

LinkedIn Learning

# Marketing und Kommunikationsratgeber für Personalentwickler:innen



# Tools und Strategien zur Steigerung der Lernmotivation

Um möglichst viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zur Nutzung Ihres Weiterbildungsangebots zu motivieren, brauchen Sie eine gute Marketing- und Kommunikationsstrategie – und zwar unabhängig davon, ob Sie LinkedIn Learning neu einführen oder die Plattform bereits nutzen. Drei Dinge sind hierfür entscheidend: ein detaillierter Plan, die Unterstützung wichtiger Stakeholder sowie überzeugende Marketingmaterialien, mit denen Sie Awareness und Engagement schaffen.

In diesem Ratgeber zeigen wir Ihnen, wie Sie für jede Nutzungsphase die richtige Kommunikationsstrategie entwickeln. Zudem erhalten Sie hilfreiche Beispiele und Vorlagen, die Sie bei der Planung und Durchführung Ihrer Kampagnen sowie beim Umgang mit wichtigen Kontakten unterstützen. Wir wünschen Ihnen viel Erfolg bei der Einführung und Nutzung von LinkedIn Learning!



## INHALT

### Vor der Einführung:

#### Unterstützung gewinnen und Interesse wecken ..... 4

1. Unterstützung des Management und Projektpartner:innen gewinnen
2. Einen Kommunikationsplan für die Einführung entwickeln
3. Mit einer Teaser-Kampagne Awareness schaffen
4. Sub-Adminrechte erteilen

### Einführung:

#### Lust auf Weiterbildung machen ..... 9

1. Mitarbeiter:innen per E-Mail einladen
2. Über interne Kanäle und Meetings Awareness schaffen
3. Inhalte auswählen und zuweisen

### Nach der Einführung:

#### Eine Lernkultur im Unternehmen aufbauen und verankern ..... 13

1. Weiterbildung zu einem festen Bestandteil der Leistungsbeurteilung machen
2. Die Lernmotivation durch Kursempfehlungen aufrechterhalten
3. Promotion-Aktionen machen Lust auf Lernen
  - 3.1 Lernen für einen guten Zweck
  - 3.2 Saisonale Schwerpunktthemen
  - 3.3 Gamification in der Weiterbildung
  - 3.4 „Lunch & Learn“-Events
  - 3.5 Nutzer:in des Monats
4. Den Kampagnenerfolg messen

#### Vorlagen und Ressourcen im Überblick ..... 20



## Vor der Einführung:

# Unterstützung gewinnen und Interesse wecken

Für die erfolgreiche Einführung von LinkedIn Learning ist Vorbereitung das A und O. Wir zeigen Ihnen, wie Sie die Weichen richtig stellen.

