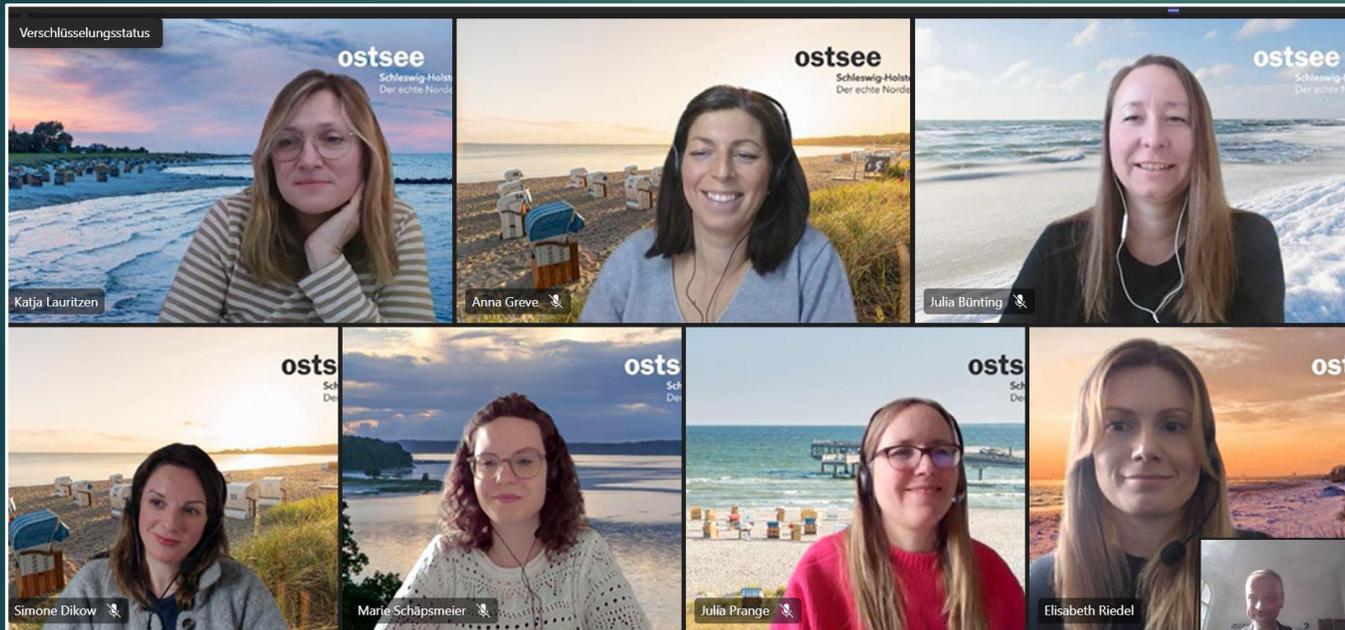




LinkedIn in Tourismus und Standortmarketing
Trainings und Leistungen 2025
für die Destination, das Convention Bureau und die Wirtschaftsförderung

LinkedIn-Trainings



LinkedIn-Trainings: Musteragenda

Einführung

1. „Lust auf LinkedIn“ - Potenziale der persönlichen Nutzung
2. Profiloptimierung (Headerbild, Im Fokus-Rubrik, Creator Modus etc)
3. LinkedIn-Suche und strategische Vernetzung
4. Unternehmensseite: Strategischer Rahmen, Zielgruppen und Ziele
5. Unternehmensseite: Optimierung und Relevanz-Check von LinkedIn-Features wie Fokussseite, Newsletter, Events und Ads
6. Grundzüge der Contententwicklung und Best Practices
7. Verzahnung der LinkedIn-Kommunikation von Unternehmensseite mit MitarbeiterInnen und Stakeholdern
8. Tipps, Tricks, Do's and Don'ts
9. Nächste Schritte

LinkedIn-Trainings

LinkedIn-Training **Basic**

Dauer 5 h (bis 6 TeilnehmerInnen)

Preisspecial für Einsteiger
(Unternehmensseiten bis 250 Follower)

LinkedIn-Training **Strategieentwicklung**

Dauer 2 x 4 h (bis 6 TeilnehmerInnen)

