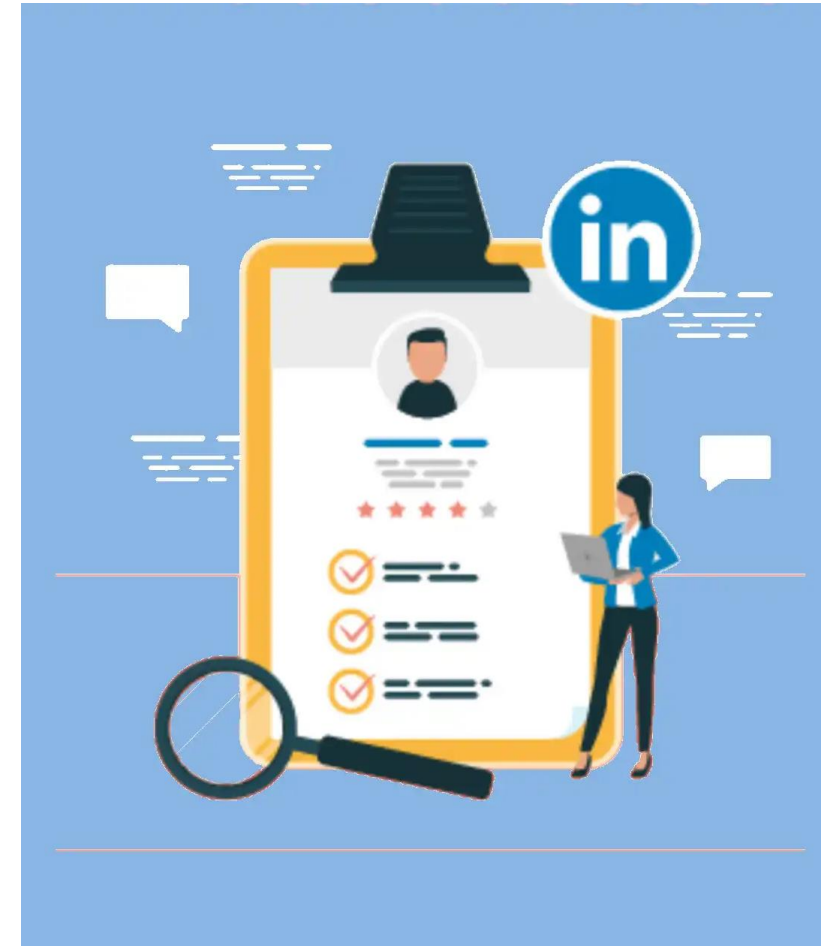


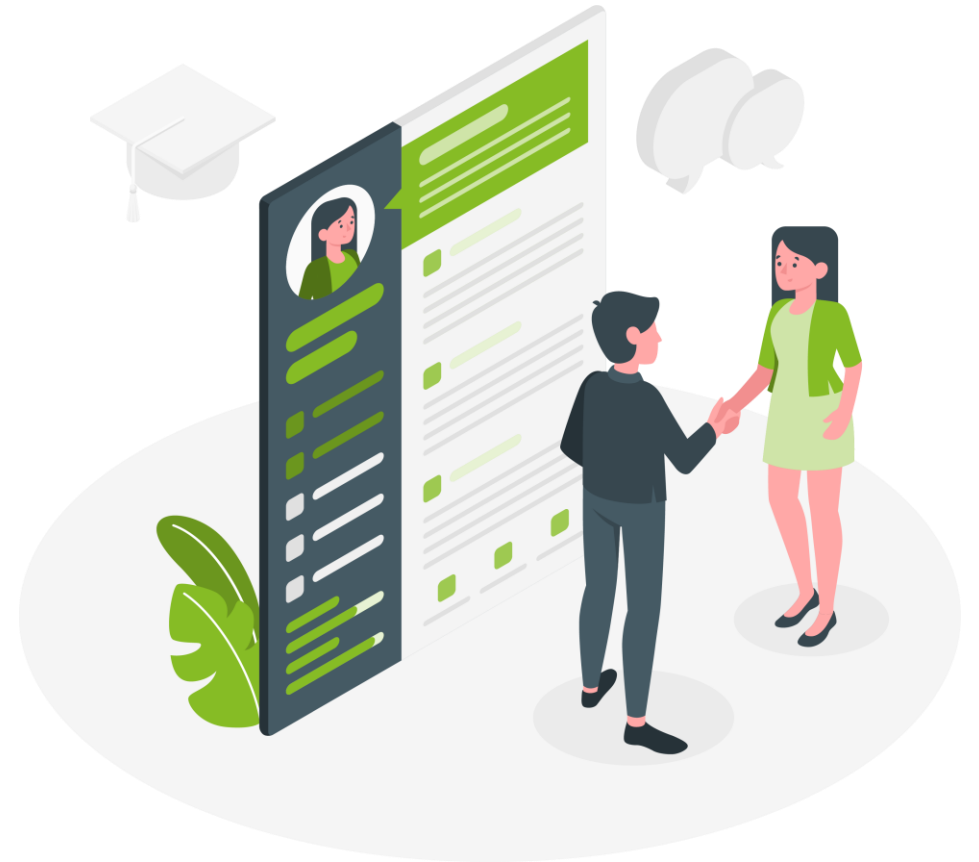
Pimp your LinkedIn & Lebenslauf

So präsentierst du dich optimal für den Einstieg

Teil 1 Lebenslauf · **Teil 2** LinkedIn



Pimp your Lebenslauf



Dein Lebenslauf als Türöffner

1

Extrem kurze Prüfzeit

Recruiter entscheiden in Sekunden über „weiterlesen oder nicht“.

