



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. Profilloptimierung (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**



Martin Fennemann



# 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><b>DTT22</b></p> 	<p>Die Eröffnungs-#Keynote über aufstrebende Technologien und deren Einsatz in der Industrie von <b>Knowledge Days</b> beispielsweise mit einer scheinbar <b>Knowledge Days</b> 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"><li>Die wachsende Bedeutung von Storytelling.</li><li>Die immense Wichtigkeit von Datenmanagement – Qualität und Pflege dürfen nicht mehr nur nebenbei behandelt werden.</li><li>Die Notwendigkeit, Content nicht nur mit KI zu erstellen, sondern auch für die KI.</li><li>Wie essenziell eine zielgruppenspezifische Ansprache ist und wie sie unsere Kommunikationsstrategien verändert, zum Beispiel durch den Einsatz von virtuellen Influencern.</li></ul>	<p>Jede Menge Tipps für Brandenburg für alle, denen jetzt auffällt, dass nächste Woche der Dezember anfangt...</p> <p><b>Weihnachtsfeier</b></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




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




**TMH Tourismus Management Hessen UG**  
Tourismus und Freizeit  
Wiesbaden, Hessen  
169 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




**Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH**  
Reisebürodienstleistungen  
Koblenz  
1.998 Follower:innen




**Convention Bureau Lübeck**  
Veranstaltungsdienste  
Lübeck  
924 Follower:innen




**Potsdam Marketing und Service GmbH**  
Reisebürodienstleistungen  
Potsdam  
604 Follower:innen



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



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



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



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



**Magdeburg Marketing Kongress und Tourismus GmbH**  
Werbedienstleistungen  
Magdeburg  
507 Follower:innen

# Das bringe ich mit

Martin Fennemann



## **Fennemann-Freelance**

Mobil: +49(1520)3497984

[martin@fennemann-freelance.de](mailto:martin@fennemann-freelance.de)

[www.fennemann-freelance.de](http://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 Maqnicademy und Impulsvorträge beim DIZ Rostock und bei der PMSG

## **Mein USP für Euch**

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