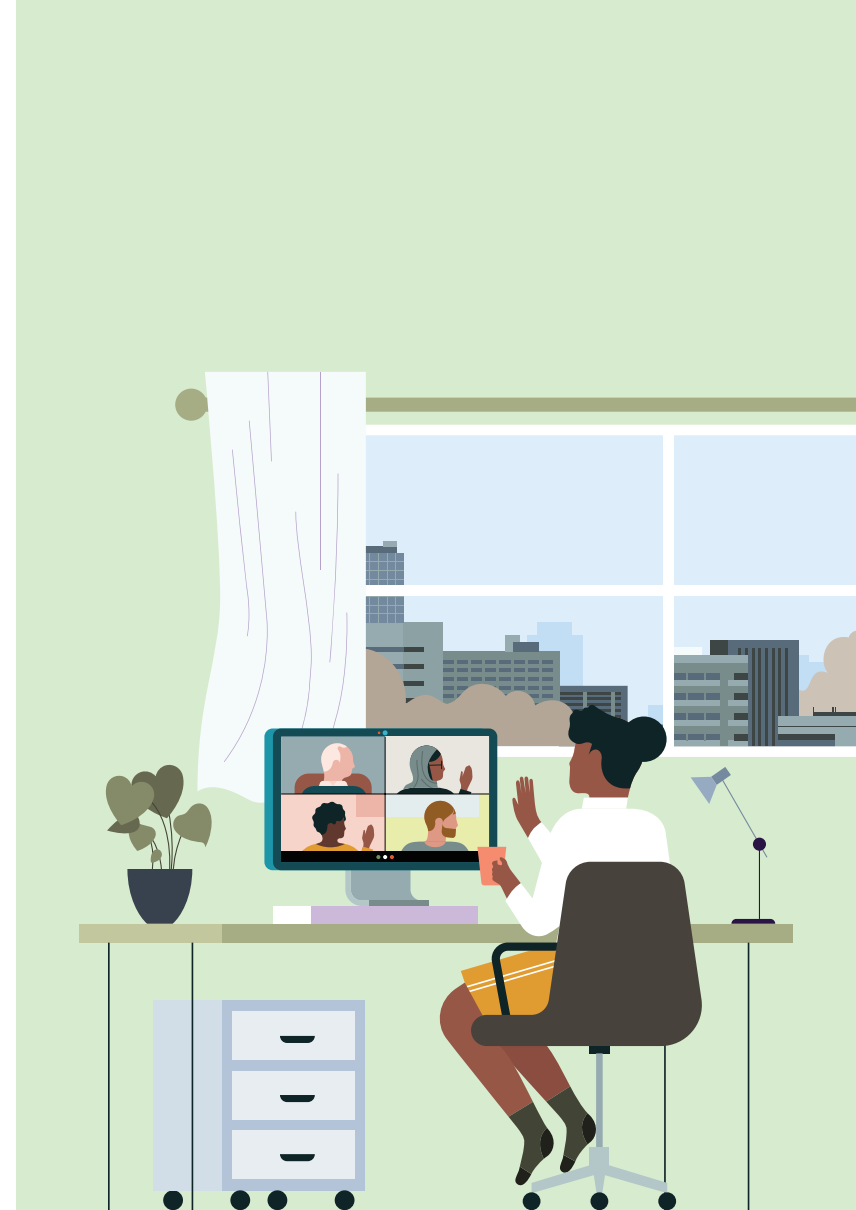


# 1. Unterstützung des Management und Projektpartner:innen gewinnen

Mit einflussreichen Fürsprecher:innen aus dem Top-Management an Ihrer Seite erhöhen Sie die Wahrscheinlichkeit, Ihre Projektziele zu erreichen oder gar zu übertreffen, um fast 300 %.<sup>1</sup> Und die richtigen Partner:innen – zum Beispiel das interne Kommunikationsteam – helfen Ihnen, Awareness und Engagement bei den Beschäftigten zu steigern. Vor der Einführung von LinkedIn Learning gilt es also, die richtigen Personen mit ins Boot zu holen.

- [Diese Vorlage](#) unterstützt Sie dabei, potenzielle Fürsprecher:innen und Partner:innen sowie deren Verantwortlichkeiten zu identifizieren– sowohl vor der Einführung als auch im weiteren Verlauf.

<sup>1</sup> Quelle: <https://www.prosci.com/resources/articles/change-management-best-practices>



## 2. Einen Kommunikationsplan für die Einführung entwickeln

Bitten Sie Ihr zentrales oder lokales Kommunikationsteam, Sie bei der Entwicklung und Umsetzung Ihres Kommunikationsplans für die Einführung von LinkedIn Learning zu unterstützen. Ihre Kolleginnen und Kollegen kennen Ihre Zielgruppe und können Ihnen helfen, die wirksamsten Kommunikationskanäle zu identifizieren und Ihre Ansprache so zu gestalten, dass sie möglichst viele Beschäftigte überzeugt.

