



LinkedIn Business  
Manager:  
Onboarding-Guide  
für Agenturen



# LinkedIn Business Manager

## LinkedIn Business Manager

lässt sich flexibel an die Nutzungsanforderungen von Agenturen und ihren Kunden anpassen.

---

In diesem Guide erfahren Sie, wie Sie Ihre Agentur und Ihre Kunden an LinkedIn Business Manager heranführen und in wenigen Schritten die Plattform für Ihre Zwecke einrichten.



# Inhalt

## 1. Überblick

- A. [Was ist der Business Manager?](#)
- B. [Funktionen des Business Managers](#)
- C. [Warum sollten Sie Business Manager nutzen?](#)
- D. [Wie funktioniert die Einrichtung?](#)

## 2. Grundlegendes

- A. [Checkliste prüfen](#)
- B. [Setup-Optionen für Business Manager](#)
- C. [Rollen und Berechtigungen übertragen](#)
- D. [Benötigen Kunden ein eigenes Business Manager-Konto?](#)
- E. [Werbekonten und Unternehmensseiten einrichten](#)

## 3. Vorbereitung

- A. [Relevante Informationen zusammenstellen](#)
- B. [Interne Account-Teams informieren](#)
- C. [Externe Kundenteams informieren](#)

## 4. Onboarding

- A. [Business Manager-Konto erstellen](#)
- B. [Admins einladen](#)
- C. [Werbekonten hinzufügen](#)
- D. [Unternehmensseiten hinzufügen](#)
- E. [Zugriffsrechte prüfen](#)
- F. [Partnerschaften einrichten](#)



### Nutzungshinweise für diesen Ratgeber

Klicken Sie jederzeit auf das Startseiten-Symbol, um zu dieser Übersicht zurückzukehren.

Klicken Sie auf das Support-Symbol, um zur Übersicht mit allen Business Manager-Ressourcen zu gelangen.



1

Überblick

A

B

C

D

2

Grundlegendes

3

Vorbereitung

4

Onboarding

A colorful illustration of three people (two men and one woman) working together at a desk. One person is sitting in a blue office chair, another is standing and pointing at a laptop screen, and the third is standing and looking at a smartphone. The desk is cluttered with various items like books, a clock showing 10:37, a potted plant, and framed pictures on the wall.

# Überblick





1

Überblick

A

B

C

D

2

Grundlegendes

3

Vorbereitung

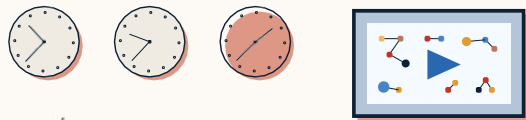
4

Onboarding



# Was ist der Business Manager?

Mit dem Business Manager kann Ihre Agentur alle Ihre **Werbekonten** und **Unternehmensseiten** zentral und einfach verwalten.





1

Überblick

A

B

C

D

2

Grundlegendes

3

Vorbereitung

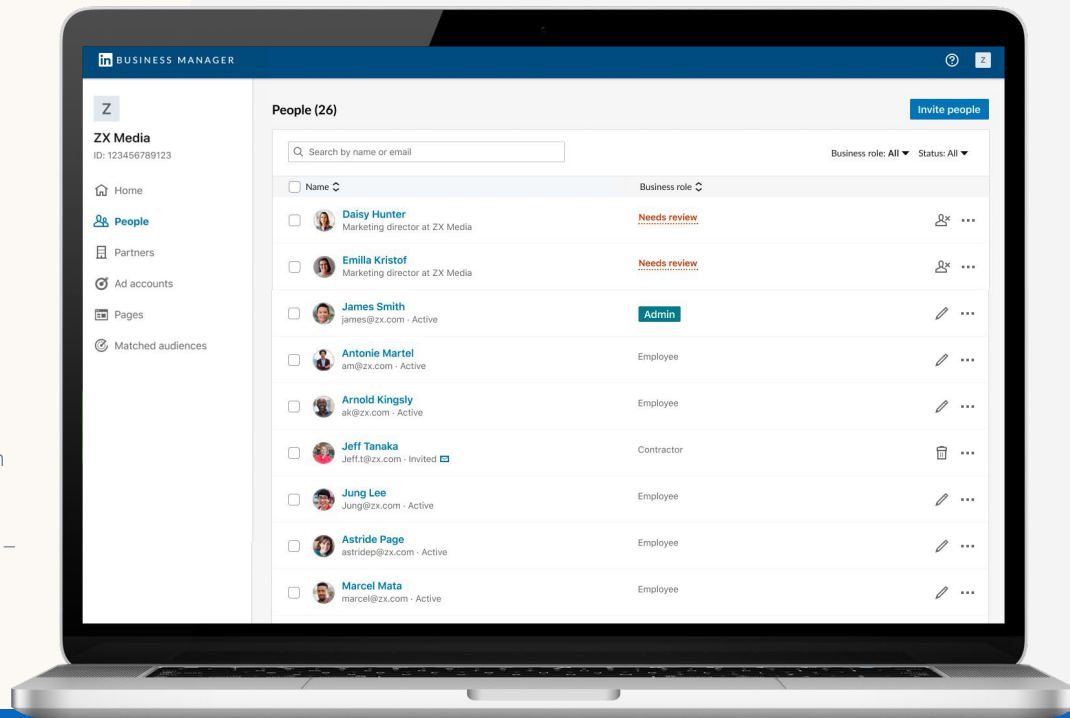
4

Onboarding



# Funktionen des Business Managers

- ✓ **Werbekonten** und **Unternehmensseiten** in einem zentralen Dashboard zusammenführen
- ✓ Über eine zentrale Plattform per Mausklick Teammitgliedern Zugriff auf **Werbekonten** und **Unternehmensseiten** gewähren oder entziehen
- ✓ Für eine optimale Zusammenarbeit mit Ihren Kunden **Werbekonten** und **Unternehmensseiten** für mehrere Business Manager freigeben, damit jede Organisation den Zugriff ihrer Mitarbeiter:innen selbst verwalten kann
- ✓ Matched Audiences für mehrere **Werbekonten** freigeben – wird eine Zielgruppe aktualisiert, ist die Änderung sofort in allen zugehörigen **Werbekonten** sichtbar





1

Überblick

A

B

C

D

2

Grundlegendes

3

Vorbereitung

4

Onboarding



# Warum sollten Sie den Business Manager nutzen?





1

Überblick

A

B

C

D

2

Grundlegendes

3

Vorbereitung

4

Onboarding



# Vorteile des Business Managers

So erleichtert Business Manager die Arbeit in Ihrer Agentur:

	Ausgangssituation	Funktion	Vorteil
1	Sie nutzen mehrere <b>Werbekonten</b> und <b>Unternehmensseiten</b> .	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sie können alle <b>Werbekonten</b> und <b>Unternehmensseiten</b> Ihrer Kunden zum Business Manager hinzufügen.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Zentrale Einblicke in all Ihre Marketingaktivitäten vereinfachen Ihr Marketingerlebnis auf LinkedIn.</li> </ul>
2	Sie arbeiten mit vielen Unternehmen zusammen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sie können Business Manager-Partnerschaften einrichten, um Ihre <b>Werbekonten</b> und <b>Seiten</b> für andere Unternehmen freizugeben und Zugriff auf deren Assets zu erhalten.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Arbeiten Sie effektiv mit Ihren Kunden zusammen. Geben Sie <b>Werbekonten</b> und <b>Unternehmensseiten</b> gegenseitig frei, damit Sie Marketingdienstleistungen für Ihre Kunden erbringen können.</li> </ul>
3	Sie haben <b>große Account-Teams</b> .	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sie können mehreren Personen gleichzeitig Zugriff auf <b>Werbekonten</b> und <b>Unternehmensseiten</b> gewähren oder entziehen und Zugriffsrechte prüfen.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sie verwalten den Zugriff auf <b>Werbekonten</b> und <b>Unternehmensseiten</b> und haben stets im Blick, wer Zugriff auf welche Assets hat.</li> </ul>
4	Sie nutzen <b>dieselben Zielgruppen</b> in verschiedenen Werbekonten.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sie können Matched Audiences für mehrere <b>Werbekonten</b> freigeben oder von Ihren Kunden Zugriff auf deren Zielgruppen, z. B. aus einem CRM-System, erhalten.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sie können die Kund:innen Ihrer Partnerunternehmen von verschiedenen <b>Werbekonten</b> aus ansprechen.</li> </ul>
5	Sie möchten <b>Zielgruppen aus CRM-Systemen</b> Ihrer Kunden nutzen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ihre Kunden können Ihnen Zugriff auf Zielgruppen gewähren, z. B. aus ihrem CRM-System.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sie können die Kund:innen Ihrer Partnerunternehmen gezielt ansprechen, ohne deren CRM-System mit Ihrem <b>Werbekonto</b> verknüpfen zu müssen.</li> </ul>





1

Überblick

A

B

C

D

2

Grundlegendes

3

Vorbereitung

4

Onboarding



# Wie funktioniert die Einrichtung?

## Keine Sorge!

Die Migration hat keine Auswirkungen auf Ihre laufenden Projekte:

- Sie müssen weder **Werbekonten** noch **Unternehmensseiten** neu einrichten.
- Ihre Kampagnen, Abrechnungen und Datenintegrationen sind nicht davon betroffen.
- Bestehende User:innen von **Werbekonten** und **Unternehmensseiten** behalten ihre Zugriffsrechte.



In diesem Ratgeber erklären wir Ihnen ausführlich, wie Sie LinkedIn Business Manager einrichten können. Hier finden Sie einen Überblick über die wichtigsten Schritte, den Sie bei Bedarf an Ihre Kunden weiterleiten können, wenn diese ein eigenes Business Manager-Konto einrichten möchten.



1

### Personen hinzufügen:

Dank zweier Berechtigungsebenen lässt sich der Zugriff auf Business Manager und die damit verknüpften **Werbekonten** und **Unternehmensseiten** präzise steuern.

[Zum Tutorial](#)

2

### Assets hinzufügen:

Mit dem Business Manager können Sie Ihre LinkedIn **Werbekonten** sowie den Zugriff auf die **Unternehmensseiten** Ihrer Kunden auf einer sicheren, zentralen Plattform zusammenführen und effizient steuern.

[Werbekonten](#)[Unternehmensseiten](#)

3

### Kunden als Partnerunternehmen hinzufügen:

Business Manager-Partnerschaften ermöglichen es Unternehmen, auf sichere und effiziente Weise **Werbekonten** und **Unternehmensseiten** gemeinsam zu nutzen.

[Zum Tutorial](#)



1

Überblick

2

Grundlegendes

A

B

C

D

E

3

Vorbereitung

4

Onboarding



# Grundlegendes





1

Überblick

2

Grundlegendes

A

B

C

D

E

3

Vorbereitung

4

Onboarding



# Empfehlungen für das Onboarding von LinkedIn

Überblick über wichtige Entscheidungen und Aktionen, mit denen sich Ihre Agentur schon während des Onboardings befassen sollte.



Geschäftsleitung an Bord holen

- Interne Champions benennen (z. B. VP of Activation, Social, Operations), die bei der Beantwortung folgender Fragen helfen:
  - Wie soll das Setup des Business Managers aussehen?
  - Wie sollen wir LinkedIn Business Manager bei unseren Kunden einführen?
  - Wie benennen wir unseren Business Manager?



Account Directors mit der Einrichtung beauftragen

- Die Leitung sollte Account Directors und Teamleiter:innen mit der Einrichtung beauftragen, die die Agentur bei folgenden Aufgaben unterstützen:
  - Schulung von Account-Teams und Kunden sowie Onboarding und Hinzufügen von Personen und Assets zum Business Manager auf Kundenebene



Zusammenarbeit zwischen Account-Teams und Kunden

- Account Directors sollten Account-Teams und Kunden täglich über den Onboarding-Prozess und die Umstellung auf den LinkedIn Business Manager informieren.
- Dazu gehören Informationen wie:
  - Änderungen in den Agenturabläufen nach Einführung des Business Managers
  - Optimale Zusammenarbeit zwischen Agenturen und Kundenunternehmen im Business Manager



Onboarding beginnen

- Stellen Sie Listen mit Personen und Assets zusammen, die zum Business Manager hinzugefügt werden sollen.