2

Klare Struktur gewinnt

Wer schnell erfasst wird, kommt weiter — unabhängig vom Design.

3

Belege schlagen Floskeln

Konkrete Ergebnisse überzeugen mehr als Eigenschaftswörter.

In Kurzer Zeit überzeugen

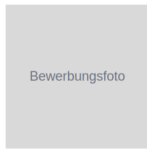
~7–10 Sekunden

Eye-Tracking-Studien bestätigen: die Prüfzeit ist sehr kurz und hochselektiv.

Was die Forschung zusätzlich zeigt:

Recruiter verbringen ihre Zeit gezielt auf den Abschnitten **Berufserfahrung und Ausbildung**, genau dort muss euer Profil überzeugen.

Quelle: TheLadders, „Eye Tracking Study“ (2012/2018); Pina et al. (2023); Rickel et al. (2020)



Max Greenman

Lebenslauf

Geburtsdatum: 03.05.1998 in Musterstadt

Adresse: Musterstraße 12, 12345 Musterstadt

Familienstand: ledig **Staatsangehörigkeit:** deutsch

Telefon: 0151 23456789 **E-Mail:** coolerTyp1998@hotmail.de

AUSBILDUNG

B.A. Betriebswirtschaftslehre

Universität Duisburg-Essen

2016 – 2019

Abitur

Gymnasium Musterstadt

2016

BERUFSERFAHRUNG

Werkstudent Einzelhandel

Modehaus XY, Musterstadt

Zuständig für Kundenberatung und Kassiertätigkeiten.

2021 – 2023

Call-Center Agent

Callcenter ABC, Musterstadt

Bearbeitung eingehender Anrufe im Tagesgeschäft.

2019 – 2021

KENNTNISSE

- MS Office (Word, Excel, PowerPoint)
- Deutsch (Muttersprache), Englisch (Grundkenntnisse)
- Führerschein Klasse B

INTERESSEN

- Fußball, Kochen, Reisen, Netflix

Ort, Datum · Unterschrift

Lebenslauf - Vorher



Unprofessionelle E-Mail



Aufgaben statt Ergebnisse



Vertriebsrelevante Softskills fehlen



Kein roter Faden zu Sales/IT

Lebenslauf - Nachher



- ✓ Klar positioniert auf Vertriebs-Skills
- ✓ Ergebnisse quantifiziert (auch aus Nebenjobs)
- ✓ Ehrenamt/Nebenjobs als Sales-Erfahrung gerahmt
- ✓ Klare Struktur — ein Blick, ein Eindruck
- ✓ Bezug zum Sales Camp explizit hergestellt
- ✓ KI-lesbarkeit im Aufbau und Layout berücksichtigen

Ergebnisse statt Aufgabenbeschreibung

VORHER

„Verantwortlich für Kundenbetreuung.“

NACHHER

„Betreute 80+ Kund:innen, Zufriedenheit um 15 % gesteigert.“

„Mithilfe bei der Neukundengewinnung.“

„6 Neukund:innen pro Monat durch aktive Ansprache gewonnen.“

„Unterstützung des Teams im Tagesgeschäft.“

*„Vertretung der Teamleitung für 3 Kolleg:innen während
Urlaubszeiten.“*

Warum „Teampayer, motiviert“ wirkungslos verpufft

„Teampayer, motiviert, kommunikationsstark, belastbar.“

So oder ähnlich steht es auf sehr vielen Lebensläufen — und wird von Recruitern kaum noch wahrgenommen.

Was die Forschung zeigt:

- 86 % der Unternehmen legen heute mehr Wert auf Soft Skills als noch vor 5–10 Jahren — Soft Skills sind also relevant.
- Aber: Begriffe wie „teamfähig“ gelten als konzeptionell zu unscharf, um ohne Kontext etwas auszusagen.
- Wirksam werden Soft Skills erst durch ein konkretes Beispiel, eine Situation, ein Ergebnis.

Quelle: Succi & Canovi (2020)

Beleg statt Behauptung

VORHER

„Kommunikationsstark und teamfähig.“



NACHHER

„Moderierte wöchentliche Abstimmung zwischen Vertrieb und Technik, um Kund:innenanfragen ohne Reibungsverluste umzusetzen.“

Die IT-Branche braucht euch — nicht nur klassische Lebensläufe

~79.000

unbesetzte IT-Stellen in Deutschland

bis zu 8 Mio.

fehlende ICT-Fachkräfte in Europa bis 2030 (Prognose)

Grigorescu et al. (2026): über 65 % der Vakanzen in manchen Ländern gelten bereits heute als schwer zu besetzen.