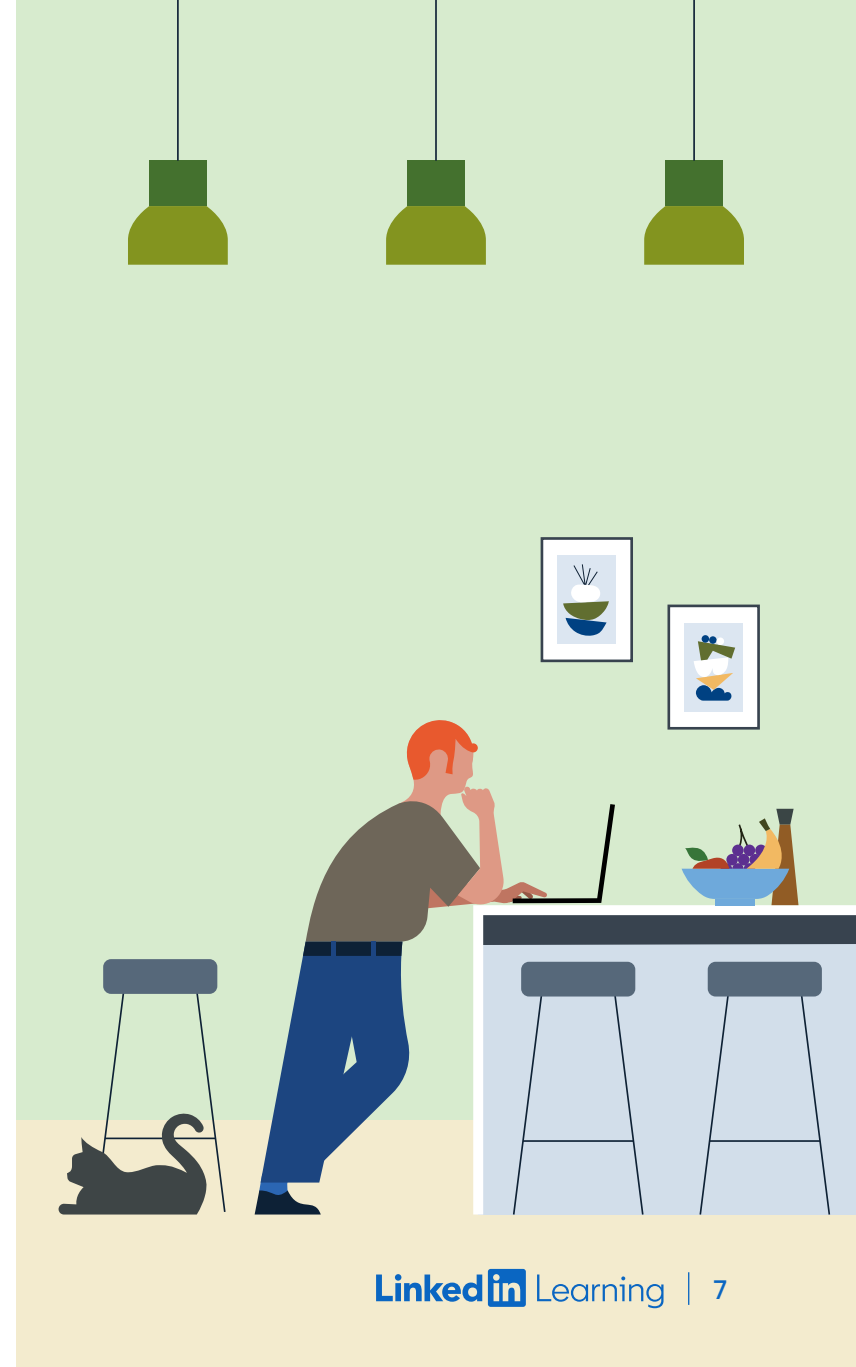
- Mit dieser individuell anpassbaren Planungsvorlage können Sie Ihren Kommunikationsplan skizzieren.



### 3. Mit einer Teaser-Kampagne Awareness schaffen

Mit einer Teaser-Kampagne wecken Sie die Neugierde der Beschäftigten. Nutzen Sie dafür die Kanäle, die Sie in Ihrem Kommunikationsplan identifiziert haben. Wissen Ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zum Beispiel, dass sie demnächst Zugriff auf über 16.000 von Expertinnen und Experten geleitete Kurse haben? Sicher möchten sie mehr darüber erfahren.