1

Überblick

2

Grundlegendes

A

B

C

D

E

3

Vorbereitung

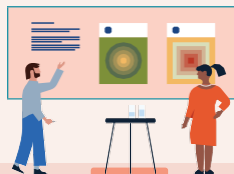
4

Onboarding



# Grundlegendes

Klicken Sie auf die einzelnen Abschnitte, um mehr über die Punkte zu erfahren, die Sie in Ihrer Agentur vor dem Onboarding klären sollten.



A

Checkliste zu  
Vorbereitungsmaßnahmen  
prüfen

[Mehr erfahren](#)

B

Business Manager-Setup  
planen (ein Konto oder  
mehrere Konten)

[Mehr erfahren](#)

C

Festlegen, wer eine Business  
Manager-Rolle zugewiesen  
bekommt und wie Berechtigungen  
zum Business Manager migriert  
werden sollen

[Mehr erfahren](#)

D

Festlegen, ob Sie Ihren  
Kund:innen empfehlen sollten,  
ein eigenes Business Manager-  
Konto einzurichten

[Mehr erfahren](#)

E

Festlegen, wie Ihre Agentur  
und Ihre Kunden  
**Werbekonten** und **Seiten**  
gemeinsam nutzen können

[Mehr erfahren](#)



1

Überblick

2

Grundlegendes

A

B

C

D

E

3

Vorbereitung

4

Onboarding



# A. Checkliste prüfen

Gehen Sie die einzelnen Punkte durch, bevor Sie mit der Einrichtung beginnen.





1

Überblick

2

Grundlegendes

A

B

C

D

E

3

Vorbereitung

4

Onboarding

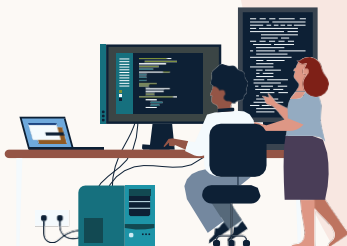


# Checkliste für eine erfolgreiche Vorbereitung

Wichtige Punkte, die Sie vor dem Onboarding klären sollten:



**Achtung:** Im Business Manager besteht derzeit eine Obergrenze von 1.000 Werbekonten, die schrittweise angehoben wird. Beginnen Sie also mit Ihren aktiven **Werbekonten**.



## Ansprechperson für Onboarding und interne Kommunikation bestimmen

Wählen Sie am besten Group/Account Directors aus, die einen tiefen Einblick in das Kundenportfolio haben und in regelmäßigem Kontakt mit Ihren Account-Teams stehen.



## Ihr ideales Business Manager-Setup planen

Möchten Sie aus Transparenzgründen ein globales Business Manager-Konto nutzen oder verwalten Sie Ihre Marketingaktivitäten für verschiedene Regionen und Geschäftsbereiche getrennt voneinander?



## Alle Konten, Seiten und User:innen dokumentieren

Erfassen Sie die Namen und geschäftlichen E-Mail-Adressen aller Mitarbeiter:innen sowie die IDs der **Werbekonten** und alle **Unternehmensseiten**, die Sie zum Business Manager hinzufügen möchten.



## Eigentum an gemeinsam genutzten Werbekonten

Im Business Manager kann nur ein Unternehmen Eigentümer eines **Werbekontos** bzw. einer **Unternehmensseite** sein. Weitere Unternehmen erhalten nur Zugriffsrechte. Zur Vereinfachung der Prozesse empfehlen wir, das abrechnende Unternehmen als verantwortliche Partei festzulegen. Sofern beide Parteien einverstanden sind, können diese Rechte mit Unterstützung des LinkedIn Supportteams übertragen werden. Wir empfehlen, Regelungen über die Verantwortlichkeit der Werbekonten in Ihre Verträge/Leistungsbeschreibungen mit aufzunehmen.



1

Überblick

2

Grundlegendes

A

B

C

D

E

3

Vorbereitung

4

Onboarding



## B. Business Manager-Setup planen

Entscheiden Sie, ob Sie ein globales Business Manager-Konto nutzen oder mehrere Konten einrichten wollen, die nach verschiedenen Kriterien wie Region, oder Kunde unterteilt sind.





1

Überblick

2

Grundlegendes

A

B

C

D

E

3

Vorbereitung

4

Onboarding



# Sie können den LinkedIn Business Manager flexibel an Ihre Agenturabläufe anpassen.

## Weltweit

Ein Business Manager-Konto für Ihre Agentur



Für kleinere Agenturen, die Kunden in wenigen Schlüsselmärkten betreuen

## Pro Region

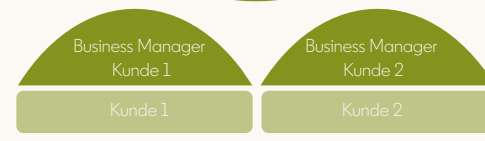
Verschiedene Business Manager-Konten pro Region



Für große Agenturen mit Geschäftsbereichen in unterschiedlichen Regionen, die jeweils selbstständig verwaltet werden

## Pro Kunde

Eigenständige Business Manager-Konten für Ihre größten Kunden



Für Agenturen mit großen Kunden, die u. U. durch eine Subagentur betreut werden





1

Überblick

2

Grundlegendes

A

B

C

D

E

3

Vorbereitung

4

Onboarding



# Empfehlungen für Ihr Business Manager-Setup

## Ein Business Manager-Konto

Für Sie hat Transparenz höchste Priorität

- **Vorteil:** Sie können alle Aktivitäten von einem zentralen Ort aus einsehen.
- **Nachteil:** Ohne einheitliche Benennungsschemata für Werbekonten kann die Nutzung des Business Managers unübersichtlich werden. Wenn zu viele Personen einen Admin-Zugriff benötigen, müssen Sie einer großen Anzahl von Mitarbeiter:innen umfassende Zugriffsrechte erteilen.

Hinweis: Im LinkedIn Business Manager können Sie *Werbekonten* mit unterschiedlichen Abrechnungsmodalitäten und Währungen verwalten.

## Mehrere Business Manager-Konten

Für Sie haben stärkere Zugriffskontrollen oberste Priorität

- **Vorteil:** Weniger Admins pro Business Manager-Konto und übersichtliche Struktur im Business Manager
- **Nachteil:** Umfassende Transparenz über alle Business Manager-Konten hinweg ist nur mit einem erhöhten Verwaltungsaufwand möglich. Kundenunternehmen müssen ihre *Seiten* oder *Werbekonten* eventuell für mehrere Business Manager-Konten Ihrer Agentur freigeben, wenn Sie Zugriff auf dieselben *Werbekonten* oder *Seiten* über mehrere Business Manager benötigen.



Weitere Informationen zu den Vor- und Nachteilen dieser Optionen finden Sie in unserem ausführlichen Setup-Guide für den Business Manager.

Ratgeber herunterladen



LinkedIn



1

Überblick

2

Grundlegendes

A

B

C

D

E

3

Vorbereitung

4

Onboarding



# C. Rollen und Berechtigungen übertragen

Legen Sie fest, welchen Positionen in Ihrer Agentur Sie Business Manager-Rollen zuweisen möchten und wie die Migration zur Plattform erfolgen soll.





1

Überblick

2

Grundlegendes

A

B

C

D

E

3

Vorbereitung

4

Onboarding



Lesen Sie sich vor dem Onboarding die Definitionen und Anwendungsempfehlungen für Userrollen durch. Admins leiten das Onboarding.



	Die Rolle im Überblick	Anwendungsempfehlung
Admin	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Admins</b> haben besondere Zugriffsrechte. Sie können Mitarbeiter:innen einladen, <b>Werbekonten</b> und <b>Seiten</b> hinzufügen, <b>Partnerschaften</b> einrichten, Matched Audiences freigeben und deren Freigaben aufheben und auf alle <b>Werbekonten</b> und <b>Unternehmensseiten</b> zugreifen.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Empfiehlt sich für höhere Führungspositionen (mind. Associate Account Director), die Einblick in alle Marketingaktivitäten benötigen und Berechtigungen von User:innen verwalten. Sie sollten möglichst wenige Admins ernennen, aber mindestens zwei, um Zugriffsverluste auszuschließen.</li></ul>
Mitarbeiter:in	<ul style="list-style-type: none"><li>• Mitarbeiter:innen erhalten nur Lesezugriff auf die ihnen zugewiesenen <b>Werbekonten</b> und <b>Unternehmensseiten</b>.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Empfiehlt sich für Account-Teams, die nur spezifische Zugriffsrechte benötigen, oder für Führungskräfte, die für bestimmte Geschäftsbereiche Ihres Kundenunternehmens zuständig sind.</li></ul>
Freie:r Mitarbeiter:in	<ul style="list-style-type: none"><li>• Freie Mitarbeiter:innen haben eingeschränkten Lesezugriff auf die ihnen zugewiesenen <b>Werbekonten</b> und <b>Unternehmensseiten</b>.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Empfiehlt sich für Mitarbeiter:innen anderer Unternehmen.</li></ul>



1

Überblick

2

Grundlegendes

A

B

C

D

E

3

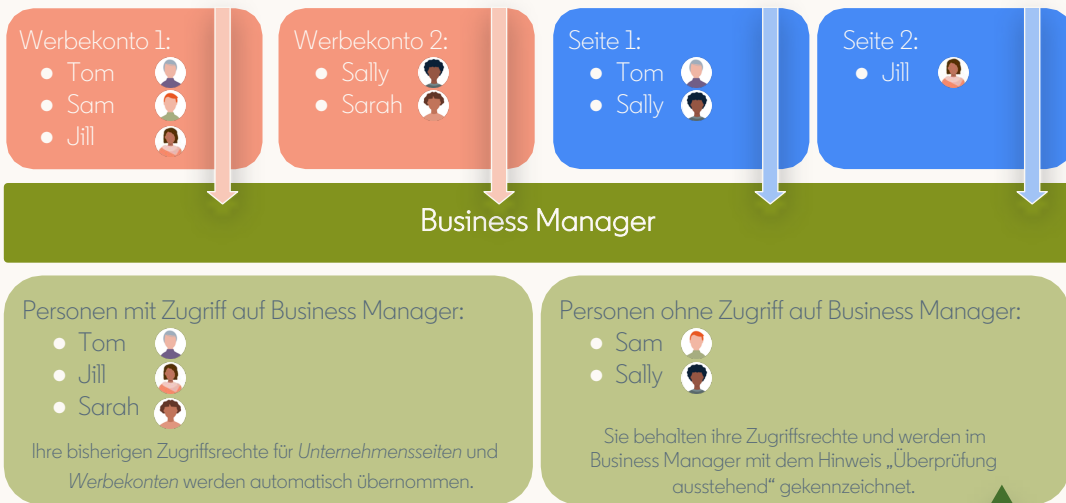
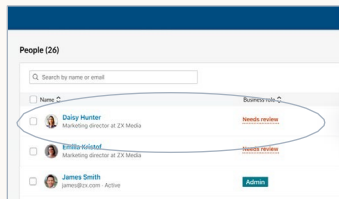
Vorbereitung

4

Onboarding



Bisherige Zugriffsrechte für Werbekonten und Unternehmensseiten lassen sich ganz einfach zum Business Manager migrieren. Personen mit Zugriff auf Ihre Werbekonten und Unternehmensseiten behalten ihre Zugriffsrechte, wenn Sie sie zum Business Manager hinzufügen. Personen, die noch nicht zum Business Manager eingeladen wurden, werden gesondert erfasst, damit Sie die Zugriffsrechte überprüfen können.