Impuls-Vorträge

Potenzial für Destinationen

Vertrauensaufbau

Erhöhung Kontaktfrequenz

„Vernetztes“ Tourismusnetzwerk

Dynamisierung des Austausches

Community-Building



30 Quicktips für Convention Bureaus und ihre Partner

1. Profilbild: Wie du es weiter optimieren kannst
2. Profilslogan: Wo er funktionieren muss
3. Abonnement-Glocke: „Alle Beiträge anzeigen“ aktivieren
4. LinkedIn-Suchen können mehr als du denkst
5. Hashtags: Nicht nur die eigenen nutzen
6. „Danke für die tolle Orga“: Wie Dank nach mehr als Pflichterfüllung klingt
7. Location-Vorstellung: Personen sichtbar machen!
8. Killer oder Boost für die Reichweite: Beiträge teilen - mit und ohne Kommentar
9. Killer für die Reichweite: Taggen
10. Verweis auf die Website ist 90er: Alternative CTA´s
11. Dein Kontakt scheint inaktiv? So findest du es raus,
12. LinkedIn Newsletter-Funktion: Nachnutzung des eigenen Newsletter-Contents ohne Verteilerpflege
13. Das sind die beliebtesten Newsletter deines Netzwerks
14. Hier können wir alle besser werden: Wertschätzendes Kommentieren statt obligatorisches Liken
15. Interessant! Das kann die Ads-Library

16. Mit aktivem Einladungsmanagement Teilnehmende für den Famtrip gewinnen
17. Ohne Administrator-Status: Mitarbeiter und Partner laden Kontakte zum Folgen der Unternehmensseite ein.
18. Logische Zielgruppe Stakeholder versus gewünschte Zielgruppe Eventplaner
19. Je näher dran, umso relevanter: Verbände und Vereine
20. Inaktiv auf LinkedIn: Verwaiste Profile von Mitarbeitenden beleben mit win-win.
21. Keyword-Suchen Beispiel: Coworking und Bleisure
22. Im Fokus-Rubrik auf der Unternehmensseite nutzen
23. Beiträge nachträglich bearbeiten: Nicht in der 1. Stunde
24. Kein Mehrwert: „Gute Gespräche, inspirierender Austausch, alte und neue Gesichter“
25. Die „oft gestellte Frage“ als Mehrwert für Stakeholder und Eventplaner
26. Als Unternehmensseite anderen Unternehmen folgen
27. Externe Links: Ab in die Kommentare damit
28. Premium für Unternehmensseiten – Was kann das?
29. Noch unentdeckt: Lead Gen Forms
30. Next Level gefällig? Das Corporate Influencer Programm für die MICE-Destination

30 Quicktipps für DMO's, ihre MitarbeiterInnen und Partner

1. Profilbild: Wie du es weiter optimieren kannst
2. Profilslogan: Wo er funktionieren muss
3. No-Go: Private Mailadressen in den Kontaktdaten
4. Eure Website im persönlichen Profil angeben
5. Nutzen die Wenigsten: Die „Im Fokus“ Rubrik
6. Was soll das jetzt: Profil-Verifizierungen
7. Abonnement-Glocke: „Alle Beiträge anzeigen“ aktivieren
8. LinkedIn-Suchen können mehr als du denkst
9. Hashtags: Nicht nur die eigenen nutzen
10. „Danke für die tolle Orga“: Wie Dank nach mehr als Pflichterfüllung klingt
11. Killer oder Boost für die Reichweite: Beiträge teilen - mit und ohne Kommentar
12. Killer für die Reichweite: Taggen
13. Dein Kontakt scheint inaktiv? So findest du es raus,
14. Das sind die beliebtesten Newsletter deines Netzwerks
15. Hier können wir alle besser werden: Wertschätzendes Kommentieren statt obligatorisches Liken

16. Interessant! Das kann die Ads-Library
17. Darf ich das posten?
18. Ich will posten statt ich sollte
19. Mit aktivem Einladungsmanagement Teilnehmende für das Webinar gewinnen
20. Ohne Administrator-Status: Mitarbeiter und Partner laden Kontakte zum Folgen der Unternehmensseite ein.
21. Inaktiv auf LinkedIn: Verwaiste Profile von Mitarbeitenden beleben mit win-win.
22. Keyword-Suchen Beispiele Wandern und Nachhaltigkeit
23. Im Fokus-Rubrik auf der Unternehmensseite nutzen
24. Beiträge nachträglich bearbeiten: Nicht in der 1. Stunde
25. Das alles kannst du tun, um die Unternehmensseite deiner DMO zu unterstützen
26. Für unsere Themen bestens geeignet: Der Dokumenten-Post
27. Als Unternehmensseite anderen Unternehmen folgen
28. Externe Links: Ab in die Kommentare damit
29. Premium für persönliche und Unternehmens-Accounts— Was kann das?
30. Next Level gefällig? Das Corporate Influencer Programm für die Destination