Das ist der Grund, warum Programme wie unser Sales Camp bewusst auch ohne klassischen IT-Lebenslauf offenstehen.

Quelle: Bitkom (2026); Grigorescu et al. (2026)

Zum Mitnehmen

5 Fragen an euren eigenen Lebenslauf

- 1 Erkennt man in wenigen Sekunden, worauf ich hinauswill?
- 2 Stehen Berufserfahrung und Ausbildung klar strukturiert oben?
- 3 Stehen Ergebnisse da — oder nur Aufgaben?
- 4 Sind Soft Skills belegt statt nur behauptet?
- 5 Ist meine bisherige Erfahrung als Stärke fürs neue Ziel übersetzt?

Pimp your LinkedIn



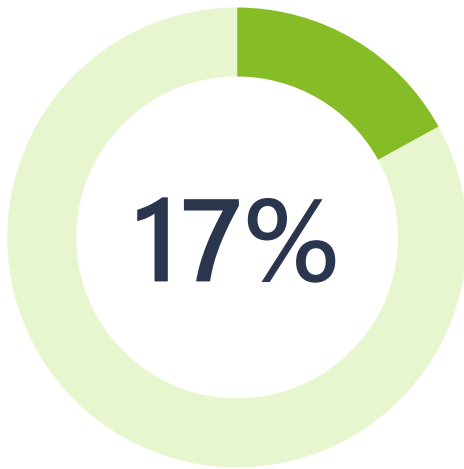
LinkedIn ist kein Social Media Kanal

LinkedIn ist eine personenbezogene Plattform für

- 1 Vertrieb**
Sales Navigator / Leads
- 2 Recruiting**
LinkedIn Recruiter / Candidate Conversion
- 3 Awareness / Sichtbarkeit**
Newsfeed / Impressions



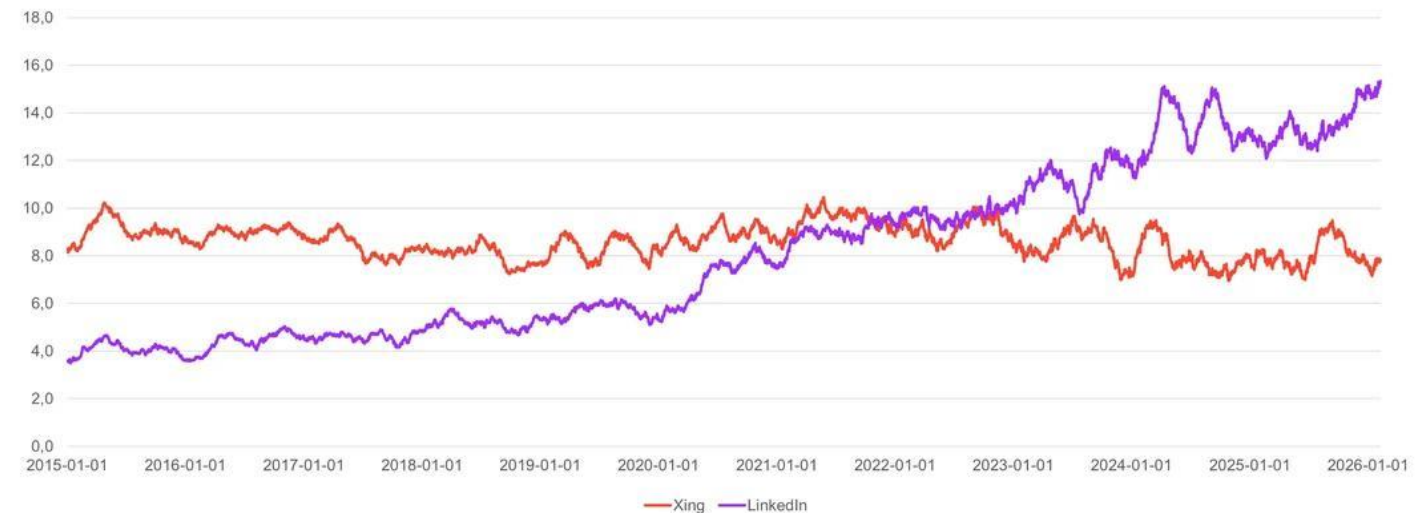
LinkedIn Sichtbarkeit ist relevant



der Deutschen nutzen
Karriere-Netzwerke¹

LinkedIn überholt Xing: Nutzerzahlen von Xing bleiben stabil, aber wachsen bei LinkedIn

Welche dieser Marken haben Sie in den letzten 30 Tagen besucht bzw. genutzt?



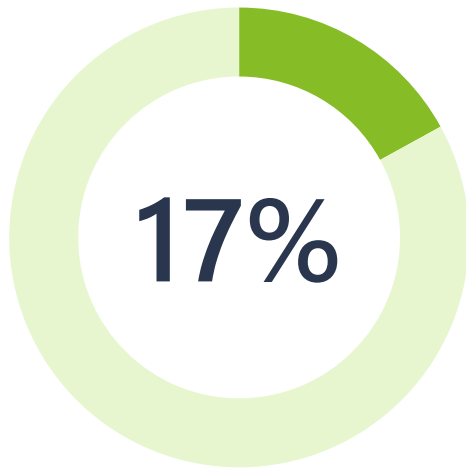
Quelle: YouGov Brandindex, Basis: n= 2679 - 7136 Befragte in Deutschland. KPI Current Customer. Moving Average: 12 Wochen. Befragungszeitraum: 01.01.2015 – 09.02.2026. Die Ergebnisse sind repräsentativ für die Wohnbevölkerung in Deutschland ab 18 Jahren.