#### Sie können:

- diese Personen zum Business Manager einladen; ihre bisherigen Zugriffsrechte werden automatisch übertragen.
- diese Personen entfernen, um ihnen den Zugriff auf die *Werbekonten* und *Unternehmensseiten* des betreffenden Kunden zu entziehen.
- alles so belassen. In diesem Fall behalten die Personen ihre Zugriffsrechte. Diese Option kann sinnvoll sein, wenn Sie einem anderen Unternehmen Zugriff gewähren möchten. Wenn Mitarbeiter:innen aus mehreren Unternehmen auf dieselben *Werbekonten* und *Seiten* zugreifen können, haben andere Unternehmen mehr Zeit, ihr eigenes Business Manager-Konto einzurichten.



1

Überblick

2

Grundlegendes

A

B

C

D

E

3

Vorbereitung

4

Onboarding



# D. Benötigen Ihre Kunden ein eigenes Business Manager-Konto?

Prüfen Sie, ob Sie Kunden empfehlen sollten, ein eigenes Business Manager-Konto einzurichten und im Rahmen einer Business Manager-Partnerschaft zusammenzuarbeiten.





1

Überblick

2

Grundlegendes

A

B

C

D

E

3

Vorbereitung

4

Onboarding



# Benötigen Ihre Kunden ein eigenes Business Manager-Konto?

Die Beantwortung folgender Fragen hilft Ihnen einzuschätzen, ob ein Kundenunternehmen von einem eigenen Business Manager-Konto profitieren würde.

1	Verwaltet das Unternehmen einen Teil seiner Marketingaktivitäten intern?	Im Business Manager kann Ihr Kunde sowohl die internen Marketingaktivitäten als auch die Aktivitäten der beauftragten Agentur zentral einsehen.
2	Arbeitet das Unternehmen mit mehreren Agenturen zusammen?	Über ein zentrales Dashboard im Business Manager kann Ihr Kunde sich sämtliche Aktivitäten aller Agenturen anzeigen lassen und Unternehmensseiten für die Agenturen freigeben.
3	Nutzt das Unternehmen mehrere Unternehmensseiten, um sich zu vermarkten?	Mit dem Business Manager haben Ihre Kunden die Möglichkeit, auf sichere und effiziente Weise den Zugriff auf Unternehmensseiten für ihre Agenturen freizugeben und bei Bedarf allen Mitarbeiter:innen einer Agentur mit einem Klick den Zugriff zu entziehen.
4	Benötigt das Kundenunternehmen (Lese-)Zugriff auf Ihre Werbekonten?	Im Business Manager können Ihre Kunden den Zugriff ihrer Mitarbeiter:innen auf die von Ihnen freigegebenen Werbekonten selbstständig verwalten.
5	Hat das Unternehmen eigene Zielgruppeninformationen (z. B. aus CRM-Systemen oder Plattformen zur Marketingautomatisierung), die Ihre Agentur für die Kampagnen verwenden soll?	Im Business Manager können Unternehmen Matched Audiences (z. B. aus CRM-Systemen oder anderen integrierten Plattformen) freigeben. Die Freigabe bedeutet nicht, dass Ihre Agentur die Zielgruppen anzeigen, bearbeiten oder kopieren kann oder die Integration direkt in Ihr Werbekonto einbinden muss.



**Tipp:** Wenn Sie mindestens eine dieser Fragen mit „Ja“ beantwortet haben, sollten Sie das Unternehmen bitten, ein eigenes Business Manager-Konto einzurichten und im Rahmen einer Partnerschaft den Zugriff auf Werbekonten und Unternehmensseiten gegenseitig freigeben.



Möchten Sie Ihre Kunden beim Business Manager-Setup unterstützen?  
[Hier finden Sie eine ausführliche Übersicht.](#)



1

Überblick

2

Grundlegendes

A

B

C

D

E

3

Vorbereitung

4

Onboarding



Wenn Ihr Kunde ein eigenes Business Manager-Konto besitzt, bietet sich eine Partnerschaft an, um effizient und sicher zusammenzuarbeiten.

## Agentur

User:innen  
Admins | Mitarbeiter:innen |  
Freie Mitarbeiter:innen

### Eigene Assets

Eigene Werbekonten für verschiedene Unternehmen



Eigene Unternehmensseiten

Kundeneigene Seiten

Eigene Matched Audiences



## Partnerschaft

**Freigegebene Assets**  
Die zugreifende Partei kann den Zugriff ihrer eigenen User:innen auf die Assets der verantwortlichen Partei selbst verwalten. Diese wiederum kann das Business Manager-Konto der zugreifenden Partei bei Bedarf vollständig entfernen.



## Kunde

User:innen  
Admins | Mitarbeiter:innen |  
Freie Mitarbeiter:innen

### Eigene Assets

Eigene Werbekonten für verschiedene Geschäftsbereiche



Eigene Unternehmensseiten



Eigene Matched Audiences





1

Überblick

2

Grundlegendes

A

B

C

D

E

3

Vorbereitung

4

Onboarding



# E. Werbekonten und Unternehmensseiten einrichten

Legen Sie fest, wie Sie und Ihre Kunden *Werbekonten* und *Unternehmensseiten* gemeinsam nutzen können.







1

Überblick

2

Grundlegendes

A

B

C

D

E

3

Vorbereitung

4

Onboarding



# Die Zusammenarbeit mit Kunden im Business Manager planen

Es gibt verschiedenen Optionen für die Zusammenarbeit und das Hinzufügen von *Werbekonten* und *Unternehmensseiten*.



Business Manager-User:innen	Optionen für die Zuordnung der Werbekonten und Unternehmensseiten	
Nur intern	Die <i>Werbekonten</i> sind der Agentur zugeordnet und diese fordert Zugriff auf die <i>Unternehmensseiten</i> des Kunden an.	Vergleichen
	Die Agentur fordert Zugriff auf die <i>Werbekonten</i> und <i>Unternehmensseiten</i> des Kunden an.	Vergleichen
Intern und extern (Partnerschaft)	Die <i>Werbekonten</i> sind der Agentur zugeordnet.	Vergleichen
	Die <i>Werbekonten</i> und <i>Unternehmensseiten</i> sind dem Kundenunternehmen zugeordnet, das den Zugriff für die Agentur freigibt.	Vergleichen



1

Überblick

2

Grundlegendes

A

B

C

D

E

3

Vorbereitung

4

Onboarding



## Nur die Agentur verwendet Business Manager und ist für die Werbekonten verantwortlich

LinkedIn empfiehlt lediglich, das abrechnende Unternehmen als verantwortliche Partei für das **Werbekonto** festzulegen.

### Weitere Szenarien:

- Nur die Agentur verwendet Business Manager und benötigt Zugriff auf die Werbekonten und Unternehmensseiten des Kunden
- Agentur und Kunde verwenden Business Manager und die Agentur ist für die Werbekonten verantwortlich
- Agentur und Kunde verwenden Business Manager und der Kunde ist für die Werbekonten und Unternehmensseiten verantwortlich

Vorteile	Nachteile
<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Ihre Agentur ist größtenteils für das Onboarding zuständig und der Kunde muss lediglich den Zugriff auf die <b>Unternehmensseite</b> freigeben.</li><li>✓ Ihre Agentur hat die volle Kontrolle über die <b>Werbekonten</b> und die Freigabe von Matched Audiences.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✗ Wenn Mitarbeiter:innen des Kundenunternehmens Zugriff auf die <b>Werbekonten</b> Ihrer Agentur benötigen, müssen Sie diese zu Ihrem Business Manager hinzufügen.</li><li>✗ Das Kundenunternehmen kann Matched Audiences aus eigenen <b>Werbekonten</b> nicht für Sie freigeben.</li></ul>





1

Überblick

2

Grundlegendes

A

B

C

D

E

3

Vorbereitung

4

Onboarding




Nur die Agentur verwendet Business Manager und benötigt Zugriff auf die Werbekonten und Unternehmensseiten des Kunden

#### Weitere Szenarien:

- Nur die Agentur verwendet Business Manager und ist für die Werbekonten verantwortlich
- Agentur und Kunde verwenden Business Manager und die Agentur ist für die Werbekonten verantwortlich
- Agentur und Kunde verwenden Business Manager und der Kunde ist für die Werbekonten und Unternehmensseiten verantwortlich

Vorteile	Nachteile
<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Einfacher Onboarding-Prozess für die Agentur</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✗ Das Kundenunternehmen muss alle Zugriffsanfragen für <i>Werbekonten</i> und <i>Unternehmensseiten</i> genehmigen.</li><li>✗ Der Kunde hat die Kontrolle über das <i>Werbekonto</i> und kann Ihrer Agentur jederzeit den Zugriff entziehen.</li><li>✗ Keine Freigabe von Matched Audiences möglich</li></ul>





1

Überblick

2

Grundlegendes

A

B

C

D

E

3

Vorbereitung

4

Onboarding



# Agentur und Kunde verwenden Business Manager und die Agentur ist für die Werbekonten verantwortlich

Bei diesem Szenario sind die *Unternehmensseiten* dem Kunden zugeordnet. Sie ermöglichen dem Kunden Zugriff auf ihre *Werbekonten* und erhalten vom Kunden Zugriff auf die *Unternehmensseiten*.

## Weitere Szenarien:

- Nur die Agentur verwendet Business Manager und ist für die Werbekonten verantwortlich
- Nur die Agentur verwendet Business Manager und benötigt Zugriff auf die Werbekonten und Unternehmensseiten des Kunden
- Agentur und Kunde verwenden Business Manager und der Kunde ist für die Werbekonten und Unternehmensseiten verantwortlich

## Vorteile

- ✓ Die Agentur hat die volle Kontrolle über die *Werbekonten* und die Freigabe von Matched Audiences.

## Nachteile

- ✗ Partnerschaften erfordern in der Regel mehr Abstimmung zwischen Agentur und Kunde.





1

Überblick

2

Grundlegendes

A

B

C

D

E

3

Vorbereitung

4

Onboarding



Agentur und Kunde verwenden Business Manager und der Kunde ist für die Werbekonten und Unternehmensseiten verantwortlich

Weitere Szenarien:

- [Nur die Agentur verwendet Business Manager und ist für die Werbekonten verantwortlich](#)
- [Nur die Agentur verwendet Business Manager und benötigt Zugriff auf die Werbekonten und Unternehmensseiten des Kunden](#)
- [Agentur und Kunde verwenden Business Manager und die Agentur ist für die Werbekonten verantwortlich](#)

### Vorteile

- ✓ Der Kunde ist größtenteils für das Onboarding zuständig.

### Nachteile

- ✗ Der Kunde hat die Kontrolle über das **Werbekonto** und kann Ihrer Agentur jederzeit den Zugriff entziehen.
- ✗ Das Kundenunternehmen muss Matched Audiences für mehrere Konten freigeben.





1

Überblick

2

Grundlegendes

3

Vorbereitung

A

B

C

4

Onboarding



# Vorbereitung



1

Überblick

2

Grundlegendes

3

Vorbereitung

A

B

C

4

Onboarding



# Vorbereitung

Die Vorlagen in diesem Abschnitt unterstützen Sie bei der Vorbereitung des Onboardings, während Ihre Agentur:

1. eine Liste der Personen und Assets zusammenstellt, die zum Business Manager hinzugefügt werden sollen
2. Ansprechpartner:innen im Kundenunternehmen über die Einführung des Business Managers informiert
3. den Kunden über die nächsten Schritte informiert





1

Überblick

2

Grundlegendes

3

Vorbereitung

A

B

C

4

Onboarding



# A. Liste mit Personen und Assets zusammenstellen

Tragen Sie alle relevanten Informationen zusammen, um Ihr Team zum Business Manager hinzuzufügen.







1

Überblick

2

Grundlegendes

3

Vorbereitung

A

B

C

4

Onboarding



# Relevante Informationen zusammenstellen

Nutzen Sie diese Vorlagen, um eine Liste aller **Unternehmensseiten**, **Werbekonten** und **Personen** zusammenzustellen, die Sie zum Business Manager hinzufügen müssen. Notieren Sie auch den Onboarding-Status für einzelne Unternehmen.

[Vorlage herunterladen](#)

## IDs der Werbekonten

Ermitteln Sie die *IDs relevanter Werbekonten*.