Impulsvorträge

Impulsvortrag

30 Quicktipps für Convention Bureaus und ihre Partner
auch online möglich

Dauer 1 – 1,5 h

Impulsvortrag

30 Quicktipps für DMO's, ihre MitarbeiterInnen und Partner
auch online möglich

Dauer 1 – 1,5 h

LinkedIn-Begleitung - Event-Begleitung Einzel-Trainings



**Tourismustage als
LinkedIn-Event anlegen -
Bringts das?**

10 Tipps in der Slide-Show

Social Content	Expert Content	Conversion Content
<p>Gebalte Fennemann-Power beim Deutschen Tourismustag in Mainz. Obwohl wir beide auf vielen Branchenveranstaltungen sind, treffen meine Cousine Silke Fennemann und ich uns fast nie. Heute ist das anders und unbedingt ein Selfie wert.</p> <p>#dt122 #dtb</p> <p>DTT22</p> 	<p>Die Eröffnungs-#Keynote über aufstrebende Technologien und deren Einsatz in der Industrie von Knowledge Days beispielsweise mit einer scheinbar zeigte uns, welche erstaunlichen Möglichkeiten es bereits gibt. Ihre Insights waren grandios.</p> <p>Meine wichtigsten Erkenntnisse umfassen:</p> <ul style="list-style-type: none">Die wachsende Bedeutung von Storytelling.Die immense Wichtigkeit von Datenmanagement – Qualität und Pflege dürfen nicht mehr nur nebenbei behandelt werden.Die Notwendigkeit, Content nicht nur mit KI zu erstellen, sondern auch für die KI.Wie essenziell eine zielgruppenspezifische Ansprache ist und wie sie unsere Kommunikationsstrategien verändert, zum Beispiel durch den Einsatz von virtuellen Influencern.	<p>Jede Menge Tipps für Brandenburg für alle, denen jetzt auffällt, dass nächste Woche der Dezember anfangt...</p> <p>Weihnachtsfeier</p>  <p>Location für die Weihnachtsfeier gesucht?</p>

LinkedIn-Begleitung

- ✓ Seitenauf-/ausbau
- ✓ Seitenoptimierung
- ✓ Followerakquise
- ✓ Mitarbeiterschulung
- ✓ Content: Ideenfindung
- ✓ Content: Optimierung
- ✓ Authentische Interaktion

Content-Begleitung

Dauer 3 – 6 Monate, 15 h/Monat

Event-Begleitung

- ✓ Event auf LinkedIn anlegen
- ✓ Teilnehmerakquise (LinkedIn)
- ✓ Beitragserstellung
(z.B. Ankündigung - Vor-Ort – Resümee)
- ✓ Koordination von Referentenbeiträgen
- ✓ Kommentar-Ticker
- ✓ Interaktion mit Beiträgen Teilnehmender
- ✓ Koordination der
Präsentationsbereitstellung in Echtzeit

Event-Begleitung

z.B. Tourismustage - Jahrestagungen –
ITB-Beteiligung – Webinare - Famtrips
(Vorübergehender Administratorstatus erforderlich)

Einzel-Coachings

Entwicklung eines souveränen und authentischen LinkedIn-Auftritts

- ✓ Expertenstatus aufbauen
- ✓ Personal Branding
- ✓ Authentische Interaktion
- ✓ Strategische Vernetzung
- ✓ Haltung und Werte

Einzel-Trainings

Individuelle Ziele im Mittelpunkt

Sonstiges

Corporate Destination Programm

Begleitung LinkedIn-Ads Kampagnen

Special: Contenterstellung

Specials: Coworking – Workation - Bleisure

auf

Anfrage

LinkedIn Trainings-Referenzen



Ostsee-Holstein-Tourismus e. V.
Marketingdienstleistungen
Scharbeutz
575 Follower:innen



Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH
Reisebürodienstleistungen
Koblenz
1.998 Follower:innen



BTE Tourismus- und Regionalberatung
Reisebürodienstleistungen
Berlin, Berlin
1.430 Follower:innen



Bremen Tourism & Convention
Reisebürodienstleistungen
Bremen, HB
2.281 Follower:innen



Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e. V.
Reisebürodienstleistungen
Rostock, Mecklenburg-Vorpommern
2.110 Follower:innen



Convention Bureau Lübeck
Veranstaltungsdienste
Lübeck
924 Follower:innen



weimar GmbH Gesellschaft für Marketing, Kongress- und...
Marketingdienstleistungen
Weimar, Thuringia
335 Follower:innen



TMH Tourismus Management Hessen UG
Tourismus und Freizeit
Wiesbaden, Hessen
169 Follower:innen



Potsdam Marketing und Service GmbH
Reisebürodienstleistungen
Potsdam
604 Follower:innen



WTSH GmbH
Behördenbeziehungen • Kiel, Schleswig-Holstein
6.218 Follower:innen
Wir bereiten den Weg für Ihren Erfolg in Schleswig-Holstein Die **WTSH** ist die zentrale Wirtschaftsförderungsgesellschaft in Schleswig-Holstein. Wir sind der...