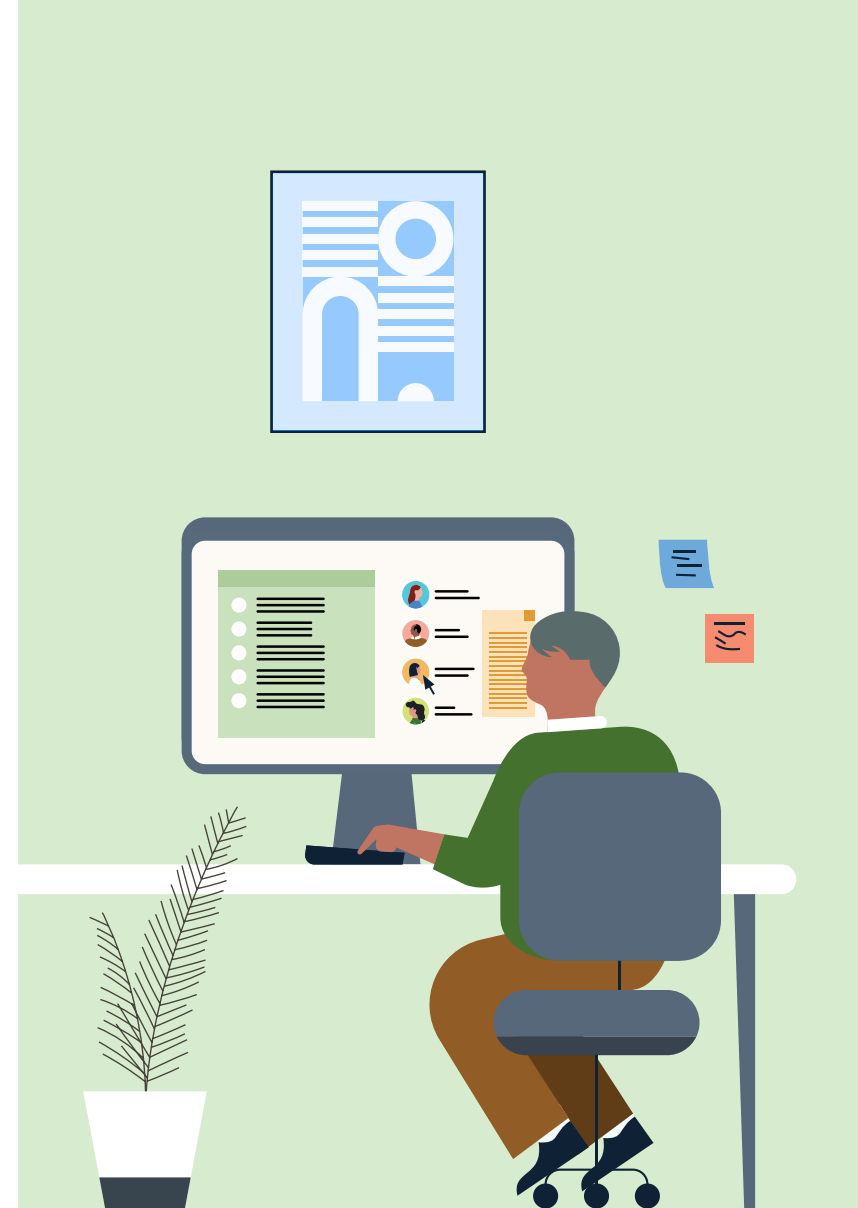
- Mit diesen veränderbaren Promotion-Assets und Kampagnenkalendern können Sie eine Teaser-Kampagne für die ausgewählten Kanäle entwickeln.



## 4. Sub-Adminrechte erteilen

Um das Interesse der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu steigern, können Sie ausgewählten Personen Sub-Adminrechte erteilen, etwa Weiterbildungspartner:innen und Lernchampions, Teamleiter:innen und anderen Vorgesetzten. Diese können dann auf LinkedIn Learning Inhalte verwalten, auswählen und empfehlen, Gruppen erstellen, Lizenzen zuweisen und Berichte ansehen.

- [Hier erfahren Sie](#), welche Sub-Adminrechte es gibt und wie Sie diese zuweisen.
- Mit dieser [veränderbaren E-Mail-Vorlage](#) erinnern Sie die Sub-Admins an die ihnen zugewiesenen Rechte und laden Sie ein, diese zu nutzen.





# Einführung: Lust auf Weiterbildung machen

Wie Sie die Mitarbeiter:innen gezielt ansprechen und frühzeitig zur Nutzung des Angebots motivieren



Unternehmen, die  
E-Mail-Einladungen  
verschicken, erreichen

**50 %**  
mehr

Nutzer:innenaktivität



## EINFÜHRUNG

# 1. Mitarbeiter:innen per E-Mail einladen

E-Mail-Einladungen sind die effektivste Möglichkeit, die Beschäftigten zur erstmaligen Nutzung von LinkedIn Learning aufzufordern.

Unternehmen, die E-Mail-Einladungen verschicken, erreichen eine um 50 % höhere Nutzer:innenaktivität. Selbst wenn Ihre Belegschaft über eine separate Plattform auf LinkedIn Learning zugreift, empfiehlt es sich, sie per E-Mail einzuladen.

