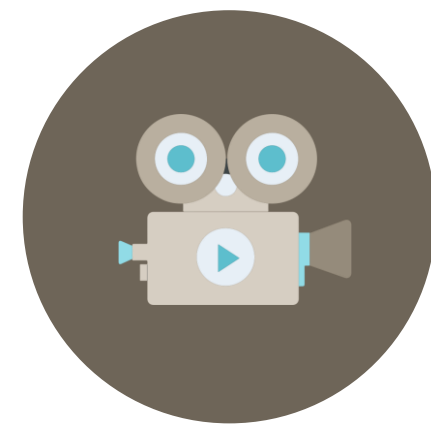
Für bessere Lesbarkeit und Barrierefreiheit: lange Absätze durch Zeilenumbrüche oder Aufzählungen optisch entzerren; keine fremden Schriftarten benutzen; Emojis in Grenzen nutzen; Hashtags im Text begrenzen



Nutzt pro Beitrag 3-5 Hashtags, die in direktem Zusammenhang mit euch und eurem Content stehen.



Erwähnt in Beiträgen gerne andere, aber nur relevante Personen!



Untermalt eure Beiträge mit einem aussagekräftigen Bild oder einem Video.



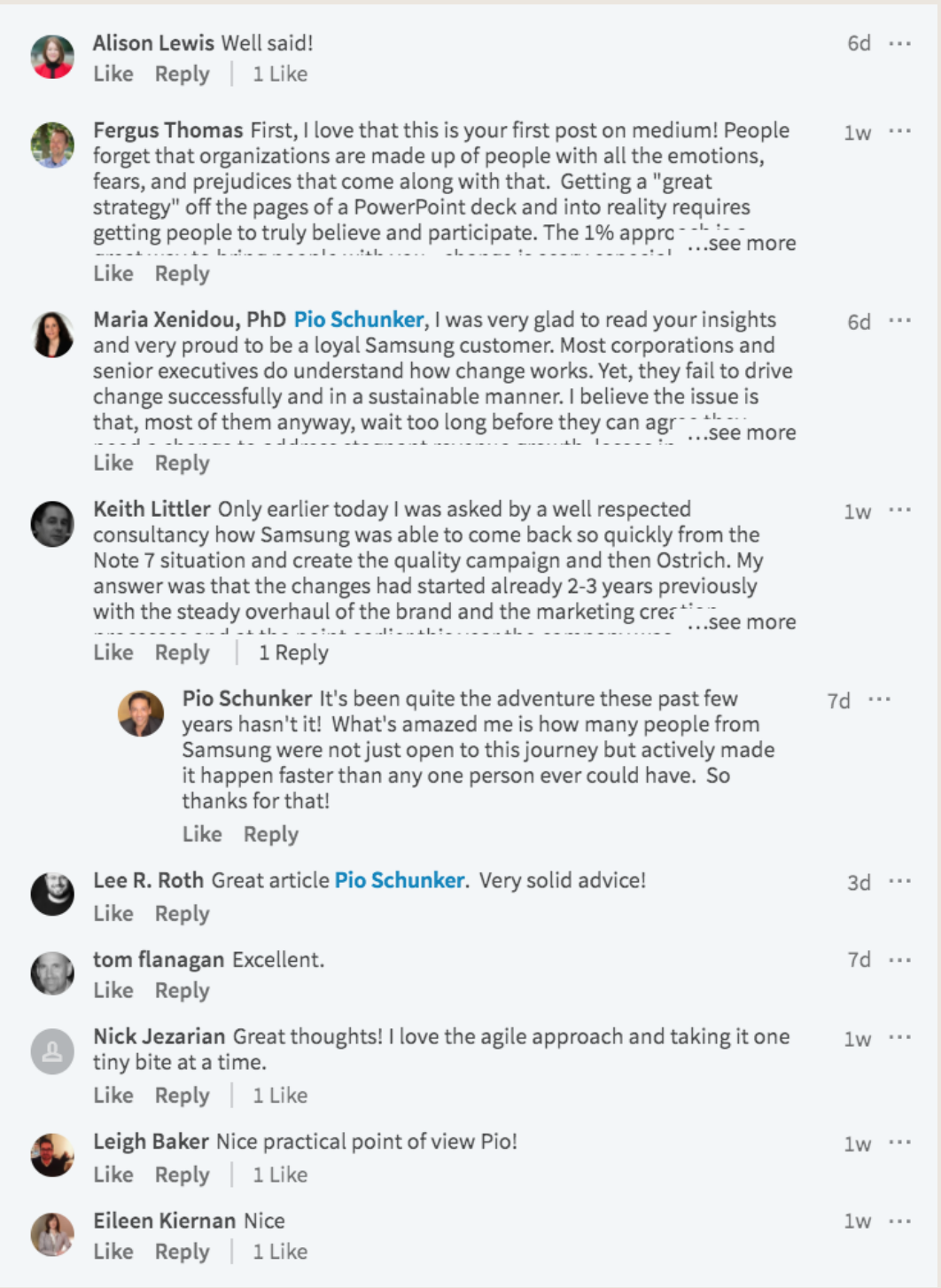
Prioritize engagement quality over quantity