¹ YouGov / Macromedia University of Applied Sciences (Feb. 2026): "LinkedIn setzt sich gegen Xing als zentrale Plattform für Berufstätige durch", yougov.com/de-de/artikel/54163

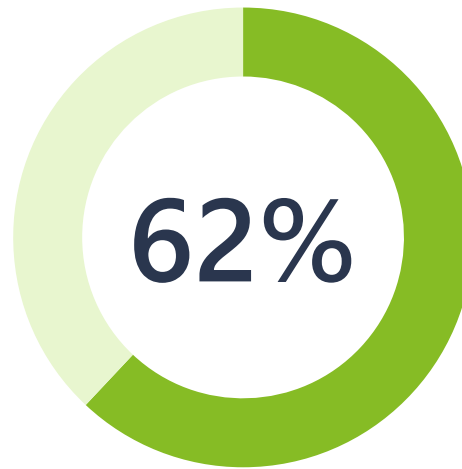
² Bitkom e. V. (2025): "8 von 10 deutschen Unternehmen haben ein Social-Media-Profil", bitkom.org/Presse/Presseinformation/8-von-10-Unternehmen-haben-Social-Media-Profil

³ Employ Recruiter Nation Report 2024 (Zogby Analytics, Befragung in Nordamerika, n > 1.200), employinc.com

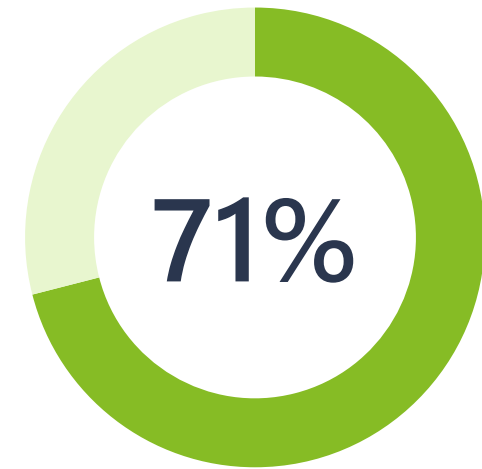
LinkedIn Sichtbarkeit ist relevant



der Deutschen nutzen
Karriere-Netzwerke¹



der Unternehmen in Deutschland nutzen
Social Media für das Recruiting²



der Recruiter:innen nutzen LinkedIn als
wichtigsten Social-Recruiting-Kanal³

¹ YouGov / Macromedia University of Applied Sciences (Feb. 2026): "LinkedIn setzt sich gegen Xing als zentrale Plattform für Berufstätige durch", yougov.com/de-de/artikel/54163

² Bitkom e. V. (2025): "8 von 10 deutschen Unternehmen haben ein Social-Media-Profil", bitkom.org/Presse/Presseinformation/8-von-10-Unternehmen-haben-Social-Media-Profil

³ Employ Recruiter Nation Report 2024 (Zogby Analytics, Befragung in Nordamerika, n > 1.200), employinc.com

Wie Unternehmen LinkedIn im Recruiting einsetzen



Employer Branding



Stellenanzeigen



Active Sourcing
Kompetenzbasierte Suche

LinkedIn zur Jobsuche nutzen

1



Jobs-Bereich filtern
& Alerts setzen

2



Signalisieren Sie, dass Sie offen für Neues sind

Wählen, wer Ihre Jobeinstellungen sehen kann*

- ☒ Nur Recruiter:innen
Ihr aktueller Arbeitgeber sieht diesen Hinweis nicht. Allerdings können wir keine absolute Geheimhaltung garantieren.
- ☐ Alle auf LinkedIn
Fügt den Fotorahmen #OpenToWork hinzu und zeigt Ihren Status für Personen innerhalb und außerhalb Ihres Netzwerks an.
- ☐ Nur für Sie sichtbar
Ihre Einstellungen werden nicht geteilt und dienen nur dazu, Ihre Jobempfehlungen anzupassen.