- [Mit dieser Anleitung](#) können Sie eine Liste von Mitarbeiter:innen als CSV-Datei hochladen. Diese erhalten dann eine E-Mail-Einladung und werden auf LinkedIn benachrichtigt. Sie haben noch nicht alle Nutzer:innen aktiviert? Mit einem Klick können Sie die Einladung erneut an ausgewählte Personen verschicken.
- Mit [E-Mail-Vorlage 1](#) oder [E-Mail-Vorlage 2](#) können Ihr Personalentwicklungsteam oder Fürsprecher:innen aus dem Top-Management die gesamte Belegschaft per E-Mail einladen. Wenn Sie mit einer Single-Sign-On-Plattform arbeiten, fügen Sie der E-Mail den Einladungslink oder den Link zur SSO-Plattform bei.
- [Teilen Sie den Einladungslink](#) auch in internen E-Mails wie dem Personalentwicklungsnewsletter (bei einer SSO-Plattform) und in den Team-E-Mails der Teamleiter:innen.

## 2. Über interne Kanäle und Meetings

Am besten erreichen Sie die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter über die internen Kanäle, die sie in ihrer täglichen Arbeit nutzen. So können Sie sie auf LinkedIn Learning aufmerksam machen und zur Nutzung anregen.

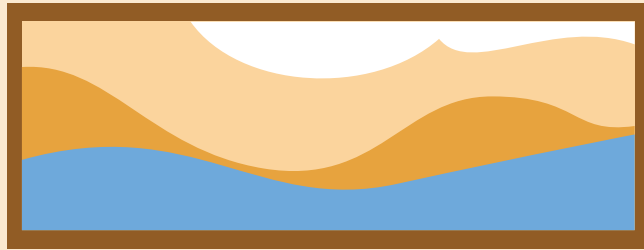
- Bitten Sie eine:n Fürsprecher:in aus dem Top-Management, die Einführung von LinkedIn Learning auf der nächsten Unternehmensversammlung oder bei einem anderen größeren Meeting anzukündigen.
- Nutzen Sie unsere veränderbaren Promotion-Assets und veröffentlichen Sie diese in internen Kommunikationstools wie Microsoft Teams oder Slack oder im Intranet, zum Beispiel auf der Startseite der Personalentwicklung.
- Mit dieser Vorlage können Lernchampions ihre Lernziele und Lieblingskurse per E-Mail, in den sozialen Medien oder in Teambesprechungen teilen und so ihre Kolleg:innen zum Mitmachen motivieren.



### 3. Inhalte auswählen und zuweisen

Identifizieren Sie anhand der Prioritäten und des Bedarfs Ihres Unternehmens die Inhalte, die derzeit am relevantesten für die Beschäftigten sind, und bitten Sie die Abteilungs- und Teamleiter:innen, dasselbe zu tun.

- In unserer Übersicht über die wichtigsten Kompetenzen und dazu passenden Inhalte (auf Englisch) finden Sie geeignete Kurse, um die derzeit drängendsten Kompetenzlücken im Unternehmen zu schließen.
- Kurse zuweisen oder eigene Inhalte hochladen können Sie mit einer LinkedIn Learning Hub-Lizenz, zum Beispiel zur Vorbereitung auf trainer:innengeleitete Schulungen.
- Um neuen und bestehenden Mitarbeiter:innen den Einstieg zu erleichtern, können Sie ihnen den Kurs „So funktioniert LinkedIn Learning“ zuweisen.



## Nach der Einführung: Eine Lernkultur im Unternehmen aufbauen und verankern

Machen Sie Weiterbildung zu einem festen Bestandteil im Unternehmen. Das gelingt, wenn Sie den Beschäftigten ihre beruflichen Entwicklungsmöglichkeiten aufzeigen, ihnen regelmäßig Kurse empfehlen und sie dabei unterstützen, langfristige Lernroutinen zu entwickeln.





# 1. Weiterbildung zu einem festen Bestandteil der Leistungsbeurteilung machen

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die sich schriftlich zum Erreichen eines bestimmten Ziels verpflichten, sind mit **42 %** höherer Wahrscheinlichkeit erfolgreich.<sup>1</sup> Machen Sie die Kompetenzentwicklung deshalb zu einem festen Bestandteil von Mitarbeitergesprächen und ermutigen Sie die Beschäftigten, sich im Rahmen ihres Entwicklungsplans Lernziele zu setzen.

- [Mit diesen fünf Schritten](#) machen Vorgesetzte Weiterbildung zu einem festen Bestandteil der Leistungsbewertung.
- [Diese Vorlagen für die interne Kommunikation](#) helfen Ihnen, die Beschäftigten zum Formulieren von Lernzielen zu motivieren.
- [Diese Anleitung](#) erklärt, wie Mitarbeiter:innen sich auf LinkedIn Learning Lernziele setzen.