Evaluating the comments your content drives is a better indicator of the quality and success of your content than total quantity of likes and shares.

Primary KPIs

Comments

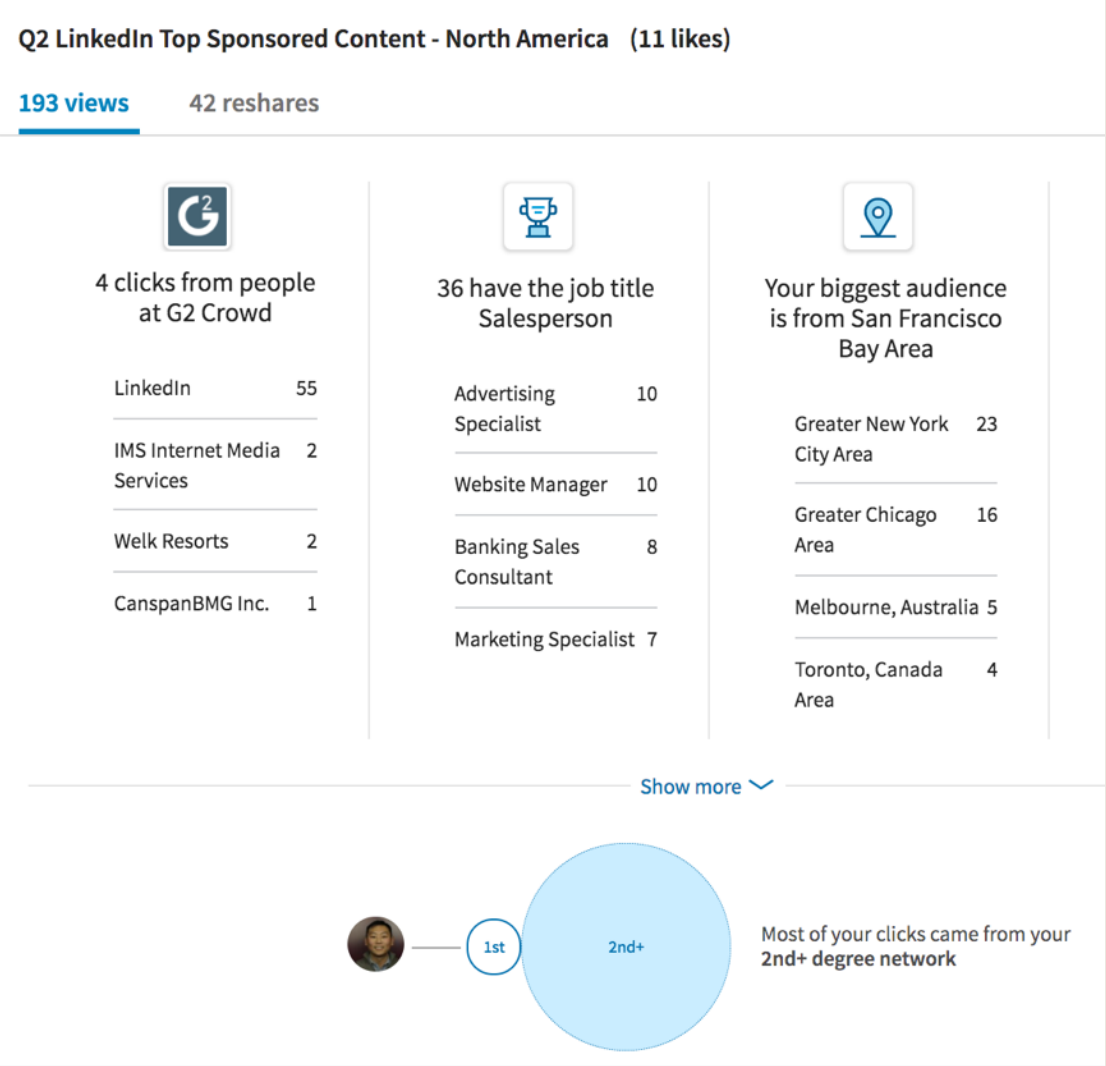
- Avg # of comments
- Avg word count per comment
- Sentiment