[Mehr zum Datenschutz erfahren](#)

Zurück

Speichern & weiter

3



Lebenslauf (PDF)
hinterlegen
für „Easy Apply“

4



Networking und
Sichtbarkeit

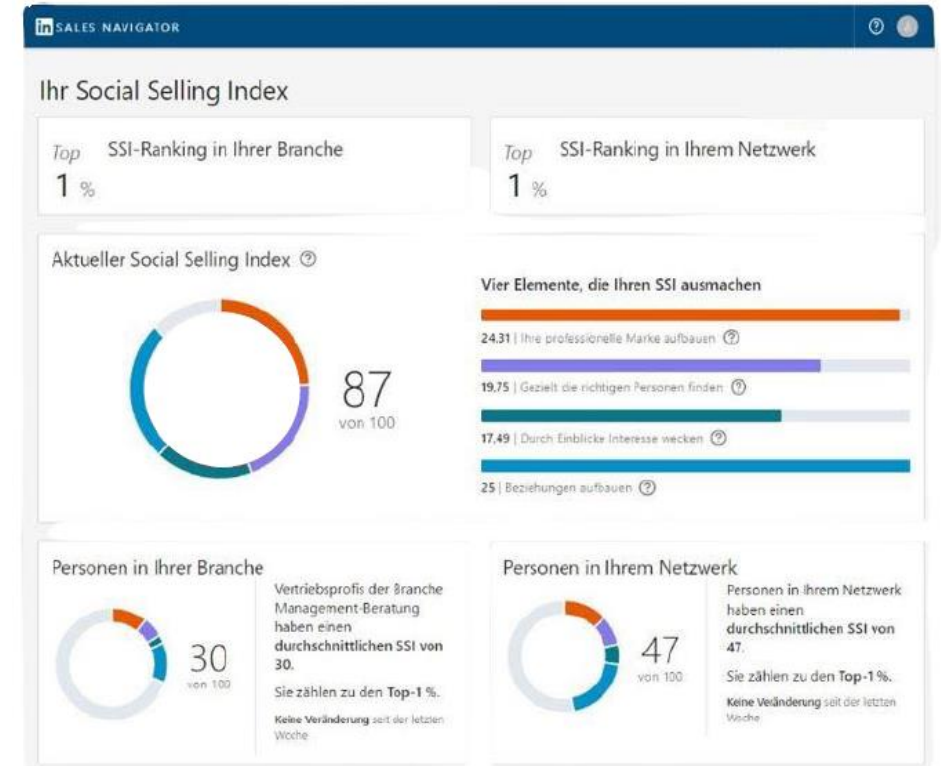
Das LinkedIn Profil

Gefunden werden und Eindruck machen



Bye, Bye Social Selling Index (SSI)

- Orientierungswert für Profilqualität und Aktivität
- Bewertete u. a. Profilvollständigkeit, Netzwerk, Interaktion und Beziehungsaufbau
- Half dabei, Optimierungspotenziale im eigenen Auftritt sichtbar zu machen
- Zugriff künftig an Sales Navigator Lizenz gekoppelt



Bye, Bye Social Selling Index (SSI)

⚠ Ihr Zugriff auf die Seite des Social Selling Index (SSI) wird demnächst eingestellt. SSI ist eine Funktion von Sales Navigator. Holen Sie sich Sales Navigator, um weiterhin auf den SSI zuzugreifen.

Ihr Social Selling Index

Aktueller Social Selling Index 

Ihr Social Selling Index (SSI) zeigt an, wie erfolgreich Sie dabei sind, Ihre professionelle Marke zu etablieren, die richtigen Personen zu finden, gewonnene Einblicke zu nutzen und Beziehungen aufzubauen. Er wird täglich aktualisiert.



Leider sind derzeit keine
Daten für Sie verfügbar.

Versuchen Sie es später erneut.



Finden Sie die richtigen Entscheider:innen und verkürzen Sie Ihren Vertriebszyklus mit LinkedIn Sales Navigator.

[Mehr erfahren](#)