## Unternehmensseiten

Ermitteln Sie die *Unternehmensseiten*, die hinzugefügt werden sollen.



## Geschäftliche E-Mail-Adressen Ihrer Mitarbeiter:innen

Notieren Sie die Namen und die geschäftlichen E-Mail-Adressen aller Mitarbeiter:innen, die Sie zum Business Manager einladen möchten.



1

Überblick

2

Grundlegendes

3

Vorbereitung

A

B

C

4

Onboarding



## B. Interne Account-Teams informieren

Informieren Sie die zuständigen Teammitglieder Ihrer Agentur





1

Überblick

2

Grundlegendes

3

Vorbereitung

A

B

C

4

Onboarding



# E-Mail-Vorlage für das interne Team

Nutzen Sie diese E-Mail-Vorlage, um Ihr Team darüber zu informieren, dass Ihre Agentur den Business Manager einführen wird.



Vorlage herunterladen



Hilfreiche Ressourcen

- [Einrichtung – Überblick](#)
- [Erste Schritte mit LinkedIn Business Manager](#)





1

Überblick

2

Grundlegendes

3

Vorbereitung

A

B

C

4

Onboarding



# C. Externe Kundenteams informieren

Informieren Sie Ihren Kunden  
über die nächsten Schritte





1

Überblick

2

Grundlegendes

3

Vorbereitung

A

B

C

4

Onboarding



# E-Mail der Agentur an Kundenunternehmen: Einführung des Business Managers

Wählen Sie für jedes Kundenunternehmen die relevanten Attribute aus und laden Sie dann die entsprechende E-Mail-Vorlage zur Einführung von Business Manager herunter.



## Hilfreiche Ressourcen

- [LinkedIn Business Manager im Überblick](#)

Soll der Kunde ein eigenes Business Manager-Konto erstellen?	Abrechnendes Unternehmen für Werbekonten	E-Mail-Vorlage
Ja	Agentur, deshalb sollte sie für <b>Werbekonten</b> verantwortlich sein	
Ja	Unternehmen, deshalb sollte es für <b>Werbekonten</b> verantwortlich sein	
Nein	Agentur, deshalb sollte sie für <b>Werbekonten</b> verantwortlich sein	
Nein	Unternehmen, deshalb sollte es für <b>Werbekonten</b> verantwortlich sein	



1

Überblick

2

Grundlegendes

3

Vorbereitung

A

B

C

4

Onboarding

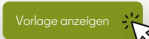
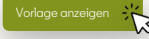


# E-Mail der Agentur an Kundenunternehmen: Nächste Schritte

Wählen Sie für jedes Kundenunternehmen die relevanten Attribute aus und laden Sie dann die entsprechende E-Mail-Vorlage für die nächsten Schritte zur Einführung des Business Managers herunter.

## Hilfreiche Ressourcen

- [Die Zusammenarbeit zwischen Agenturen und Marken im Überblick](#)
- [Einrichtung – Überblick](#)
- [Ausführlicher Ratgeber zum Business Manager](#)

Richtet der Kunde ein eigenes Business Manager-Konto ein?	Wer ist für Werbekonten und Unternehmensseiten verantwortlich?	E-Mail-Vorlage
Ja	Kunde	
Ja	Agentur ist verantwortlich für <i>Werbekonten</i> . Kunde ist verantwortlich für <i>Unternehmensseiten</i> .	
Nein	Kunde	



1

Überblick

2

Grundlegendes

3

Vorbereitung

4

Onboarding

A

B

C

D

E

F



# Onboarding





1

Überblick

2

Grundlegendes

3

Vorbereitung

4

Onboarding

A

B

C

D

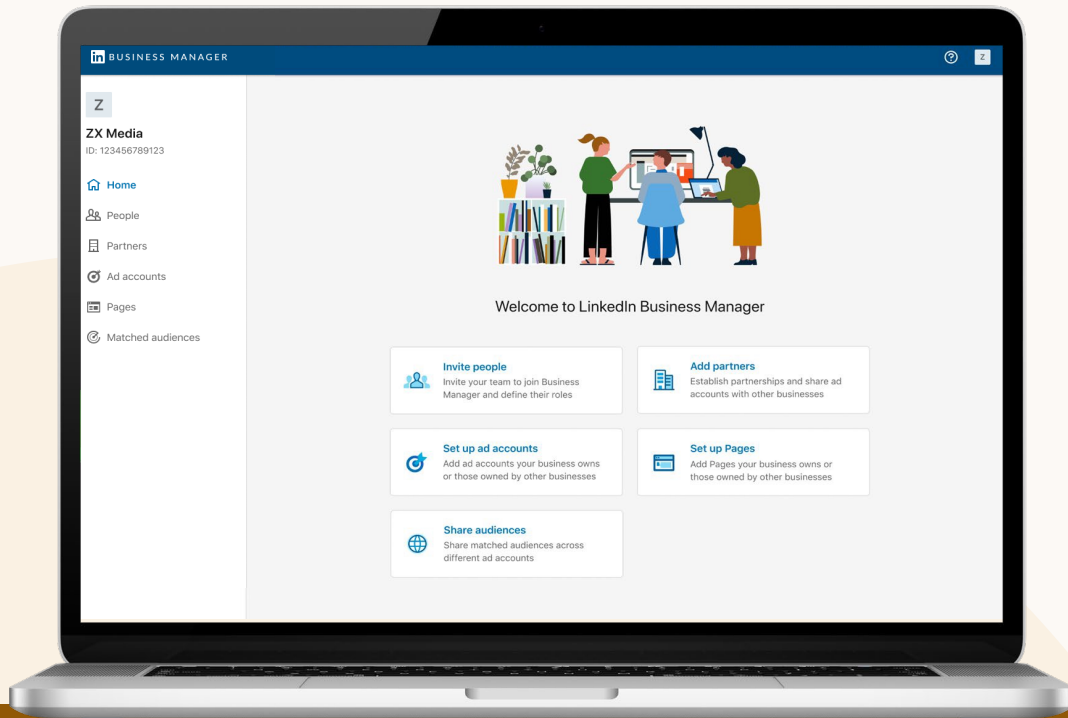
E

F



# Onboarding-Schritte

- A Business Manager-Konto erstellen
- B Admins einladen
- C Werbekonten hinzufügen
- D Unternehmensseiten hinzufügen
- E Zugriffsrechte prüfen
- F Partnerschaften einrichten







1

Überblick

2

Grundlegendes

3

Vorbereitung

4

Onboarding

A

B

C

D

E

F



Business Manager-Konto erstellen

# Auf „Erstellen“ klicken

Wir empfehlen Ihnen, den Namen Ihres Business Manager-Kontos aus dem Namen Ihrer Muttergesellschaft, dem Ihres Tochterunternehmens sowie Ihrem Standort oder Ihrer Geschäftseinheit zu bilden (z. B. LinkedIn Nordamerika Business Manager). Auf diese Weise können Kunden Ihr Unternehmen besser erkennen. Ein einheitliches Benennungsschema hilft Ihnen beim Aufbau einer übersichtlichen Struktur.

**CREATE BUSINESS MANAGER ACCOUNT**

**Business Manager account name**  
This is the name your employees and partners will use to identify your business. [Learn more](#)

**Your work email**  
This should be the email address you use for work. It does not need to match your personal email. We will send all communications related to your Business Manager account to this email address.

**How will you use Business Manager?**

☐ Manage my company's LinkedIn presence

☐ Manage clients or other businesses

**Business logo (Optional)**  
JPG or PNG; up to 5MB



1

Überblick

2

Grundlegendes

3

Vorbereitung

4

Onboarding

A

B

C

D

E

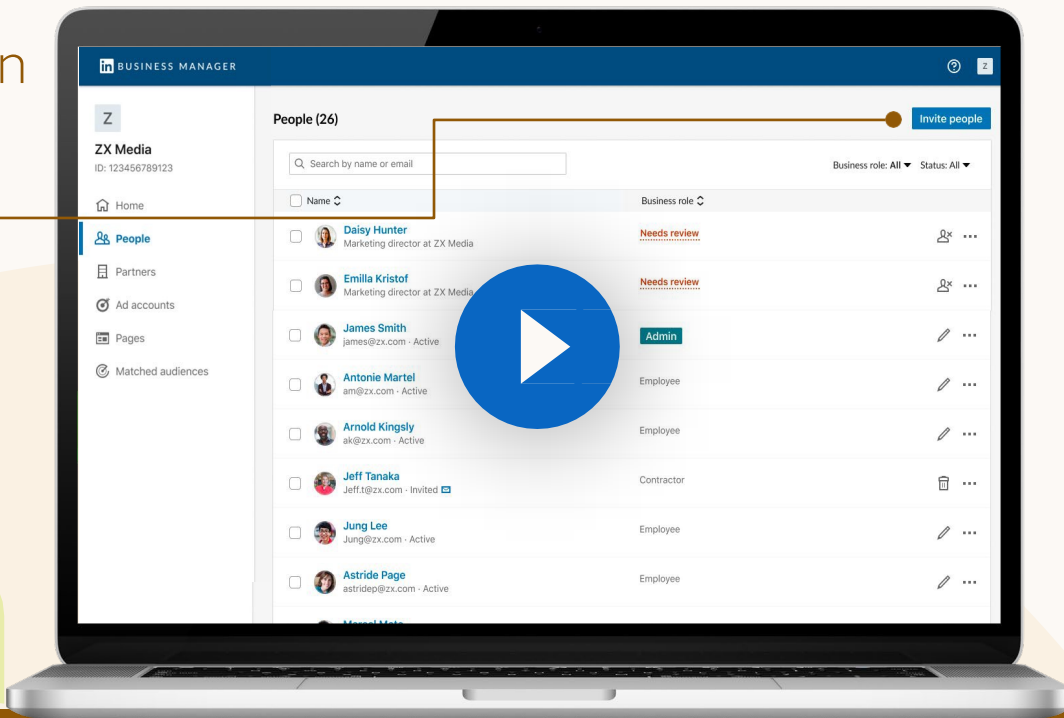
F

Admins einladen

# Teammitglieder einladen

Klicken Sie auf diesen Button, um Personen einzuladen, und geben Sie die geschäftlichen E-Mail-Adressen ein. Diese müssen nicht mit den jeweiligen LinkedIn Profilen verknüpft sein.

**Tipp:** Sie können mehrere Personen gleichzeitig einladen, indem Sie die E-Mail-Adressen durch ein Komma abgetrennt eingeben. Laden Sie als Erstes Admins ein und anschließend Mitarbeiter:innen und freie Mitarbeiter:innen. Weitere Informationen zu den unterschiedlichen Rollen erhalten Sie in dieser [Übersicht](#).