<sup>1</sup> Quelle: <http://mmb-s3.s3.amazonaws.com/2015/11/goals-study-gail-matthews.pdf>

<sup>2</sup> Quelle: Umfrage unter 600 LinkedIn Learning-Nutzer:innen, August 2020

Das Erreichen von Lernzielen ist für

**62 %**

Mitarbeiter:innen der größte  
Motivationsfaktor<sup>2</sup>





## 2. Die Lernmotivation durch Kursempfehlungen aufrechterhalten

Die Rollen und Aufgaben der Beschäftigten, aber auch die Prioritäten Ihres Unternehmens ändern sich mit der Zeit. Um die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auf neue Herausforderungen vorzubereiten, sollten Sie ihnen regelmäßig geeignete Inhalte empfehlen, damit sie sich kontinuierlich weiterbilden können.

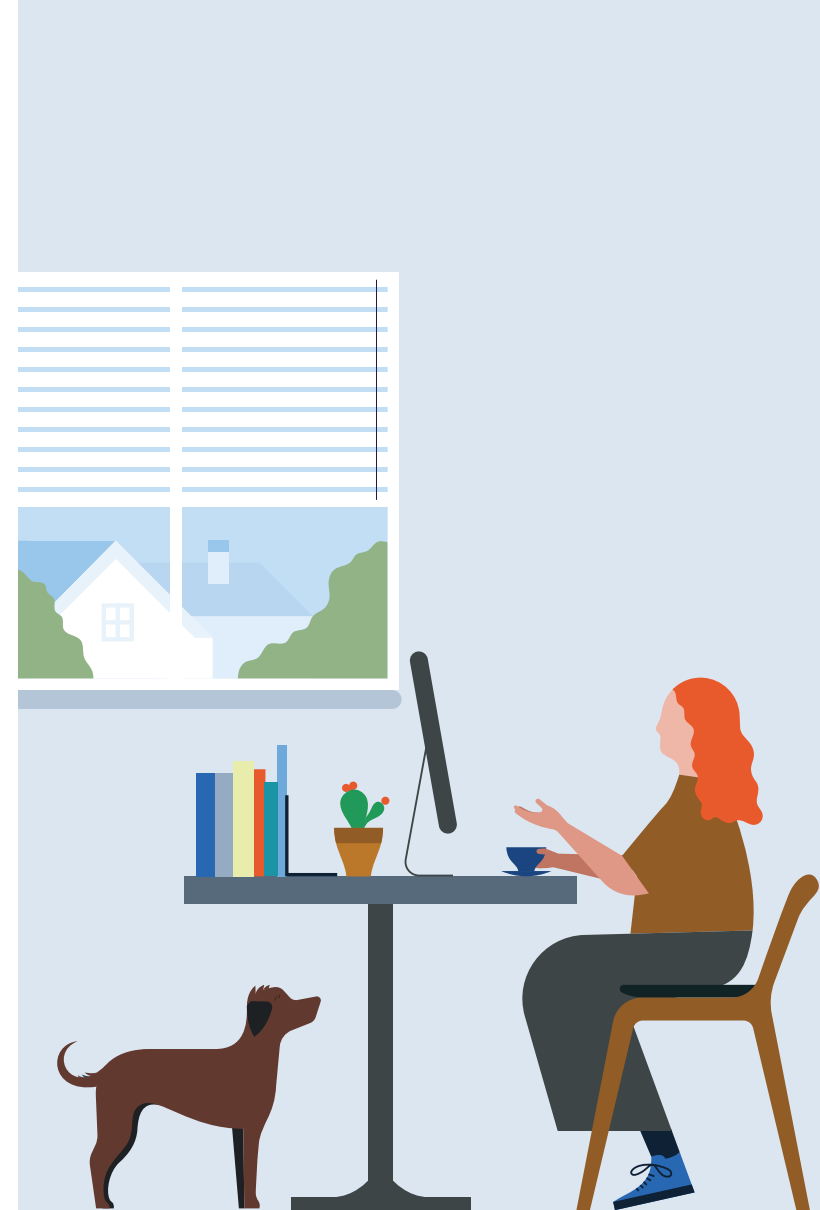
- [Eine Übersicht über die neuesten Kurse finden Sie hier](#) (auf Englisch). Stellen Sie diese den Teamleiter:innen oder direkt den Beschäftigten zur Verfügung.
- [Mit dieser Vorlage](#) können Sie einen Weiterbildungsnewsletter gestalten, den die Personalentwicklung, die Teamleiter:innen oder die Lernchampions verschicken können, um auf Kurse und andere Neuigkeiten aufmerksam zu machen.
- Bitten Sie Lernchampions und Teamleiter:innen, regelmäßig in Besprechungen auf hilfreiche Kurse hinzuweisen.