Der Header ist deine Visitenkarte

1

Profilbild

2

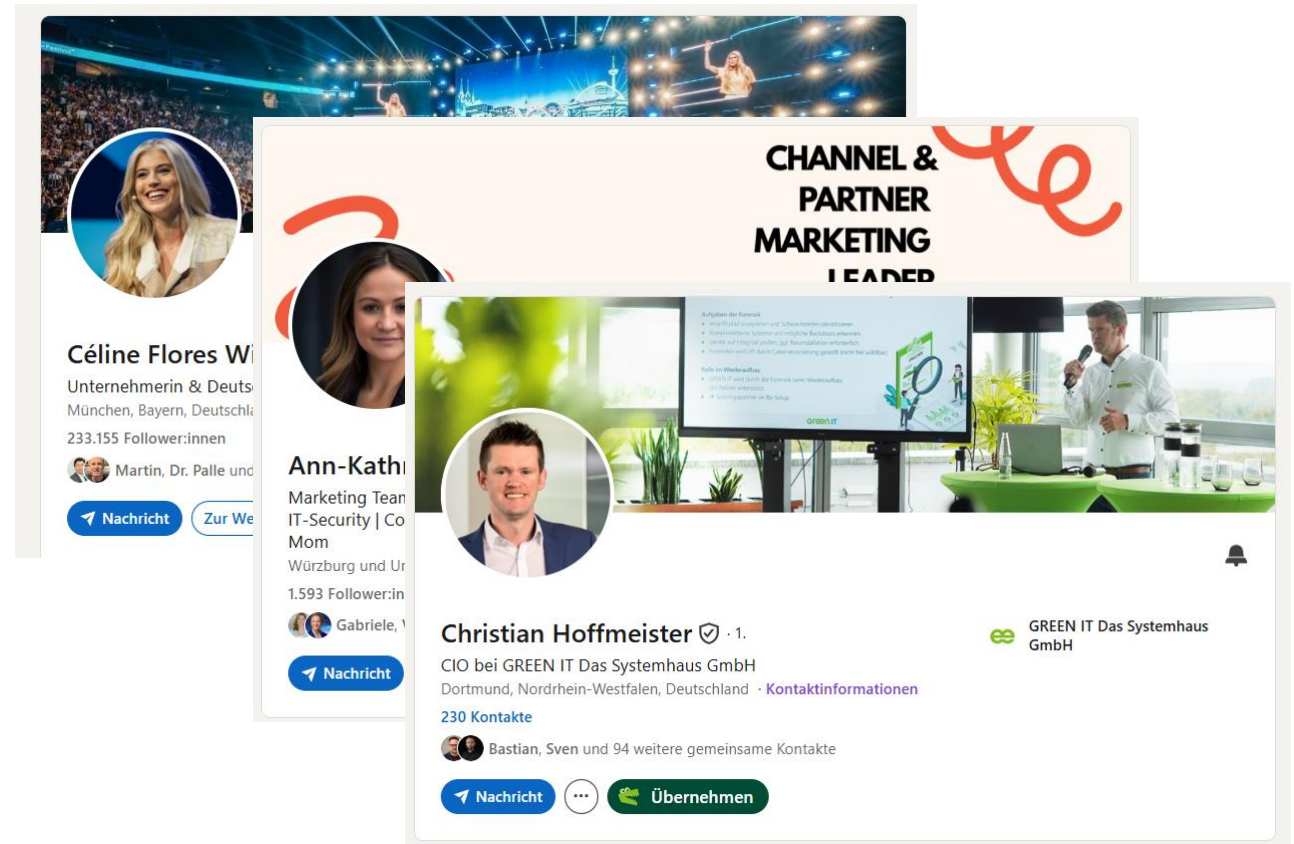
Headergrafik

3

Name + Slogan

4

Kontakt & URL



Der Header ist deine Visitenkarte

1

Profilbild

- Bis zu 21x mehr Profilaufrufe mit Foto
- Aktuell, professionell, authentisch, freundlich
- Viel Gesicht: Augen im oberen Drittel, Schultern leicht zu sehen
- Neutraler Hintergrund, hoher Kontrast zum Foto
- Einheitliches Bild auf allen Plattformen und im Lebenslauf
- Blickrichtung frontal oder nach rechts gerichtet ist optimal
- Urheberrecht beachten, Nutzung mit Fotografen abstimmen



Der Header ist deine Visitenkarte

2

Headergrafik

- Persönliche Note einbringen
- Kernaussage des Profils auf einen Blick vermitteln
- Z.B. gewünschte Rolle, Branche oder fachliche Ausrichtung hervorheben
- Authentische Bilder verwenden
- Das linke Drittel für das Profilbild freihalten
- Darstellung auf Desktop und Smartphone prüfen



Der Header ist deine Visitenkarte

3

Name + Slogan

- Vollständiger Name
- **Wichtigstes Keyword-Feld**
- Anzeige direkt in der Suchmaske
- Standardeinstellung: Aktueller Jobtitel
- Individueller und aussagekräftiger z.B.
„Fachrichtung oder Rolle | [Kernkompetenz 1] &
[Kernkompetenz 2] | offen für [Zielrolle]"

Verkäuferin bei Elektronikmarkt XYZ



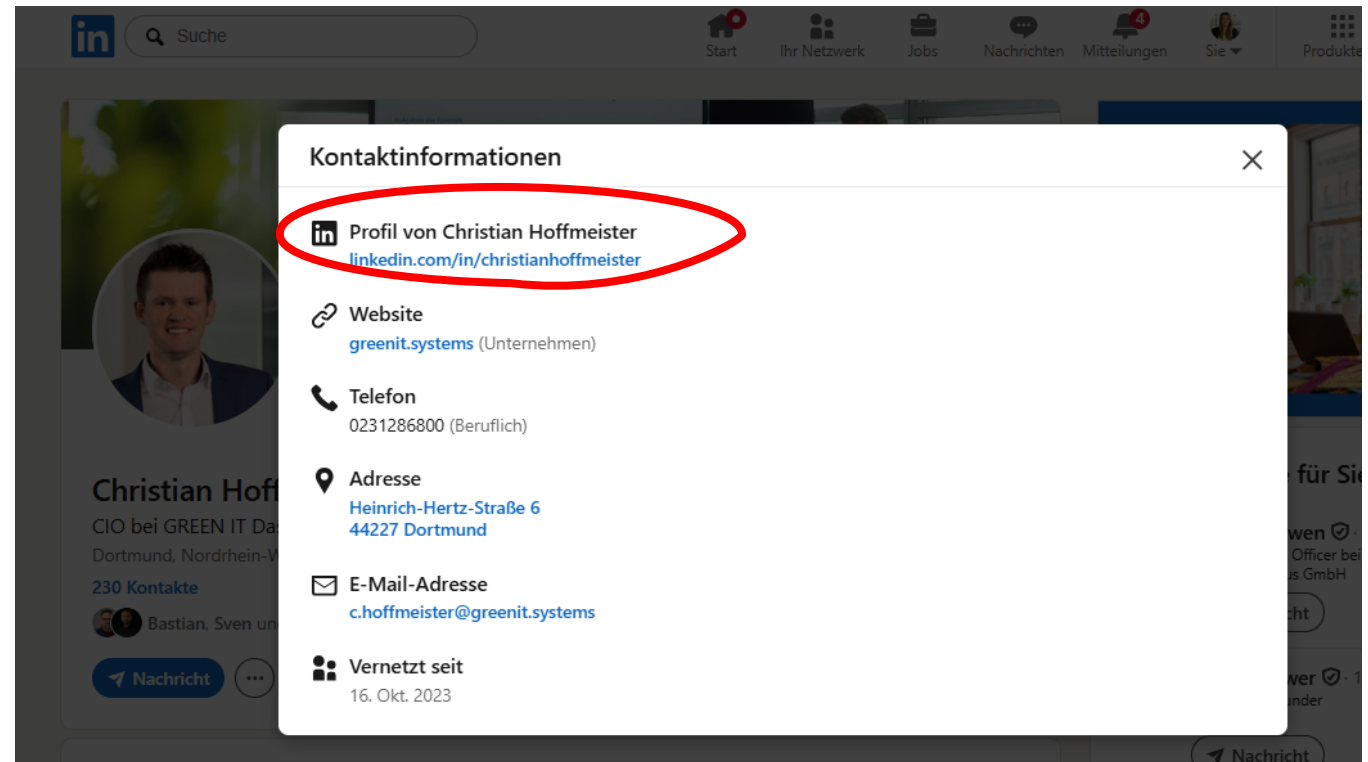
*IT-Sales-Quereinsteiger | Kundenberatung &
Bedarfsanalyse | auf dem Weg in den IT-Vertrieb*