1

Überblick

2

Grundlegendes

3

Vorbereitung

4

Onboarding

A

B

C

D

E

F

Admins einladen

# User:innen nehmen Einladung an



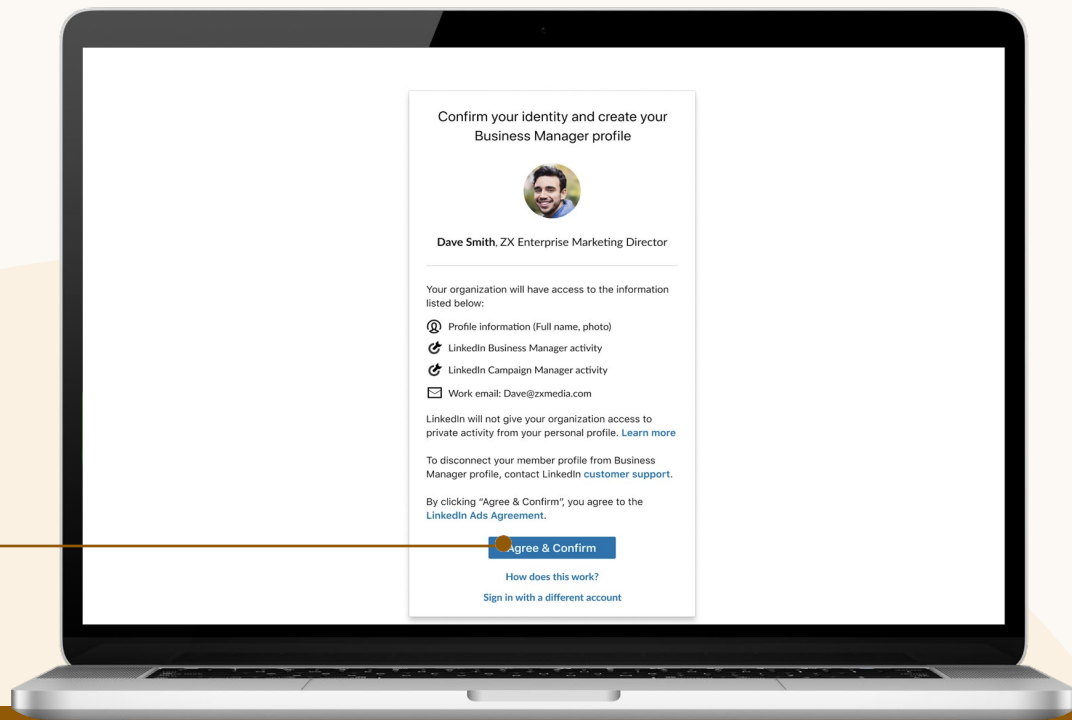
Dadurch wird ein Business Manager-Profil für sie erstellt.



Über dieses Profil können sie künftig auf **Werbekonten** und **Seiten** im Business Manager zugreifen.



Bisherige Zugriffsrechte auf **Werbekonten** und **Unternehmensseiten** bleiben bestehen.





1

Überblick

2

Grundlegendes

3

Vorbereitung

4

Onboarding

A

B

C

D

E

F

Werbekonten hinzufügen

# Werbekonten zum Business Manager hinzufügen



Tipp: Mit einer CSV-Datei können Sie bis zu 200 **Werbekonten** gleichzeitig hinzufügen. Es besteht eine Obergrenze von 1.000 **Werbekonten**. Beginnen Sie also mit Ihren aktiven **Werbekonten**.



Tipp: Wenn die Person bereits Account-Manager:in für das **Werbekonto** ist, das sie hinzufügt, wird dieses automatisch genehmigt. Andernfalls werden Bestätigungs-E-Mails an die betreffenden Account-Manager:innen gesendet.



Zugriffsanfragen für Werbekonten genehmigen

Verantwortlich für Werbekonten	Szenario	Anleitung
Agentur	Werbekonten per ID hinzufügen	 Zum Tutorial
	Werbekonten per CSV-Datei hinzufügen	 Zum Tutorial
Kunde	Hinzufügen, wenn Kunde kein Business Manager-Konto hat	 Zum Tutorial und zur E-Mail-Vorlage
	Hinzufügen, wenn Kunde ein Business Manager-Konto hat	 Zum Tutorial



1

Überblick

2

Grundlegendes

3

Vorbereitung

4

Onboarding

A

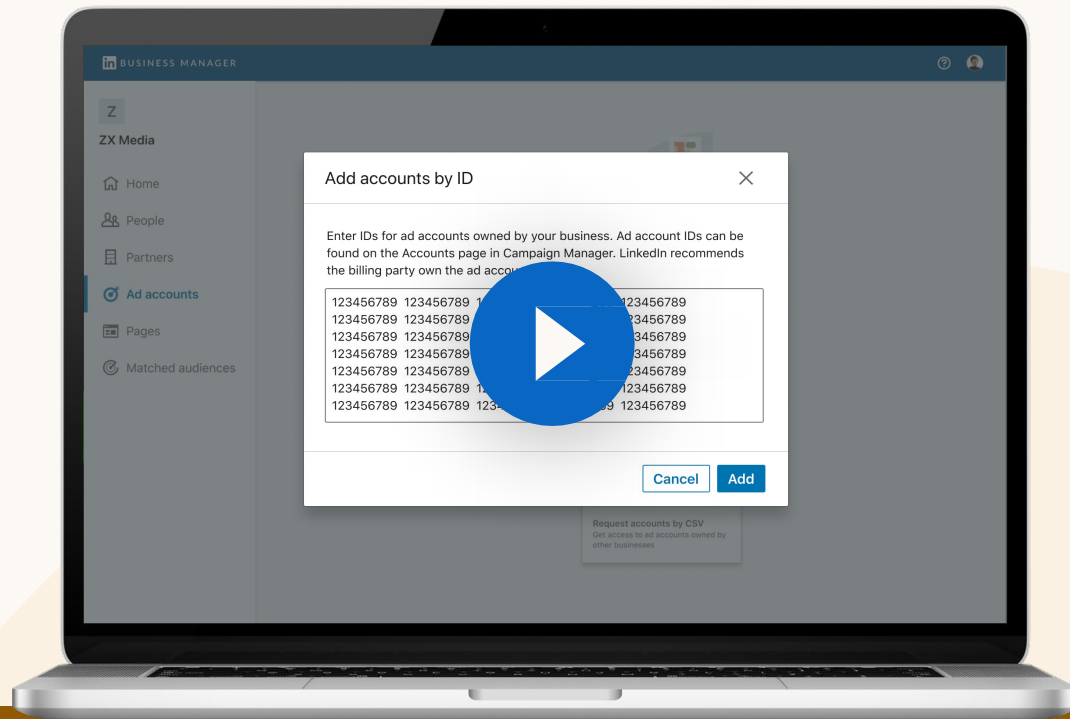
B

C

D

E

F

Werbekonten hinzufügen

## IDs der Werbekonten eingeben

Die 9-stelligen numerischen *IDs Ihrer Werbekonten* finden Sie im [Kampagnen-Manager](#) unter dem Tab „Werbekonten“. Klicken Sie unter *Werbekonten* auf *Werbekonten hinzufügen* > *Werbekonten per ID* hinzufügen.



**Tipp:** Wenn Sie mehrere Werbekonten eingeben, fügen Sie zwischen den IDs jeweils ein Leerzeichen ein.



1

Überblick

2

Grundlegendes

3

Vorbereitung

4

Onboarding

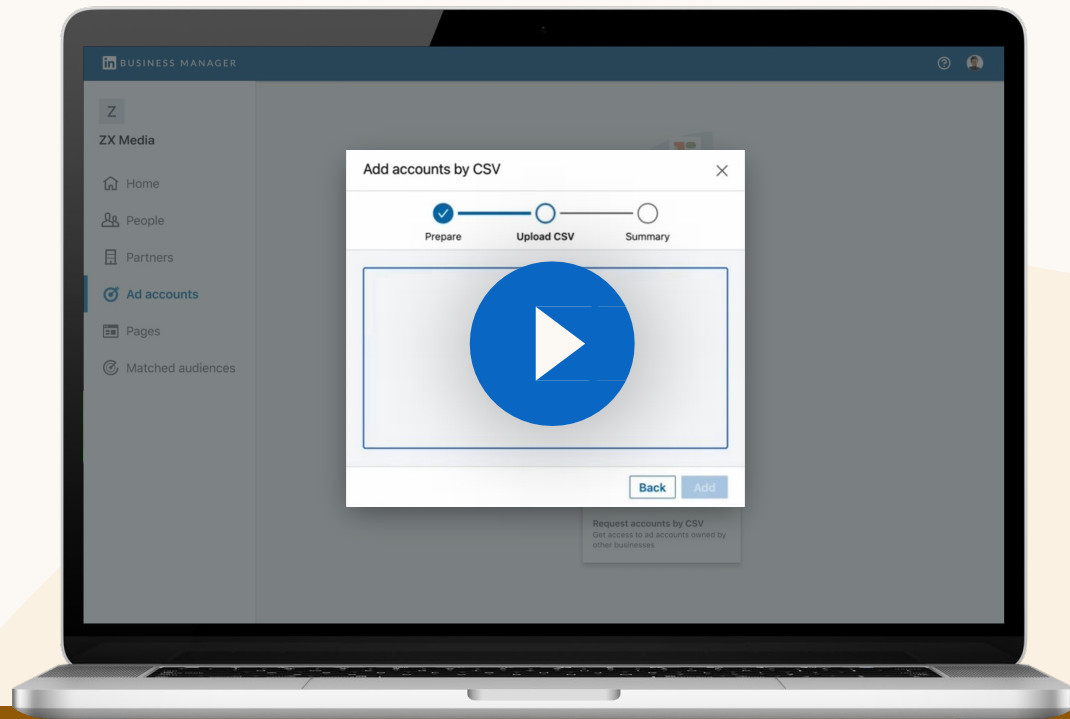
A

B

D

E

F



Werbekonten hinzufügen

## Mehrere IDs gleichzeitig per CSV-Datei hinzufügen

Sie können mehrere *Werbekonten* gesammelt hinzufügen. Klicken Sie dazu unter *Werbekonten* auf **Werbekonten hinzufügen** > **Werbekonten per CSV-Datei hinzufügen**.



1

Überblick

2

Grundlegendes

3

Vorbereitung

4

Onboarding

A

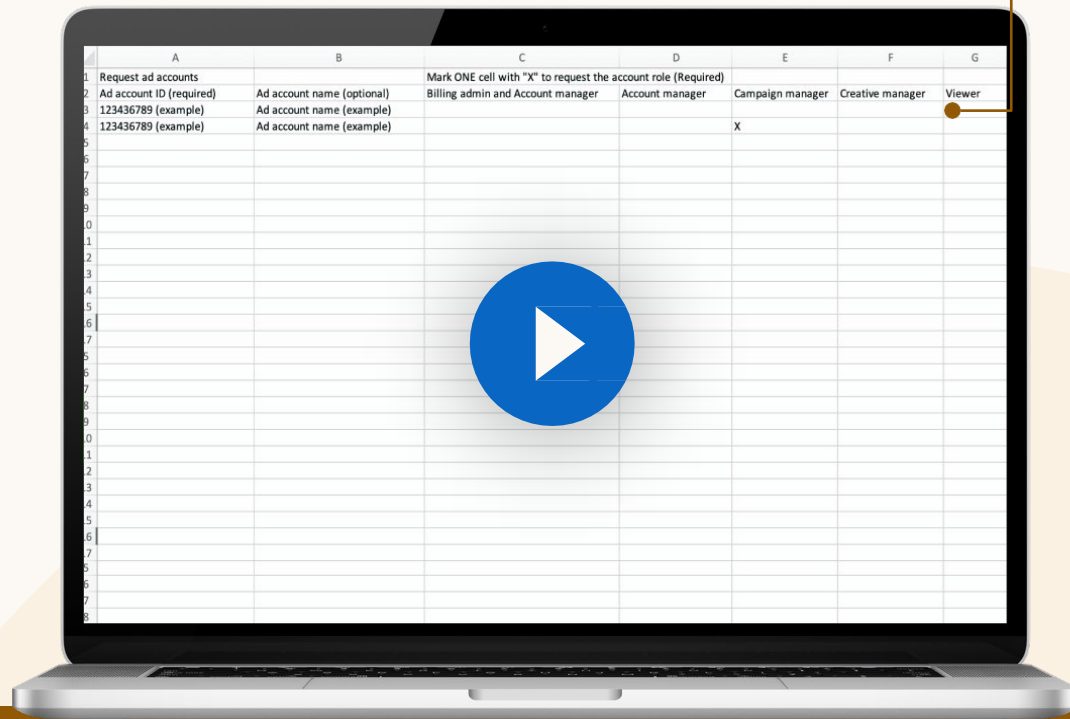
B

C

D

E

F

Werbekonten hinzufügen

## Zugriff für bestimmte Rollen anfordern

Verwenden Sie eine CSV-Datei und geben Sie die benötigte [Rolle](#) für Ihre Agentur an, indem Sie in die betreffende Spalte ein „X“ eintragen. Wird diese genehmigt, ist das die ranghöchste Rolle, die Sie Ihren Teammitgliedern zuweisen können.