### 3. Promotion-Aktionen machen Lust auf Lernen

Motivieren Sie die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, ihre eigenen Lernroutinen zu entwickeln. Dies gelingt zum Beispiel durch Themenwettbewerbe, „Lunch & Learn“-Events oder Programme, die den sozialen Zusammenhalt stärken – sowohl innerhalb des Unternehmens als auch darüber hinaus.

[In unseren Promotion-Ressourcen](#) finden Sie die neuesten Ideen, individuell anpassbare Assets und hilfreiche Planungsvorlagen für Ihre Promotion-Kampagnen.



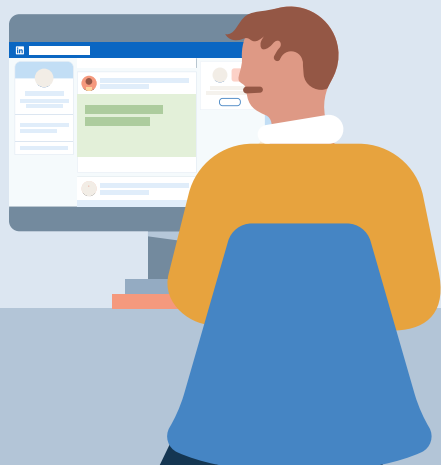
## NACH DER EINFÜHRUNG

### 3. Promotion-Aktionen machen Lust auf Lernen

## Lernen für einen guten Zweck

Verknüpfen Sie die Mitarbeiterentwicklung mit sozialen Aktivitäten Ihres Unternehmens. Das fördert nicht nur die Lernmotivation, sondern dient auch einem guten Zweck.

- [Mit dieser Schritt-für-Schritt-Anleitung](#) entwerfen Sie Ihre eigene Kampagne.
- [Wie die Allianz mit diesem Konzept erfolgreich war](#) und 26.000 Stunden Nutzer:innen-Engagement generieren konnte, lesen Sie hier.



## Saisonale Schwerpunktthemen

Identifizieren Sie Feiertage und andere besondere Termine im nationalen oder internationalen Kalender und nutzen Sie diese als thematische Aufhänger für Ihre Kampagnen.

[Hier finden Sie Vorlagen](#), die Sie individuell an Ihre Kampagnen anpassen können.

- Wie wäre es mit einer Neujahrsaktion „*Neues Jahr, neue Ziele*“, in der sich die Mitarbeiter:innen im Januar Lernziele für das kommende Jahr setzen?
- Oder mit einer „*Ich liebe Weiterbildung*“-Aktion zum Valentinstag?
- Alternativ können Sie Inhalte zu einem bestimmten Thema, etwa Work-Life-Balance, im Rahmen eines Ereignisses wie Mutter- oder Vatertag zusammenfassen.

## Gamification in der Weiterbildung

Die meisten Menschen spielen gerne. Nutzen Sie dies, um Weiterbildung in Form von Wettbewerben auf Team- oder Unternehmensebene zu organisieren.

- [In diesem Gamification-Ratgeber](#) finden Sie viele Ideen für Ihren nächsten Wettbewerb.
- Die Teilnahmebereitschaft erhöhen Sie, wenn auch Ihr:e Fürsprecher:in aus dem Top-Management oder Ihre Weiterbildungspartner:innen teilnehmen oder die Spielleitung übernehmen.
- Die Lernwettbewerbe können Sie auch mit jahreszeitlichen Aktionen verknüpfen. Hier bieten sich Bestenlisten an, die zeigen, welche Mitarbeiter:innen sich besonders aktiv weiterbilden. So halten Sie die Lernmotivation im Team aufrecht.