Der Header ist deine Visitenkarte

4 Kontakt & Profil URL

- Möglichst vollständige Kontaktdaten
- Profil URL anpassen



Der Info-Bereich ist deine Kurzvorstellung

- ➔ Aktuelle Tätigkeit & Fokusthemen kurz beschreiben
- ➔ Was kannst du besonders gut? Was unterscheidet dich von anderen?
- ➔ Welche Ziele verfolgst du? Wonach suchst du in Bezug auf deine berufliche Entwicklung?
- ➔ Was ist dein Antrieb, der dich im beruflichen Alltag motiviert?
- ➔ Kernskills im Fließtext unterbringen
- ➔ Authentisch und glaubwürdig bleiben



Nutze Stichworte, unter denen du gefunden werden möchtest.

Info

🔍 Top 5 LinkedIn Social Data Analyst in Europa | 🌱 Erfinder des Brighton Modells | 🌱 Leidenschaft für die Kombination von Tech & Human Behavior Data für nachhaltige Business Lösungen | DMEXCO Kolumnist und Speaker '24

Über mich:

Meine Leidenschaft ist es, menschliches Verhalten zu verstehen und Technologie zu nutzen, um intelligente, nachhaltige Geschäftslösungen zu schaffen. Als Top 10 zertifizierter LinkedIn Social Data Analyst in Deutschland habe ich zahlreichen Unternehmen erfolgreich geholfen, ihren Umsatz zu steigern.

📄 Erfolge: Wir haben weltweit erfolgreiche LinkedIn Corporate Ambassador-Programme implementiert und für viele Unternehmen durch datengesteuertes Marketing und strategische LinkedIn-Nutzung erhebliche Umsatzsteigerungen erzielt.

🗣️ DMEXCO-Kolumnist und Redner '24: Teilt Einblicke und Fachwissen über die neuesten Trends und Innovationen in den Bereichen Marketing, Vertrieb, Technologie und menschliches Verhalten.

💡 Was ich anbiete: Zertifiziertes Social Media Marketing Training in LinkedIn Datenanalyse, Verhaltensanalyse von Zielgruppen, Digital Buyer Persona und das Metaverse.

Als leidenschaftlicher Imker ziehe ich Parallelen zwischen der Analyse des Bienenverhaltens und des menschlichen Verhaltens, um Geschäftslösungen zu entwickeln. Indem ich die Dynamik meines Bienenvolkes beobachte und verstehe, wende ich die gleichen Prinzipien an, um Erkenntnisse zu gewinnen, die strategische Entscheidungen und nachhaltiges Wachstum fördern.

Top-Kenntnisse

LinkedIn Marketing • Soziale Medien • LinkedIn • LinkedIn Training • LinkedIn Sales Navigator →

Der CV zeige deine Berufserfahrung & Ausbildung

- ➔ Positionsbezeichnung
- ➔ Verknüpfung mit der korrekten Company Page
- ➔ Link zur Webseite
- ➔ Stichpunkte zu konkreter Tätigkeitsbeschreibung, Tools und Ergebnisse
- ➔ Praktika, Werkstudierendenjobs oder Projekte während des Studiums
- ➔ Mindestens zwei frühere Positionen erhöht die Sichtbarkeit



Nutze Stichworte, unter denen du gefunden werden möchtest.

