

30.10.2015 - 08:52 Uhr

Business-Netzwerk LinkedIn erreicht sieben Millionen Mitglieder in Deutschland, Österreich und der Schweiz

München (ots) -

- Querverweis: Bildmaterial ist abrufbar unter
<http://www.presseportal.de/pm/64022/3161034> -

Seit August 2015 zählt das Business-Netzwerk LinkedIn in Deutschland, Österreich und der Schweiz über sieben Millionen Mitglieder. LinkedIn konnte damit in diesen Ländern innerhalb von sieben Monaten seine Mitgliederzahl erneut um eine Million steigern. Erst im Januar 2015 hatte LinkedIn im DACH-Raum sechs Millionen Mitglieder vermeldet, fünf Millionen Mitglieder zählte das Business-Netzwerk im Mai 2014. Weltweit vernetzen sich bereits über 400 Millionen Menschen über die Plattform und erschließen sich Karriere- sowie Geschäftschancen. DACH-Unternehmen wie die Deutsche Bahn AG, Osram und Red Bull sowie insgesamt 29 der DAX-30-Unternehmen setzen Rekrutierungs- oder Marketinglösungen von LinkedIn ein. Das regionale Hauptquartier in München hat inzwischen mehr als 30 Mitarbeiter - gewachsen von vier Mitarbeitern im Jahr 2011.

"Netzwerke leben von den Menschen, die sich dort versammeln", so Alexandra Kolleth, Mitglied des Führungsteams bei LinkedIn Deutschland, Österreich, Schweiz. "Wir sind unglaublich stolz, dass sich seit Januar wieder eine Million Fach- und Führungskräfte für unsere Plattform entschieden haben. So viele faszinierende Biographien und so viele wertvolle Inhalte, die inzwischen auf LinkedIn geteilt werden, ziehen weitere Nutzer an - LinkedIn wird als Marktplatz immer interessanter. Wir bedanken uns bei unseren Mitgliedern und wünschen ihnen alles Gute für ihre beruflichen Ziele."

Von der Kontakt- zur Wissensplattform

Im September 2015 hat LinkedIn seinen Nachrichtendienst "LinkedIn Pulse" sowie sein Blogwerkzeug auch für deutschsprachige Nutzer eingeführt. Das Blogwerkzeug erlaubt es jedem LinkedIn-Mitglied, ausführliche Artikel zu erstellen und sich mit seinem Wissen in professionellem Umfeld zu positionieren. Zudem startete LinkedIn sein "Influencer"-Programm, sodass Mitglieder neben Updates von Richard Branson und Hillary Clinton auch solche von Christian Rätsch, CEO der Werbeagentur Saatchi&Saatchi und Dr. Dominique Turpin, Präsident der Wirtschaftshochschule IMD, abonnieren können. "LinkedIn befindet sich inmitten einer spannenden Evolutionsphase - vom Kontaktnetzwerk in der Anfangszeit sind wir zu einer Plattform geworden, auf der Mitglieder Wissen finden und weitergeben können. Wir wollen unseren Nutzern echte Mehrwerte bieten.", erklärt Alexandra Kolleth.

Dreh- und Angelpunkt für Personalmanager

HR-Profis stellt LinkedIn die "LinkedIn Talent Solutions" (LTS) zur Personalakquise zur Verfügung. Diese haben im Oktober 2015 ein Update erfahren: Durch "Referrals" können Mitarbeiter nun auch Mitglieder ihres Netzwerks für offene Stellen in ihrem Unternehmen empfehlen. Mitarbeiter können außerdem offene Stellen über ihr gesamtes Netzwerk auf LinkedIn, Twitter, Facebook und Google+ kommunizieren.

Der Wert der HR-Lösungen steigt mit der Anzahl der Mitglieder auf LinkedIn. Wert schaffen außerdem die vielfältigen Datenanalysemöglichkeiten, die HR-Manager verstärkt nutzen. Erst im Mai 2015 hatte LinkedIn zusammen mit Bitkom Research eine Studie zum Thema "Big Data in der HR" vorgestellt. Darin sprachen Personalverantwortliche Big Data-Analysen ein hohes Potenzial beispielsweise hinsichtlich einer verbesserten Personaleinsatzplanung oder -gewinnung im In- und Ausland zu. Gerade am deutschen Markt können sich bessere Daten und Analysen auszahlen: 72 Prozent der deutsche Fach- und Führungskräfte sind laut einer LinkedIn-Umfrage zufrieden in ihrem Job, suchen nicht aktiv nach neuen Möglichkeiten. Personaler müssen angesichts des Fachkräftemangels potenzielle Kandidaten also selbst identifizieren und ansprechen.

Attraktive Marketing-Plattform

"Sieben Millionen Fach- und Führungskräfte sind eine interessante Zielgruppe für B2B- und B2C-Marketingfachleute", so Alexandra Kolleth. "Diese setzen auf unsere LinkedIn Marketing Solutions, um ihre Content Marketing- und Lead Generation-Strategien bestmöglich zu unterstützen." Im April 2015 hatte LinkedIn

sein Marketing-Produktportfolio erweitert und unter anderem den LinkedIn Lead Accelerator vorgestellt, der Vertriebsteams bei der Generierung von qualifizierten Leads während langer und komplexer Kaufprozesse unterstützt. Verbesserte Möglichkeiten für Content Marketing wurden hinzugefügt. In dieser Disziplin erwiesen sich SAP, Siemens und die Allianz als äußerst erfolgreich: LinkedIn ermittelte diese Unternehmen im Juni 2015 anhand eines "Content Marketing Score" als die erfolgreichsten LinkedIn Content-Strategen im deutschsprachigen Raum.

Im Anhang finden Sie eine Infografik zum Wachstum von LinkedIn und der Nutzung in Deutschland, Österreich und der Schweiz in niedriger Auflösung. Die hochauflösende Version ist hier verfügbar: <http://ots.de/gYH0M>

Über LinkedIn

LinkedIn vernetzt weltweit Fach- und Führungskräfte und hilft ihnen dabei, produktiver und erfolgreicher zu sein. Zudem verbessert das Online-Businessnetzwerk nachhaltig die Rahmenbedingungen für Personalsuche, Marketing und Vertrieb. LinkedIns Vision ist der Economic Graph, ein globales Netzwerk von qualifizierten Fachkräften, das jedem Mitglied neue Karrierechancen eröffnen kann. LinkedIn hat insgesamt mehr als 400 Millionen Mitglieder. In der Region Deutschland, Österreich und Schweiz erreichte LinkedIn im August 2015 sieben Millionen Mitglieder.

Kontakt:

LinkedIn Deutschland, Österreich, Schweiz
Gudrun Herrmann
E-Mail: gherrmann@linkedin.com
Twitter: @LinkedInDACH / Facebook: LinkedIn DACH
LinkedIn: <http://de.linkedin.com/in/gudrunherrmann>

Hotwire PR
Florian Hohenauer
Tel.: +49 (0)89 21 09 32-74
E-Mail: florian.hohenauer@hotwirepr.com
LinkedIn: <https://de.linkedin.com/in/fhoenauer>

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100011749/100779831> abgerufen werden.