The Apartment Network DACH
Reisebürodienstleistungen • London
78 Follower:innen
.... The **Apartment Network** ist eine internationale Agentur für die Verm...



MASCH Software Solutions
IT und Services
Köln, Nordrhein-Westfalen
339 Follower:innen



Deutsches Institut für Tourismusforschung
Hochschulen und Universitäten • Heide
976 Follower:innen
Das Deutsche Institut für Tourismusforschung (DI Tourismusforschung) ist aus dem Institut für



TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH
Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikationsdienste • Potsdam,
2.258 Follower:innen
...landespolitischen Zielsetzungen, die durch den **Tourismus** positiv befö

Ausgewählte LinkedIn-Kommentare von Teilnehmenden

Petra Stangenberg, Wirtschaftsförderung und Technologietransfer Schleswig-Holstein

Vielen Dank für das spannende und unterhaltsame LinkedIn-Seminar! Nun wissen wir endlich, was wie funktioniert und vor allem, welche Inhalte für uns am sinnvollsten sind.

Ilka Kunze, Weimar GmbH: Vielen lieben Dank für den wirklich tollen Austausch. Die ersten Tipps habe ich sofort umgesetzt. 👍

Annette Klemm, Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH

Schön, dass du da warst! Ich habe viele neue Tipps und Anregungen für die weitere Kommunikation auf diesem Kanal mitnehmen können. Vielen Dank für den inspirierenden Austausch! 😊

Tom Sievert, Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern

Lieber [🌐 Martin Fennemann](#) und [Digitales Innovationszentrum Rostock GmbH](#) danke für den tollen Termin und die wertvollen Tipps. Mein eigenes Profil hab ich auch direkt verbessert und es war super zu sehen, was es noch alles bei LinkedIn gibt und so geht.

Renate Strümpel, Wirtschaftsförderung Bremen

Danke für diesen Power-Vormittag. Deine touristische Erfahrung ist für uns das Sahnehäubchen der Schulung, denn du verstehst unsere Arbeit.

Katja Lauritzen, Ostsee-Holstein Tourismus: Vielen Dank für die vielen wertvollen Hinweise. Du bist gut auf unsere Fragen eingegangen, auch auf die schon im Vorwege benannten, so dass wir viele Dinge prompt umgesetzt haben.

Christiane Lögering, Thüringer Tourismus GmbH: Lieber Martin, du warst einfach nur großartig

Eike Christian Fock, Convention Bureau Lübeck: Herzlichen Dank fürs Teilen Deines Wissensschatzes, lieber [Martin Fennemann](#). Es waren zwei wirklich spannende Tage, sehr empfehlenswert! 💡 🙌

Dr. Alexander Schuler, BTE: Danke für die tolle Fortbildung. Das hat uns ordentlich nach vorne gebracht. Insbesondere die Verbindung zwischen theoretischem Impuls und Learning by Doing hat uns echt geholfen. Wir berichten, wie wir das Ganze nun umsetzen.

Das bringe ich mit

Martin Fennemann



Fennemann-Freelance

Mobil: +49(1520)3497984

martin@fennemann-freelance.de

www.fennemann-freelance.de

#gerneperDu

- ✓ DMO-Insider: Über 20 Jahre Erfahrung in vier DMOs
- ✓ Netzwerker: Erstklassige Vernetzung im Deutschlandtourismus
- ✓ LinkedIn-Mitglied seit 2011 - 5.600 Follower
- ✓ Zertifikat zum LinkedIn-Learning-Kurs: „B2B Marketing“
- ✓ LinkedIn-Trainings für 9 DMOs und 3 touristischen Unternehmen aus Beratung und Forschung
- ✓ Referent bei LinkedIn-Webinaren in der Magnicademy und Impulsvorträge beim DIZ Rostock und bei der PMSG

Mein Wettbewerbsvorteil

Fundierte Kenntnis der Themen und Akteure im Deutschlandtourismus. Individuell zugeschnittene und passgenaue Trainings für die aktuellen Themen und die Mitarbeitenden in der Destination