Partner / Data Analyst
entrenous GmbH · Vollzeit
Aug. 2025–Heute · 7 Monate
Hamburg, Deutschland · Hybrid

- Entwicklung von digital Sales Strategien
- LinkedIn Daten Analysen ...

LinkedIn Training und Werbung auf LinkedIn + 5 Kenntnisse

Co-Founder / Data Analyst
SALESPLAY
Juli 2025–Heute · 8 Monate
Koblenz und Umgebung · Hybrid

- LinkedIn Analysen
- LinkedIn Workshops

LinkedIn und LinkedIn Marketing + 1 Kenntnis

Co-Founder / Data Analyst
Data2Growth
Sept. 2025–Heute · 6 Monate

Skills: Wichtigster Hebel für kompetenzbasiertes Recruiting

- ➔ Bis zu 50 Kenntnisse/Skills hinterlegbar
- ➔ Die Top 2 Skills werden prominent angezeigt
- ➔ Begriffe aus Stellenanzeigen der angestrebten Zielrolle verwenden
- ➔ Gängige und übliche Skill-Bezeichnungen nutzen
- ➔ Skills von ehemaligen Kolleg:innen, Dozierenden oder Mitstudierenden bestätigen lassen

The screenshot displays a user profile with two skill categories: **Marketing** and **Social Media Marketing**. Each category lists the user's role, verification status, and the number of colleagues who have confirmed the skill. A pop-up window titled **Kenntnisse (26)** provides a detailed view of the **Marketing** skill, showing its verification by two colleagues at Weidmüller Deutschland and five additional confirmations. The **Marketingstrategie** skill is also shown, verified by three colleagues at Weidmüller Deutschland with four more confirmations. Both skill entries in the pop-up include a confirmation icon (two people) and a link to view all details.

Marketing
Partner / Data Analyst bei entrenous GmbH
verifiziert von Frank Panser und 5 weiteren Personen mit Kenntnissen auf diesem Gebiet
Bestätigt von 4 Kolleg:innen bei COMPUTERS & LESSONS GmbH
Alle 4 Details anzeigen →

Social Media Marketing
Partner / Data Analyst bei entrenous GmbH
verifiziert von einer Person mit Kenntnissen auf diesem Gebiet: Andreas Achatz
Bestätigt von 3 Kolleg:innen bei COMPUTERS & LESSONS GmbH
Alle 4 Details anzeigen →

Kenntnisse (26)

Marketing
Bestätigt von 2 Kolleg:innen bei Weidmüller Deutschland
5 Kenntnisbestätigungen

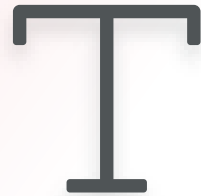
Marketingstrategie
Bestätigt von 3 Kolleg:innen bei Weidmüller Deutschland
4 Kenntnisbestätigungen

Alle anzeigen →

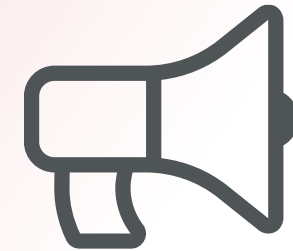
Was Recruiter auf LinkedIn abschreckt



Unvollständiges Profil

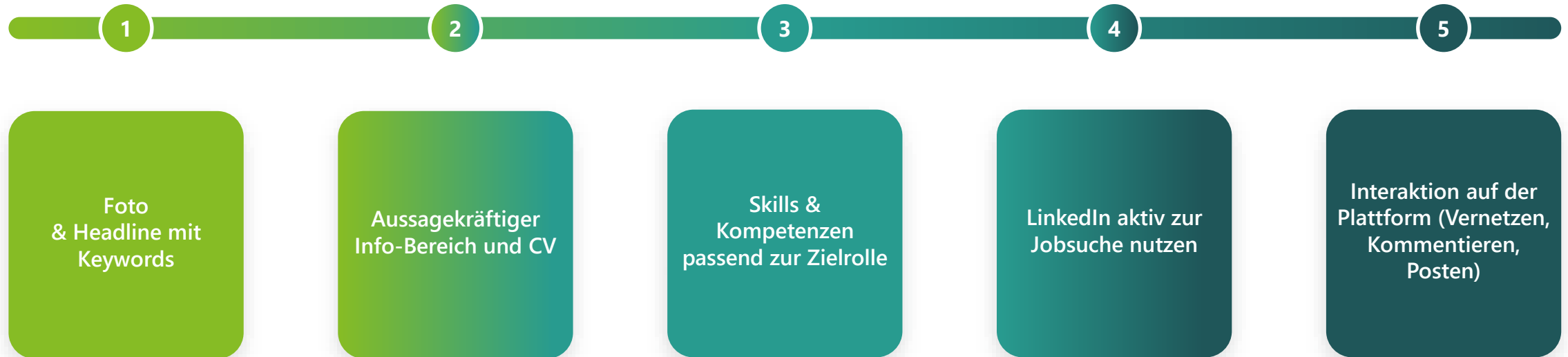


Rechtschreibfehler



Übertreibung
(Overclaiming)

Take aways





Celine Küselich
Teamlead People & Culture



Tosha Hübert
Marketing & Communications Director

