

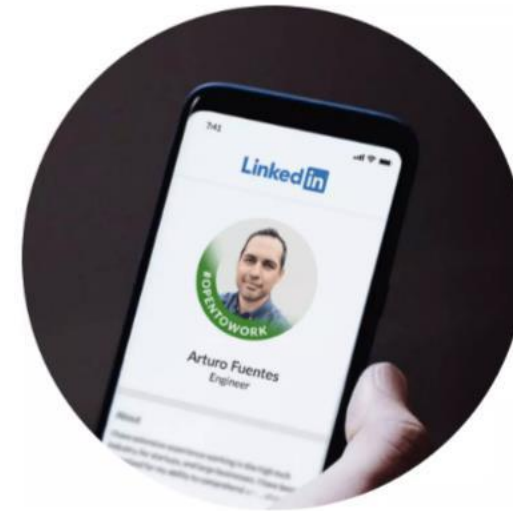
**Best Practice:**  
**LinkedIn Anja Schäfer**  
**#Fotos**

**5. NOVEMBER 2021**



# 1. Fotos auf LinkedIn - benötige ich sie wirklich?

- Benötige ich Fotos für jedes Postings?
- Wie viel Aufwand stecke ich in ein Fotos pro Posting?
- Sollten es professionelle Fotos sein oder Schnappschüsse?
- Soll ich auf dem Foto zu sehen sein?



# Benötige ich Fotos für jedes Posting?

Ein klares **JA**.

Grundsätzlich sollte **jedes Posting** mit einem Foto, einer Verlinkung, einem Sharing, einem Carousel-Beitrag oder Video verbunden sein. Die Möglichkeiten sind vielfältig.

Klar ist jedoch, dass das menschliche Auge auf visuellen Kontent reagiert, und es sich besser im Gehirn abspeichern kann im Vergleich zu einem "einfachen" Text Posting.

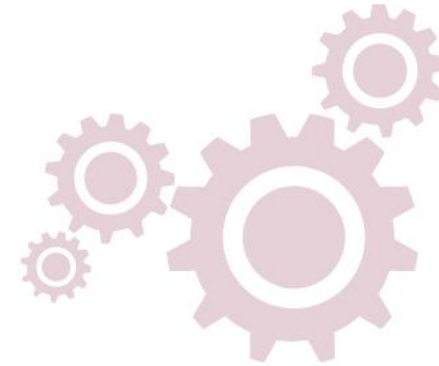
Auch Twitter, gestartet mit reinen 140-Zeichen-Tweets, bindet mittlerweile Fotos, Videos und Verlinkungen ein.

## Wie viel Aufwand stecke ich in ein Foto pro Posting?

Der Aufwand kann von 2 Minuten bis hin zu einer Stunde sich erstrecken.

Das Foto kann ein Schnappschuss aus dem alltäglichen Smartphone Speicher sein (2 Minuten) oder eine grafisch aufwändige Darstellung (eine Stunde).

Hier gilt zu erkunden wie hoch der eigene Anspruch ist.



# Sollten es professionelle Fotos sein oder Schnappschüsse?

Es kommt auf den **(authentischen) Mehrwert** des Fotos und seinen Posting-Content an. Gleichzeitig spielt der Mix an didaktischen und visuellen Inhalten eine große Rolle.

Die Menschen möchten Abwechslung sehen. Hier greift das Pareto-Prinzip (80-20-Regel):