Fügen Sie Ihrer *Zugriffsanfrage* dieses [vorformulierte Schreiben](#) an die Manager:innen der Werbekonten bei.



**Tipp:** Wenn das betreffende *Werbekonto* Ihrem Kundenunternehmen zugeordnet ist und dieses ein eigenes Business Manager-Konto hat, gehen Sie anders vor: Richten Sie eine Business Manager-Partnerschaft ein und bitten Sie Ihren Kunden dann, Ihnen Zugriff auf das *Werbekonto* zu geben. Verwenden Sie diese Option nur, sofern Ihr Kunde den LinkedIn Business Manager NICHT nutzt.



Verwenden Sie diese E-Mail-Vorlage, um Zugriff auf Werbekonten anzufordern.

Vorlage herunterladen



LinkedIn



1

Überblick

2

Grundlegendes

3

Vorbereitung

4

Onboarding

A

B

C

E

F

Unternehmensseiten hinzufügen

# Unternehmensseiten zum Business Manager hinzufügen



Zugriffsanfragen für  
Werbekonten genehmigen



Verantwortlich für Unternehmensseiten	Szenario	Anleitung
Agentur (Nicht empfohlen)	<i>Unternehmensseite</i> hinzufügen durch Suchen	 Zum Tutorial
Kunden- unternehmen	Zugriff auf <i>Unternehmensseite</i> anfordern, wenn der Kunde kein Business Manager-Konto hat	 Zum Tutorial und zur E-Mail-Vorlage
	Kunde hat ein Business Manager-Konto und gibt die <i>Unternehmensseite</i> für Sie frei	 Zum Tutorial





1

Überblick

2

Grundlegendes

3

Vorbereitung

4

Onboarding

A

B

C

D

E

F

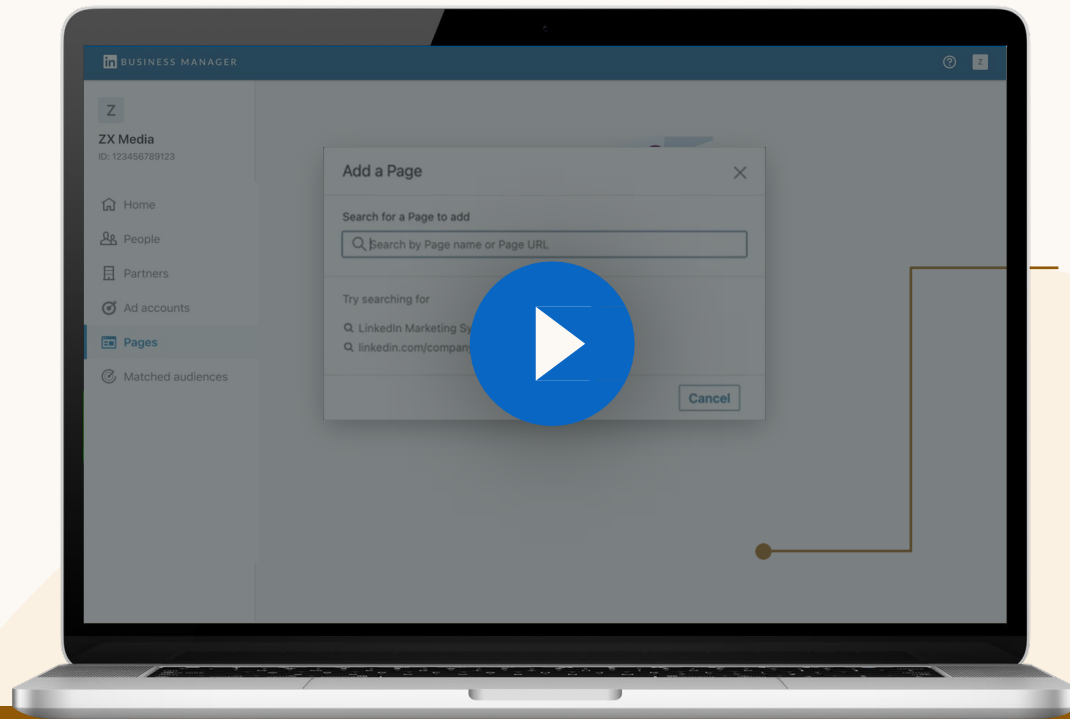
Unternehmensseiten hinzufügen

## Eigene Seite hinzufügen

Suchen Sie nach der *Seite*, die Sie hinzufügen möchten. Bevor das Eigentum an einer Seite angefordert werden kann, müssen Sie zuerst einen *Super-Admin* für diese *Seite* zu Ihrem Business Manager-Konto hinzufügen.



**Tipp:** LinkedIn empfiehlt, dass Sie die Seiten nicht der Agentur zuordnen.





1

Überblick

2

Grundlegendes

3

Vorbereitung

4

Onboarding

A

B

C

D

E

F



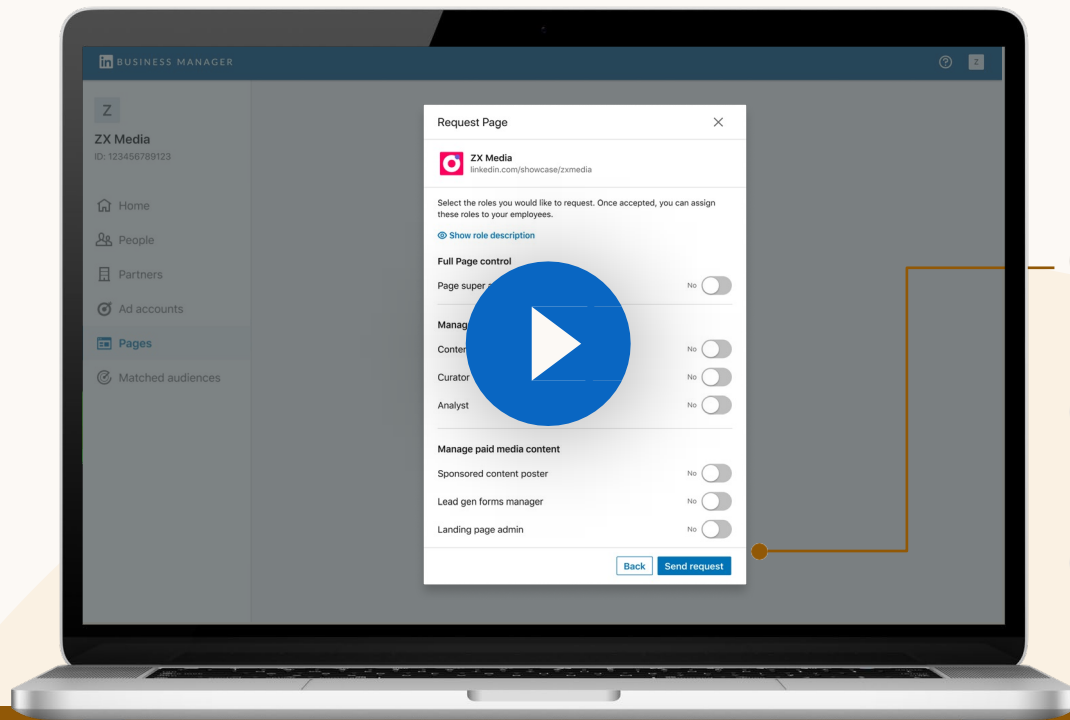
Unternehmensseiten hinzufügen

# Zugriff auf Unternehmensseiten anfordern

✓ Wenn Sie Zugriff auf eine Seite anfordern, müssen Sie die benötigten Rollen angeben. [Mehr erfahren.](#)

✓ Wählen Sie diese Option, wenn Sie Kampagnen für Ihre Kunden erstellen und diese kein eigenes Business Manager-Konto haben. Andernfalls bitten Sie das Kundenunternehmen, die Seite im Rahmen einer Partnerschaft für Sie freizugeben.

✓ Fügen Sie Ihrer **Zugriffsanfrage** dieses [vorformulierte Schreiben](#) an den **Super-Admin der Seite** bei.



Verwenden Sie diese E-Mail-Vorlage, um Zugriff auf Unternehmensseiten anzufordern.

Vorlage herunterladen



LinkedIn



1

Überblick

2

Grundlegendes

3

Vorbereitung

4

Onboarding

A

B

C

D

E

F

Zugriffsrechte prüfen

## Zugriffsrechte für Personen mit der Rolle „Überprüfung ausstehend“ prüfen

Die Rolle „Überprüfung ausstehend“ wird User:innen zugewiesen, die Zugriff auf *Werbekonten* und *Unternehmensseiten* hatten, bevor diese im Business Manager Ihrer Agentur zugeordnet wurden, aber noch nicht zum Business Manager eingeladen wurden.

Person	Szenario	Anleitung
Aktuelle Mitarbeitende	Laden Sie diese zum Business Manager ein.	 Tutorial ansehen
Ehemalige Mitarbeitende	Entfernen Sie diese Mitarbeiter:innen und damit ihren Zugriff auf Ihre <i>Werbekonten</i> und <i>Unternehmensseiten</i> .	 Tutorial ansehen
Mitarbeitende des Kunden	Bitten Sie bei Bedarf das Kundenunternehmen, ein eigenes Business Manager-Konto einzurichten, damit Sie dessen Mitarbeiter:innen im Rahmen einer Partnerschaft Zugriff auf Ihre <i>Werbekonten</i> geben können.	 Tutorial ansehen



1

Überblick

2

Grundlegendes

3

Vorbereitung

4

Onboarding

A

B

C

D

E




F

Partnerschaften einrichten

# Kunden als Partnerunternehmen hinzufügen

Wenn Sie und Ihr Kunde jeweils ein Business Manager-Konto nutzen möchten, können Sie eine Partnerschaft einrichten.

Partnerunternehmen können nur die *Werbekonten* und *Seiten* sehen und verwenden, die für sie freigegeben wurden. Sie können diese Konten und Seiten nicht für weitere Business Manager-Konten freigeben.

Szenario	Anleitung
Partnerunternehmen hinzufügen	 <a href="#">Zum Tutorial</a>
<i>Werbekonten</i> für Partnerunternehmen freigeben	 <a href="#">Zum Tutorial</a>
<i>Unternehmensseiten</i> für Partnerunternehmen freigeben	 <a href="#">Zum Tutorial</a>



1

Überblick

2

Grundlegendes

3

Vorbereitung

4

Onboarding

A

B

C

D

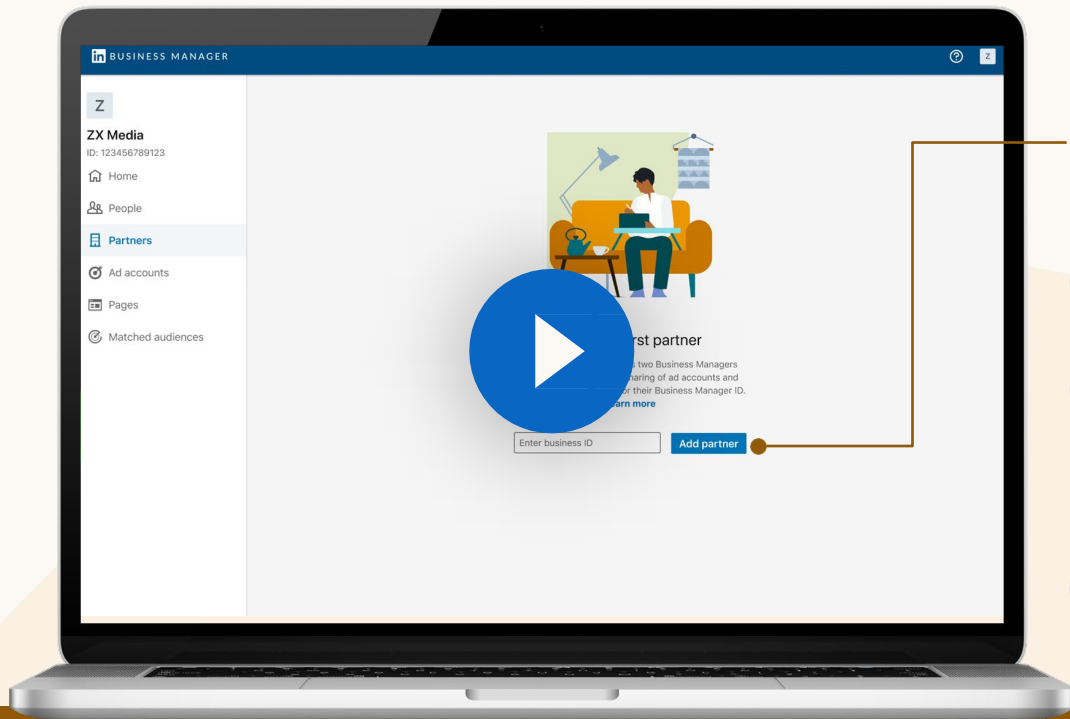
E

F

Partnerschaften einrichten

# Admins geben die Business Manager-ID ein

- ✓ Die Business Manager-IDs finden Sie unter dem jeweiligen Business Manager-Namen.
- ✓ Sie können nur eine Business Manager-Partnerschaft einrichten, wenn Ihre Agentur und Ihr Kunde über ein Business Manager-Konto verfügen.
- ✓ *Werbekonten* und *Seiten* werden nie automatisch mit einem Partnerunternehmen geteilt.
- ✓ Nur *Admins* können Partnerunternehmen hinzufügen.