Secondary KPIs

Engagement

- Views in the feed
- Likes/Shares
- Follower growth %





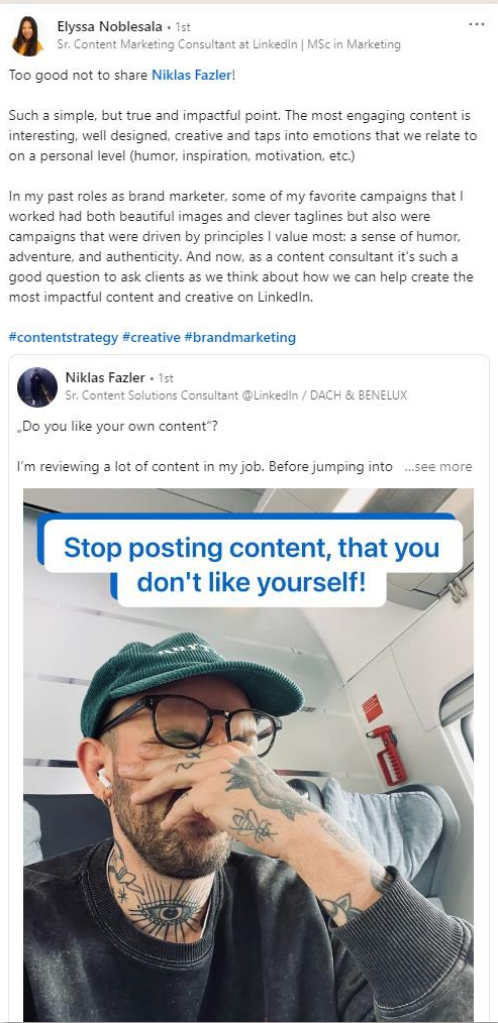
Misconception

There's ~~not~~ enough time
to create thought
leadership

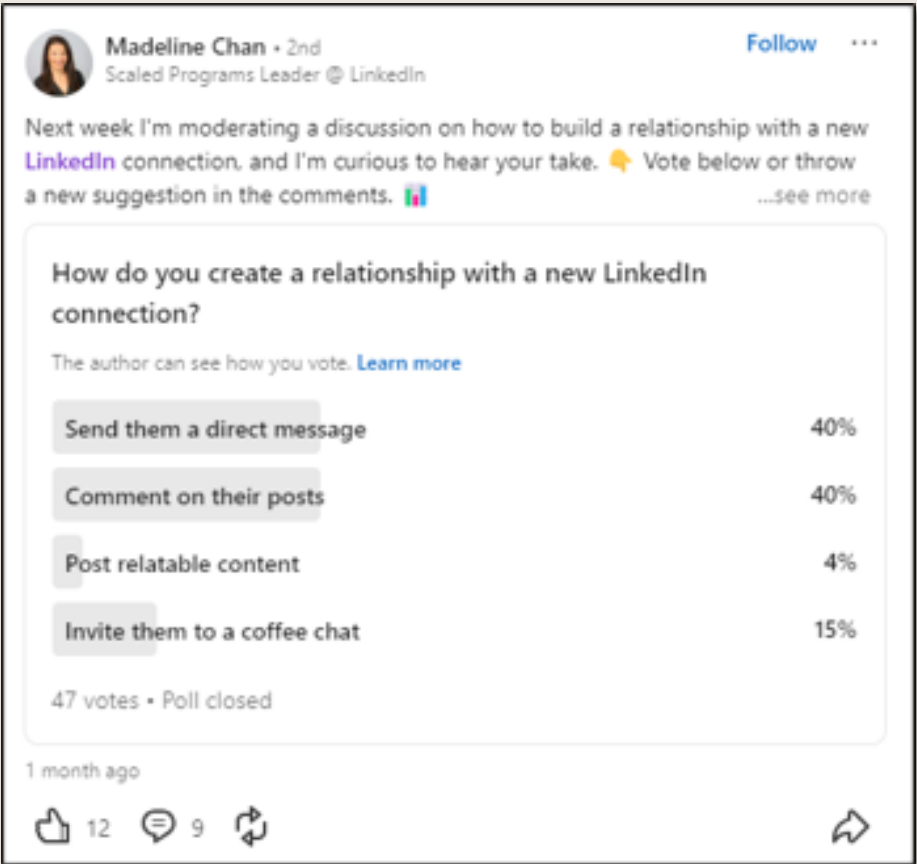
Reality: Some time is required,
but probably not as much as
you think