**80 % professioneller Content mit Wiedererkennungswert**

**20 % authentische Fotos aus dem lebensnahen Alltag**

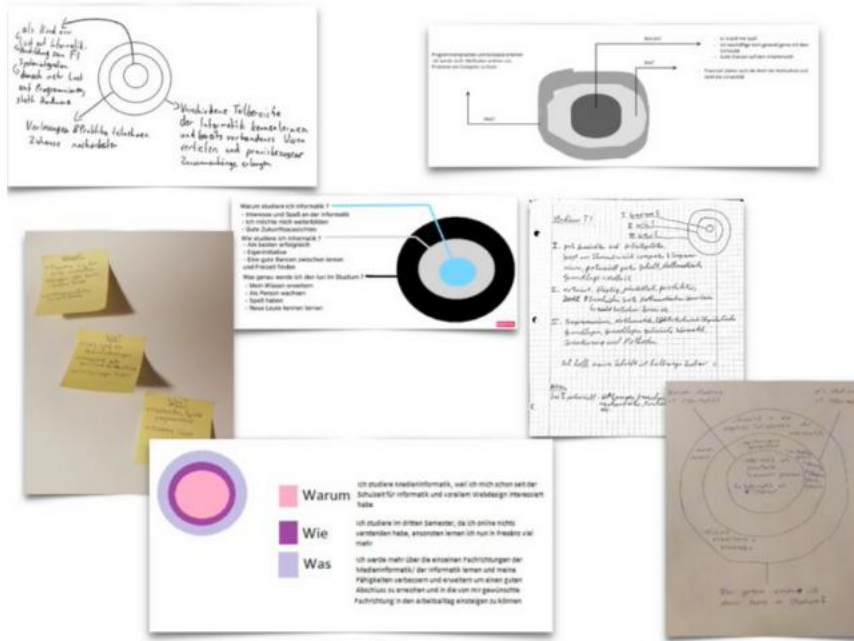
# Soll ich auf dem Foto zu sehen sein?

Auch diese Frage ist nicht 100 % zu beantworten.

Grundsätzlich gilt: **Menschen folgen Menschen**

Ein großer erkennbares Gesicht zeigt Emotionen und spricht den Leser direkt an. Aber auch stark visuelle Grafiken und bunte Farben sind ein Garant für ein gutes Foto.

# Worth-Practice-Beispiele



Was empfindest du bei diesem Foto?

- Nicht leserlich
- Ohne Struktur
- Kein Wiedererkennungswert
- Zu hell bzw. sticht nicht ins Auge

**Fazit:**

Ich überscrolle diesen Post, weil das Foto mich nicht innerhalb von 2 Sekunden emotional abholt und neugierig macht.

# Best-Practice-Beispiele



dr.anjaschäfer

**SYLWIA JENNER**  
Diplom-Betriebswirtin

"Warum du als Berufseinsteigerin einen persönlichen Marketingplan haben solltest!"

**FRAUENnetzwerkenTAG**  
FÜR JURISTINNEN  
AM 29. & 30. OKTOBER 2021  
PLATZ SICHERN UNTER: [WWW.ANJA-SCHAEFER.EU/FNT](http://WWW.ANJA-SCHAEFER.EU/FNT)

Was empfindest du bei diesem Foto?

- Leserlich
- Leichte Struktur
- Wiedererkennungswert
- Farblich auffällig
- Emotionen im menschlichen Gesicht

**Fazit:**

Ich bleibe bei diesem Foto stehen und lese mir die ersten Zeilen des Posts durch. Danach entscheidet der Content.



## Best-Practice Anja Schäfer

Neben einem Redaktionsplan gibt es für jedes Postion eine Grafik in Form eines Fotos oder einem Carousel-Beitrag.

Der geplante LinkedIn Content ist "Business Content". Hier für wurden regelmäßig professionelle Fotos vom Fotografen als auch private Fotos mit dem Smartphone gemacht. Gleichzeitig erwartet die **Zielgruppe** (Anwältinnen und Akademikerinnen) einen professionellen Auftritt.

Für regelmäßigen Content - bspw. dem Kommunikationstango - werden **Foto-Templates** verwende und mit wenig Aufwand über ein kostenfreies Grafik-Tool neu angepasst.

# Best-Practice Anja Schäfer - Template Kommunikationstango



## Fazit:

Arbeit mit Branding **Farben und Formen**, authentischen Bildern (**Gesichtern**), strukturiert und **nicht überladen**.

**Vielen Dank  
für deine Aufmerksamkeit**

**FRAGEN & ANTWORTEN**