1

Überblick

2

Grundlegendes

3

Vorbereitung

4

Onboarding

A

B

C

D

E

F

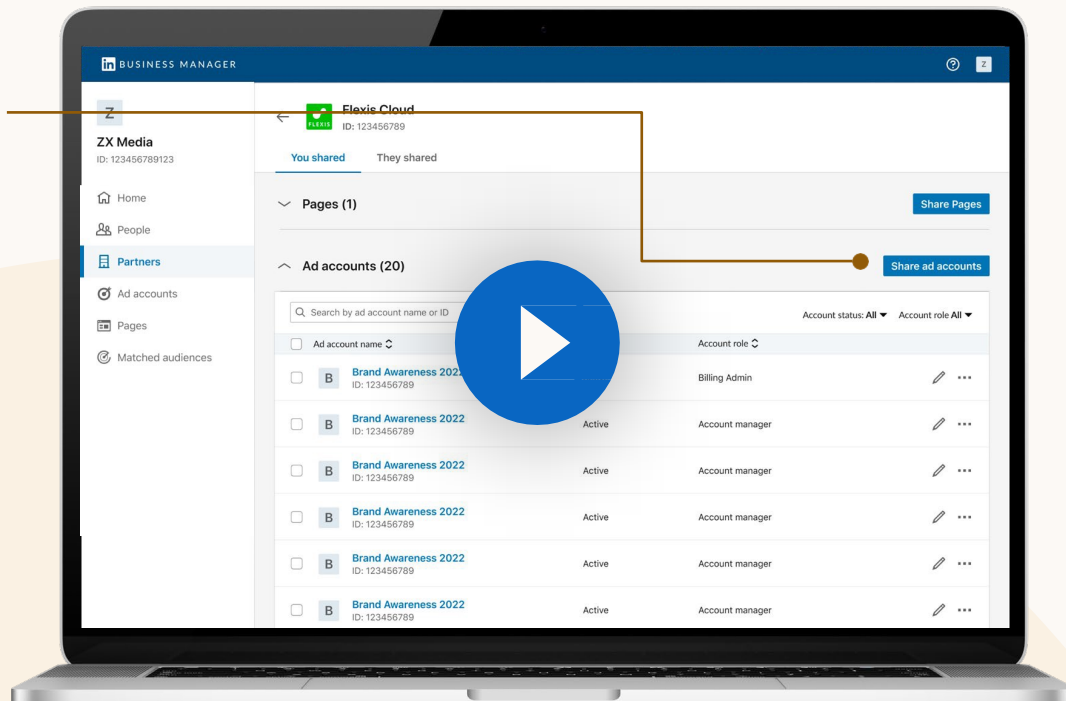


### Partnerschaften einrichten

Ein Partnerunternehmen auswählen, um Werbekonten freizugeben

Klicken Sie auf *Werbekonten freigeben* und wählen Sie die betreffenden Business Manager-*Werbekonten* aus.

Ihre Partnerunternehmen können Ihre freigegebenen *Werbekonten* und *Seiten* nicht für weitere Agenturen freigeben.





1

Überblick

2

Grundlegendes

3

Vorbereitung

4

Onboarding

A

B

C

D

E

F

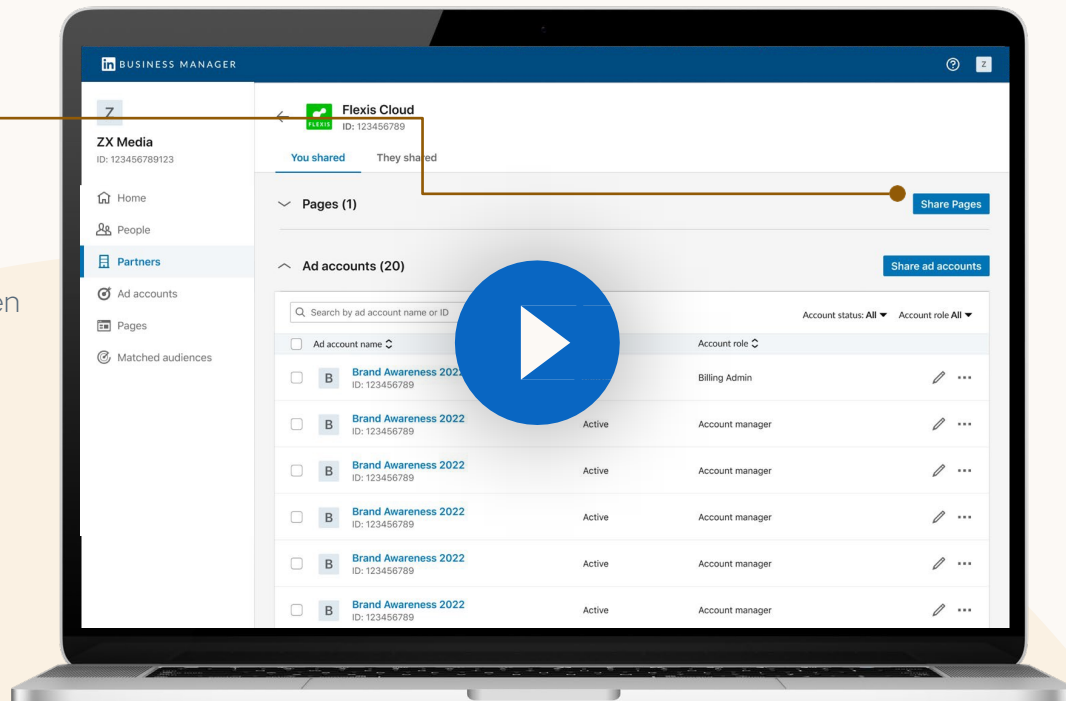


### Partnerschaften einrichten

Ein Partnerunternehmen auswählen, um Seiten freizugeben

Klicken Sie auf „Seiten freigeben“ und wählen Sie die betreffenden Business Manager-Unternehmensseiten aus.

Ihre Partnerunternehmen können Ihre freigegebenen Werbekonten und Seiten nicht für weitere Agenturen freigeben.





1

Überblick

2

Grundlegendes

3

Vorbereitung

4

Onboarding

A

B

C

D

E

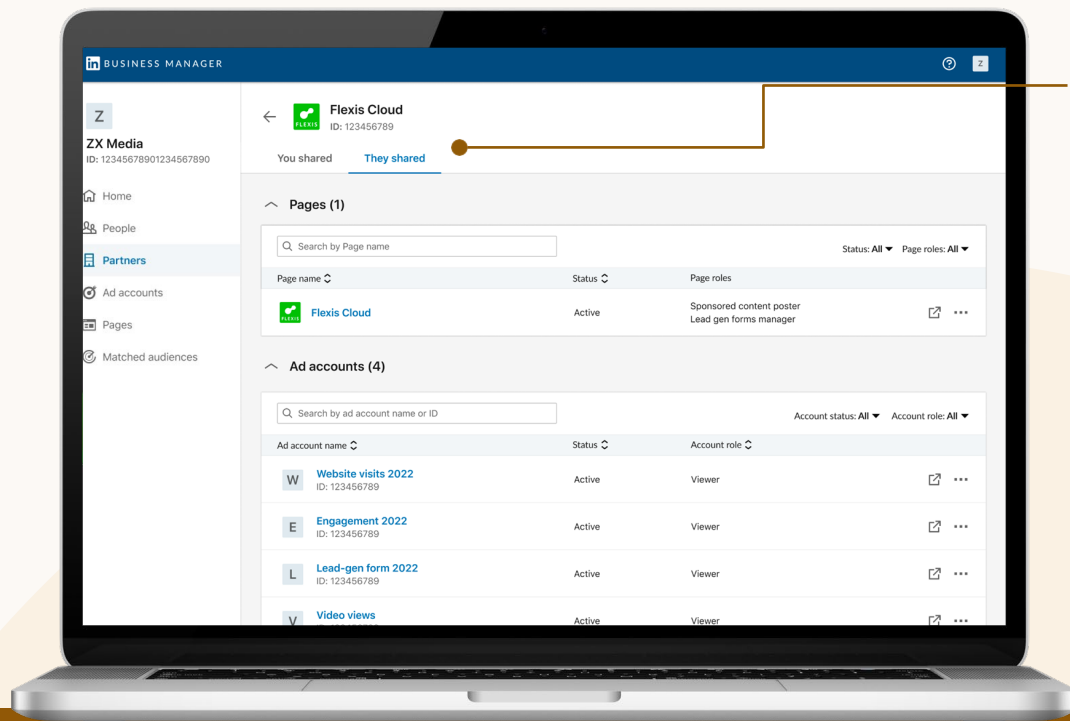
F

Partnerschaften einrichten

## Von Partnern freigegebene Konten und Seiten

Unter „Partnerunternehmen“ können Sie über den Tab „Von den Partnerunternehmen freigegeben“ alle für Sie freigegebenen *Werbekonten* und *Seiten* einsehen.

Zu diesen können Ihre *Admins* nun User:innen mit den von Ihrem Partnerunternehmen genehmigten Rollen hinzufügen.







1

Überblick

2

Grundlegendes

3

Vorbereitung

4

Onboarding



# Weitere Ressourcen

[Einrichtungsoptionen für Agenturen](#)

[Einrichtungsoptionen für Marken](#)

[Ausführlicher Ratgeber zum Einstieg](#) [Verantwortung für](#)

[Werbekonten und Unternehmensseiten \(Überblick\)](#)

[Zusammenarbeit zwischen Agenturen und](#)

[Kundenunternehmen \(Überblick\)](#) [Überblick zur](#)

[Zielgruppenfreigabe](#)

[Business Manager im Überblick](#)

[Einrichtung – Überblick](#) [Vorteile von](#)

[Unternehmensseiten](#)

[Personen und Berechtigungen verwalten](#)

[Vorlagen: CSV-Dateien und Onboarding-Tracker](#)



1

Überblick

2

Grundlegendes

3

Vorbereitung

4

Onboarding



# E-Mail-Vorlagen





1

Überblick

2

Grundlegendes

3

Vorbereitung

4

Onboarding



# E-Mail an interne Agentur-Teams

Kopieren Sie die rechts stehende Textvorlage in Ihre E-Mail. Bitte ergänzen Sie Ihre Angaben an den markierten Stellen.

An: Interne Account-Teams  
Betreff: Bevorstehende Umstellung auf LinkedIn Business Manager

Liebe Kolleg:innen,

wir freuen uns, Ihnen mitteilen zu können, dass LinkedIn einen eigenen Business Manager eingeführt hat, mit dem wir künftig alle *Werbekonten* und *Unternehmensseiten* unserer *Agentur* zentral steuern und verwalten können.