Choose the formats that align with the time you have



Sharing with your POV



Create a Poll



Post + Image



Video



Live Event

Low ← Level of Effort → High

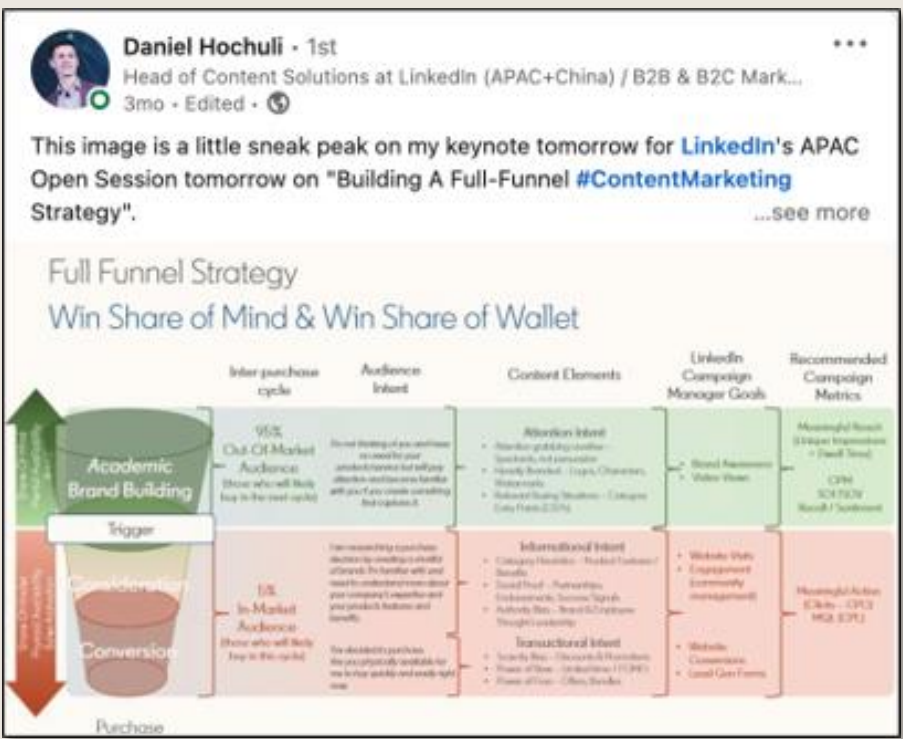
Celebrate an occasion



Short Update



Document Post



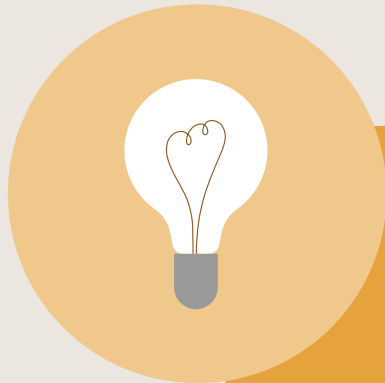
Article



Build a content calendar and batch create wherever possible

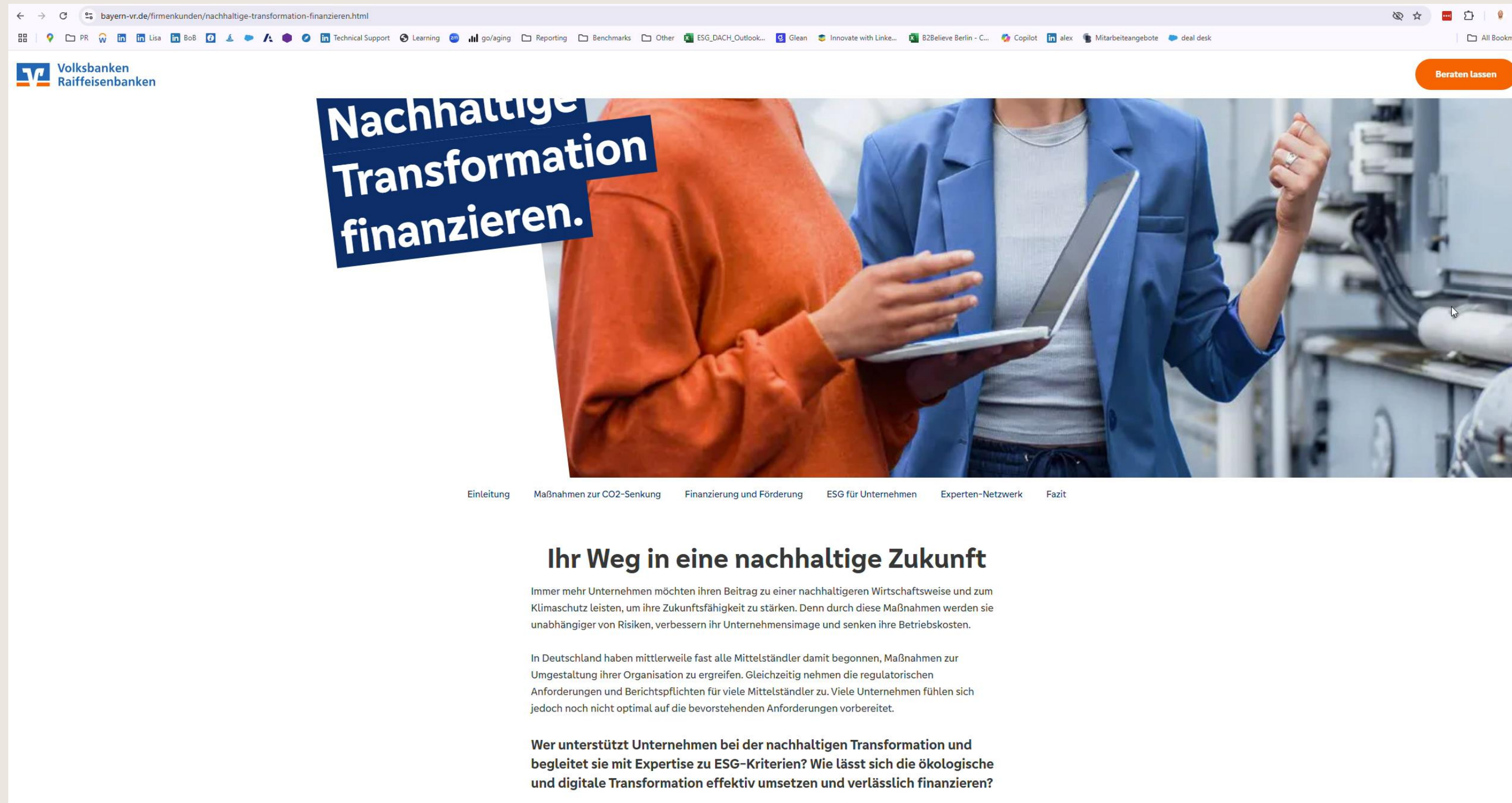
September						2024
MONDAY	TUESDAY	WEDNESDAY	THURSDAY	FRIDAY	SATURDAY	SUNDAY
26	27	28	29	30	31	01
02	03 Personal Post	04	05 Team Post (reshare w/ comments or celebration post)	06	07	08
09	10	11 Reshare product announcement w/ POV	12	13	14	15
16	17 Personal Post	18	19 Team Post (reshare w/ comments or celebration post)	20	21	22
23	24 Reshare earnings news with POV	25	26	27	28	29
30	01	Notes:				

- Use LinkedIn’s scheduling tool to prepare your posts ahead of time
- Post quality and consistency matter more than frequency



Pro Tip: Schedule a 30-min timeslot in your calendar each week dedicated to thought leadership

AI, an example for content creation (sponsored messaging)



Prompt with ChatGPT

- ”
- Als Quelle nutze diese Website <https://www.bayern-vr.de/firmenkunden/nachhaltige-transformation-finanzieren.html>,
 - Schreibe ein Anzeige für das LinkedIn Werbeformat Sponsored Messaging
 - Der Text soll maximal 500 Wörter lang sein
 - Nutze Absätze, Emojis
- “

🌱 Wie nachhaltig ist Ihr Unternehmen aufgestellt?