## NACH DER EINFÜHRUNG

### 3. Promotion-Aktionen machen Lust auf Lernen

## „Lunch & Learn“-Events

Veranstalten Sie regelmäßig physische oder virtuelle „Lunch & Learn“-Events, um die Lust am Lernen zu fördern. Diese können von der Personalentwicklung oder dem Top-Management organisiert werden. Oder ermuntern Sie Lernchampions oder andere Mitarbeiter:innen, eigene mittägliche Lernsessions zu veranstalten.

- Bei diesen Events können Führungskräfte oder Expert:innen über ein ausgewähltes Thema sprechen.
- „Club-Sessions“ bieten den Mitarbeiter:innen Gelegenheit, sich über einen bestimmten Kurs oder Lernpfad auszutauschen.
- Nutzen Sie [diesen „Lunch & Learn“-Plan](#) zur Themenfindung oder fragen Sie die Mitarbeiter:innen, welche Themen und Vortragenden sie interessieren würden.

## Nutzer:in des Monats

Interviewen Sie jeden Monat eine Person, die LinkedIn Learning besonders intensiv zur beruflichen Entwicklung genutzt hat, und stellen Sie das Gespräch über Ihre internen Kommunikationskanäle zur Verfügung.

- [Hier finden Sie Beispielfragen](#), mit denen Sie Ihr eigenes Interview gestalten können.
- Besonders wirkungsvoll sind Videos: Bitten Sie die interviewte Person, ihre Antworten mit der Videofunktion ihres Handys festzuhalten, oder zeichnen Sie das gesamte Gespräch als Videokonferenz auf.

92 %

der Mitarbeiter:innen würden nach einer Selbstlernphase an einer Gruppendiskussion teilnehmen<sup>1</sup>



<sup>1</sup> Quelle: Umfrage unter 600 LinkedIn Learning-Nutzer:innen, August 2020

## 4. Den Kampagnenerfolg messen

LinkedIn Learning bietet Ihnen detaillierte Berichtsfunktionen und qualitative Methoden, mit denen Sie das Lernverhalten der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter messen können. So sehen Sie, wie erfolgreich Ihre Kommunikationsmaßnahmen und Promotion-Aktionen waren und können Ihre Strategie bei Bedarf anpassen.

- [Dieser Kurs](#) gibt einen Überblick über die Berichtsfunktionen von LinkedIn Learning.
- Führen Sie 3 bis 6 Monate nach der Einführung von LinkedIn Learning eine Mitarbeiterbefragung durch, um qualitatives Feedback zu erhalten.



# Vorlagen und Ressourcen im Überblick

Hier finden Sie alle in diesem Ratgeber aufgeführten Vorlagen und Ressourcen auf einen Blick – plus weitere hilfreiche Materialien.





### Planungsvorlagen

- [Rollen und Verantwortlichkeiten von Partner:innen/ Fürsprecher:innen – Vorlage](#)
- [Veränderbare Planungsvorlage](#)
- [Veränderbare Planungsvorlage \(Excel-Datei\)](#)
- [Wichtige Kompetenzen und dazu passende Inhalte – Übersicht \(auf Englisch\)](#)
- [Vorlage für ein „Lunch & Learn“-Event](#)



### Promotion-Vorlagen

- [Veränderbare Promotion-Assets und Kampagnenkalender](#)
- [Sub-Adminrechte zuweisen – E-Mail-Vorlage](#)
- [E-Mail-Einladungen verschicken – Vorlage 1](#)
- [E-Mail-Einladungen verschicken – Vorlage 2](#)
- [E-Mail-Vorlage für Lernchampions/ Vorlage Weiterbildungsnewsletter](#)
- [Nutzer:in des Monats – Interviewfragen](#)

### Best Practices und Anleitungen

- [Sub-Adminrechte zuweisen](#)
- [E-Mail-Einladungen per CSV-Upload generieren](#)
- [Einladungslink teilen](#)
- [Kurse zuweisen](#)
- [Eigene Inhalte hochladen](#)
- [So funktioniert LinkedIn Learning](#)
- [Wie Sie den Menschen in den Mittelpunkt der Leistungsbewertung stellen](#)
- [Lernziele auf LinkedIn Learning formulieren](#)
- [Die neuesten LinkedIn Learning-Kurse \(auf Englisch\)](#)
- [Weiterbildung für einen guten Zweck – Kampagnentipps](#)
- [Die „Lernen für den guten Zweck“-Kampagne der Allianz](#)
- [Gamification-Ratgeber](#)
- [Die Berichts- und Analysefunktionen von LinkedIn Learning](#)