Die Zukunft gehört den Unternehmen, die sich aktiv für Nachhaltigkeit einsetzen. Doch wie gelingt der Wandel – und welche Vorteile bringt er Ihnen?

Nachhaltig wirtschaften – Vorteile für Ihr Unternehmen

- ✅ **Energie sparen & Kosten senken** – Investitionen in moderne, energieeffiziente Technologien zahlen sich langfristig aus.
- ✅ **Unabhängiger werden** – Erneuerbare Energien wie Solar und Wind machen Ihr Unternehmen weniger abhängig von steigenden Energiekosten.
- ✅ **Förderungen nutzen** – Staatliche Zuschüsse und Finanzierungslösungen erleichtern den Umstieg auf nachhaltige Technologien.

Wir begleiten Ihre Transformation

Die Volksbanken Raiffeisenbanken unterstützen Sie mit maßgeschneiderten Finanzierungslösungen für nachhaltige Projekte. Gemeinsam machen wir Ihr Unternehmen zukunftssicher.

🚀 **Nutzen Sie Ihre Chance – lassen Sie sich beraten!**

👉 [Jetzt informieren](#)

Thought Leadership Ads

Genossenschaftliche FinanzGruppe



Marc Weegen • 1st
Head Brand Management & Communication Volksbanken Raiffeisenbanken...
Promoted by Volksbanken Raiffeisenbanken

Was haben eine WG, Netflix und die **Volksbanken Raiffeisenbanken** gemeinsam?

Nichts? Doch! Eine ganze Menge sogar. Ich versuch’s mal in Kürze zu erklären:

Auf Netflix werden Geschichten erzählt, oder?
Und die besten Regisseurinnen & Regisseure sind dort zu finden, stimmt’s?
Stimmt beides.

Deshalb haben wir unseren neuen Film gemeinsam mit einem Netflix-Regisseur **Facundo Scalerandi** gedreht. Und erzählen euch darin „unsere Geschichte“.

Und wie ihr wisst ist „unsere Geschichte“ kein Fiction, sondern genauso real wie das Leben in einer WG – schließlich die Abkürzung für „WohnGEMEINSCHAFT“, Menschen meistern gemeinsam das Leben – miteinander und füreinander.

Genau das ist unser Anliegen, für das die **Volksbanken Raiffeisenbanken** seit Gründung der ersten Genossenschaften täglich eintreten: Zwar nicht nur zum Wohnen, wohl aber zum gemeinsamen Wirtschaften für unsere Mitglieder und die Region - für das stehen die über 130.000 Kolleginnen und Kollegen in den **Volksbanken Raiffeisenbanken** täglich ein.

Und weil auch so ein Film nur im Zusammenwirken vieler gelingen kann sage ich heute:
👏 Vielen Dank an unseren „Film WG“: **Alena Faraj Janina Kim Vogel Stephan Kelm Dr. Stefan Saager Christopher Schmitz-Bitzigeio Florian Schülert Catrin Schmid Lutz Plümecke Felix Boeck Milena Milic DDB Germany peoplegrapher GmbH Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken (BVR) Borris Kehl Mira Harnischmacher Luca Danscher Florentine Hellmann- Rauscher** und viele viele mehr

<https://lnkd.in/eAFGDSYQ>

P.S. Wer in unsere WG „einziehen“ möchte: Wir haben noch Plätze frei: www.vr.de/karriere




So funktioniert’s – unsere genossenschaftliche Idee | Volksbanken Raif...

youtube.com

321

65 comments · 33 reposts



Joachim Köhler • 2nd
Möglichmacher für Innovation, Business und Transformation - P...
Promoted by HypoVereinsbank - UniCredit - Deutschland

Mit 3 mach grün – gemeinsam mit GreenTech-Unternehmen und der **HypoVereinsbank - UniCredit - Deutschland** schaffen unsere Kunden eine beschleunigte Umsetzung und vor allem Wettbewerbsvorteile in der grünen Transformation!

In den letzten Wochen war ich wieder mit einer Vielzahl von mittelständischen Kunden im Dialog – dabei ist die Fragestellung der Machbarkeit und Umsetzung der grünen Transformation eines der wichtigsten Themen.

Doch wie die Unternehmen dabei vorgehen können, wer dabei helfen kann und wo man überhaupt anfängt, sind die großen Fragezeichen.


Aus meiner Sicht bietet die Zusammenarbeit mit GreenTech-Unternehmen dem Mittelstand zahlreiche Vorteile, die sowohl wirtschaftliches Wachstum als auch nachhaltige Entwicklung fördern:


- 💡 **Innovationsförderung:** durch Kontaktherstellung mit GreenTech-Unternehmen unterstützen wir dabei, innovative und umweltfreundliche Technologien zu integrieren - durch externe Impulse und Innovationen wird die eigene Innovationskraft beschleunigt und gestärkt
- 💡 **Erschließung neuer Marktchancen:** Zusammenarbeit steigert Effizienz – neue Geschäftsfelder und Märkte können gemeinsam erschlossen werden. Dies fördert und beschleunigt das Wachstum und die Diversifikation ihrer
- 💡 **Geschäftsaktivitäten**
Wissenstransfer und Expertise: Zusammenarbeit fördert den Austausch von Fachwissen und Best Practices - dies stärkt die Innovationskraft und das technische Know-how unserer Kunden
- 💡 **Wettbewerbsvorteile:** durch Kooperation mit und ggf. Investition in nachhaltige Technologien und GreenTech-Unternehmen, können sich unsere Kunden klar von der Konkurrenz abheben und ihre Marktposition stärken.

Neben unserem Netzwerk stehen wir unseren Kunden auch mit Rat und Tat zur Seite, damit erreichen sie:

- **Kosteneffizienz** durch maßgeschneiderte Finanzierungen
- **Niedrigere Investitionskosten** durch Förderprogramme und Subventionen
- **Risikominimierung** durch Umfassende Beratung

Das Team der HypoVereinsbank Mannheim und ich sind davon überzeugt, dass die Zusammenarbeit zwischen GreenTech-Unternehmen und dem Mittelstand ein Schlüssel zur Schaffung einer nachhaltigen und prosperierenden Wirtschaft ist. Unsere Rolle als Finanzinstitut und Netzwerker ist es, diese Partnerschaften zu fördern und zu unterstützen, um eine nachhaltige Zukunft zu gestalten.





Tanja Müller-Ziegler • 2nd
Vorstandsmitglied bei Bundesverband der Deutschen Volksbank...
Promoted • Partnership with Volksbanken Raiffeisenbanken

Sie folgen lieber Trends im Payment, statt im Internet? Dann suchen wir Sie. 💎

Ich freue mich sehr, eine spannende **#Karrierechance** bei uns im **Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken (BVR)** teilen zu dürfen! Für die Position als Bereichsleiter Payment (all genders) suchen wir eine engagierte Persönlichkeit, die sich in internationalen Payment Zuhause fühlt.

Dabei übernehmen Sie eine Schlüsselposition nicht nur in der operativen Umsetzung unserer **#Payment**-Aktivitäten, sondern definieren gemeinsam mit unserem Fachrat Zahlungsverkehr die strategische Zukunft unserer Paymentstrategie. 🚀


Mit Ihrem Team entwickeln Sie zukunftsweisende Lösungen im Payment und stärken damit unsere die Topposition der Genossenschaftlichen FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken am Paymentmarkt. Wir suchen jemanden, der als Treiber und Visionär für Zukunftsthemen agiert und als geachteter Sparringspartner in unseren Gremien auftritt.

Wenn Sie ein abgeschlossenes Studium, mehrjährige Erfahrung in der Steuerung von Abteilungen oder größeren Teams im Bereich Payment sowie ein starkes Netzwerk im Kreditgewerbe und der Payment-Branche mitbringen, dann möchte ich gerne mit Ihnen ins Gespräch kommen.

Gemeinsam können wir die Zukunft des Payments gestalten und die Interessen unserer 17,8 Millionen Mitglieder und etwa 700 Genossenschaftsbanken weiter vorantreiben.

Lust mit mir zusammenzuarbeiten? Ich freue mich auf Ihre Bewerbungen direkt an johannes.lotz@hp-ec.de. Gerne auch teilen.

Weitere Infos: https://lnkd.in/ejiNw_j8



Looking for a man anyone in finance payment.

Wir suchen Sie.
Als Bereichsleiter Payment (all genders).

205

2 comments · 20 reposts

Q & A