Sie erhalten in Kürze eine E-Mail (Betreff: Aktion erforderlich: E-Mail-Adresse bestätigen – LinkedIn Marketing Solutions) mit der Einladung, unserem Business Manager-Konto [\[Name des Business Manager-Kontos eingeben\]](#) beizutreten. Wenn Sie die E-Mail nicht erhalten, sehen Sie bitte in Ihrem Spam-Ordner nach und informieren Sie Ihre:n Manager:in.

Bitte beachten Sie die nachfolgenden Hinweise:

- Sie behalten Ihren Zugriff. Nachdem Sie die Einladung angenommen haben, werden Ihre bisherigen Berechtigungen für den Kampagnen-Manager und für *Unternehmensseiten* automatisch für bereits bestehende oder zukünftig hinzugefügte *Werbekonten* und *Unternehmensseiten* im Business Manager übernommen.
- Laufende Kampagnen, Abrechnungen und weitere Einstellungen wie Insight-Tags oder Integrationen bleiben davon unberührt.
- Alle Funktionen des Kampagnen-Managers und der *Unternehmensseiten* bleiben erhalten, mit Ausnahme der Verwaltung von Berechtigungen. Im Business Manager können ausschließlich Admins oder Account-Manager:innen mit Zugriff auf ein bestimmtes *Werbekonto* Berechtigungen verwalten.
- Sobald wir damit beginnen, unsere *Werbekonten* zum Business Manager hinzuzufügen, erhalten Sie unter Umständen E-Mail-Nachrichten mit Zugriffsanfragen auf diese Konten. Bitte genehmigen Sie alle Anfragen für *Werbekonten* von [\[Name des Business Manager-Kontos eingeben\]](#).

Weitere Informationen zum LinkedIn Business Manager finden Sie in diesem [Onboarding-Guide](#) und in diesem ausführlichen [Erste-Schritte-Guide](#). [\[Sie können diese Dateien herunterladen und als Anhang beifügen\]](#)

Bei Fragen stehe ich Ihnen gerne zur Verfügung.



1

Überblick

2

Grundlegendes

3

Vorbereitung

4

Onboarding

Version 1

# E-Mail an Kundenunternehmen

Szenario: Der Kunde hat ein eigenes Business Manager-Konto und die Agentur ist verantwortlich für die Werbekonten.

Kopieren Sie die rechts stehende Textvorlage in Ihre E-Mail. Bitte ergänzen Sie Ihre Angaben an den markierten Stellen.

An: Hauptkontakt des Kundenunternehmens

Betreff: [Antwort erforderlich] Effiziente Zusammenarbeit mit LinkedIn Business Manager

Hallo [Name eingeben],

wir freuen uns, Ihnen mitteilen zu können, dass LinkedIn einen eigenen Business Manager eingeführt hat. [Name der Agentur eingeben] hat bereits mit der Umstellung auf den Business Manager begonnen [oder wird in Kürze damit beginnen, falls Sie noch nicht damit begonnen haben]. Unsere laufenden Projekte sind davon aber in keiner Weise betroffen.

Mit dem Business Manager können wir administrative Aufgaben optimieren und die Zusammenarbeit mit unseren Kunden verbessern. So können wir uns in Zukunft noch stärker auf das Wesentliche konzentrieren: den ROI für [Name des Kundenunternehmens eingeben] zu steigern.

Einige wichtige Hinweise vorab:

- Sollte [Name des Kundenunternehmens eingeben] ein eigenes Business Manager-Konto einrichten?
  - Unsere Empfehlung: Erstellen Sie ein eigenes Business Manager-Konto, damit wir *Werbekonten*, *Seiten* und *Zielgruppen* gemeinsam nutzen können.
- Sollen die *Werbekonten*, die wir in Ihrem Namen betreuen, unserer Agentur oder [Name des Kundenunternehmens eingeben] zugeordnet werden?
  - LinkedIn empfiehlt, dass das abrechnende Unternehmen für Werbekonten verantwortlich sein sollte. Daher schlagen wir vor, dass die Werbekonten uns zugeordnet werden. <Folgendes nur übernehmen, sofern relevant:> Sollten wir unsere Zusammenarbeit zu einem späteren Zeitpunkt beenden, kann LinkedIn die Werbekonten auf [Name des Kundenunternehmens eingeben] übertragen.

Hilfreiche Ressourcen [Empfehlung: Herunterladen und als Anhang beifügen]:

- [LinkedIn Business Manager im Überblick](#)
- [Einrichtung – Überblick](#)

Bitte lassen Sie uns wissen, ob Sie dazu weitere Fragen oder Anliegen haben.



1

Überblick

2

Grundlegendes

3

Vorbereitung

4

Onboarding



Version 2

# E-Mail an Kundenunternehmen

Szenario: Der Kunde hat ein eigenes Business Manager-Konto und ist verantwortlich für die Werbekonten.

Kopieren Sie die rechts stehende Textvorlage in Ihre E-Mail. Bitte ergänzen Sie Ihre Angaben an den markierten Stellen.

An: Hauptkontakt des Kundenunternehmens

Betreff: [Antwort erforderlich] Effiziente Zusammenarbeit mit LinkedIn Business Manager

Hallo [Name eingeben],

wir freuen uns, Ihnen mitteilen zu können, dass LinkedIn einen eigenen Business Manager eingeführt hat. [Name der Agentur eingeben] hat bereits mit der Umstellung auf den Business Manager begonnen [oder wird in Kürze damit beginnen, falls Sie noch nicht damit begonnen haben]. Unsere laufenden Projekte sind davon aber in keiner Weise betroffen.

Mit dem Business Manager können wir administrative Aufgaben optimieren und die Zusammenarbeit mit unseren Kunden verbessern. So können wir uns in Zukunft noch stärker auf das Wesentliche konzentrieren: den ROI für [Name des Kundenunternehmens eingeben] zu steigern.

Einige wichtige Hinweise vorab:

- Sollte [Name des Kundenunternehmens eingeben] ein eigenes Business Manager-Konto einrichten?
  - Unsere Empfehlung: Erstellen Sie ein eigenes Business Manager-Konto, damit wir *Werbekonten*, *Seiten* und *Zielgruppen* gemeinsam nutzen können.
- Sollen die *Werbekonten*, die wir in Ihrem Namen betreuen, unserer Agentur oder [Name des Kundenunternehmens eingeben] zugeordnet werden?
  - LinkedIn empfiehlt, dass das abrechnende Unternehmen für *Werbekonten* verantwortlich sein sollte. Daher schlagen wir vor, dass die *Werbekonten*, die wir gemeinsam nutzen, [Name des Kundenunternehmens eingeben] zugeordnet werden.

Hilfreiche Ressourcen [Empfehlung: Herunterladen und als Anhang beifügen]:

- [LinkedIn Business Manager im Überblick](#)
- [Einrichtung – Überblick](#)

Bitte lassen Sie uns wissen, ob Sie dazu weitere Fragen oder Anliegen haben.



1

Überblick

2

Grundlegendes

3

Vorbereitung

4

Onboarding



Version 3

# E-Mail an Kundenunternehmen

Szenario: Der Kunde hat kein Business Manager-Konto und die Agentur ist verantwortlich für die Werbekonten.

Kopieren Sie die rechts stehende Textvorlage in Ihre E-Mail. Bitte ergänzen Sie Ihre Angaben an den markierten Stellen.

An: Hauptkontakt des Kundenunternehmens

Betreff: [Antwort erforderlich] Effiziente Zusammenarbeit mit LinkedIn Business Manager

Hallo [Name eingeben],

wir freuen uns, Ihnen mitteilen zu können, dass LinkedIn einen eigenen Business Manager eingeführt hat. [Name der Agentur eingeben] hat bereits mit der Umstellung auf den Business Manager begonnen [oder wird in Kürze damit beginnen, falls Sie noch nicht damit begonnen haben]. Unsere laufenden Projekte sind davon aber in keiner Weise betroffen.

Mit dem Business Manager können wir administrative Aufgaben optimieren und die Zusammenarbeit mit unseren Kunden verbessern. So können wir uns in Zukunft noch stärker auf das Wesentliche konzentrieren: den ROI für [Name des Kundenunternehmens eingeben] zu steigern.

Einige wichtige Hinweise vorab:

- Sollte [Name des Kundenunternehmens eingeben] ein eigenes Business Manager-Konto einrichten?
  - Unsere Empfehlung: Kein eigenes Konto. Aufgrund der aktuellen Funktionen des Business Managers sehen wir keinen Vorteil für [Name des Kundenunternehmens eingeben], ein eigenes Business Manager-Konto einzurichten. Um die Vorteile des Business Managers nutzen zu können, ist kein eigenes Konto erforderlich.
- Sollen die *Werbekonten*, die wir für Sie betreuen, unserer Agentur oder [Name des Kundenunternehmens eingeben] zugeordnet werden?
  - LinkedIn empfiehlt, dass das abrechnende Unternehmen für *Werbekonten* verantwortlich sein sollte. Daher schlagen wir vor, dass die *Werbekonten* der Agentur zugeordnet werden. <Folgendes nur übernehmen, sofern relevant:> Sollten wir unsere Zusammenarbeit zu einem späteren Zeitpunkt beenden, kann LinkedIn die *Werbekonten* auf [Name des Kundenunternehmens eingeben] übertragen.

Hilfreiche Ressourcen [Empfehlung: Herunterladen und als Anhang beifügen]:

- [LinkedIn Business Manager im Überblick](#)
- [Einrichtung – Überblick](#)

Bitte lassen Sie uns wissen, ob Sie dazu weitere Fragen oder Anliegen haben.



1

Überblick

2

Grundlegendes

3

Vorbereitung

4

Onboarding



Version 4

# E-Mail an Kundenunternehmen

Szenario: Der Kunde hat kein Business Manager-Konto und ist verantwortlich für die Werbekonten.

Kopieren Sie die rechts stehende Textvorlage in Ihre E-Mail. Bitte ergänzen Sie Ihre Angaben an den markierten Stellen.

An: Hauptkontakt des Kundenunternehmens

Betreff: [Antwort erforderlich] Effiziente Zusammenarbeit mit LinkedIn Business Manager

Hallo [Name eingeben],

wir freuen uns, Ihnen mitteilen zu können, dass LinkedIn einen eigenen Business Manager eingeführt hat. [Name der Agentur eingeben] hat bereits mit der Umstellung auf den Business Manager begonnen [oder wird in Kürze damit beginnen, falls Sie noch nicht damit begonnen haben]. Unsere laufenden Projekte sind davon aber in keiner Weise betroffen.

Mit dem Business Manager können wir administrative Aufgaben optimieren und die Zusammenarbeit mit unseren Kunden verbessern. So können wir uns in Zukunft noch stärker auf das Wesentliche konzentrieren: den ROI für [Name des Kundenunternehmens eingeben] zu steigern.

Einige wichtige Hinweise vorab:

- Sollte [Name des Kundenunternehmens eingeben] ein eigenes Business Manager-Konto einrichten?
  - Unsere Empfehlung: Kein eigenes Konto. Aufgrund der aktuellen Funktionen des Business Managers sehen wir keinen Vorteil für [Name des Kundenunternehmens eingeben], ein eigenes Business Manager-Konto einzurichten. Um die Vorteile des Business Managers nutzen zu können, ist kein eigenes Konto erforderlich.
- Sollen die Werbekonten, die wir in Ihrem Namen betreuen, unserer Agentur oder [Name des Kundenunternehmens eingeben] zugeordnet werden?
  - LinkedIn empfiehlt, dass das abrechnende Unternehmen für Werbekonten verantwortlich sein sollte. Daher schlagen wir vor, dass die Werbekonten, die wir gemeinsam nutzen, [Name des Kundenunternehmens eingeben] zugeordnet werden.

Hilfreiche Ressourcen [Empfehlung: Herunterladen und als Anhang beifügen]:

- [LinkedIn Business Manager im Überblick](#)
- [Einrichtung – Überblick](#)

Bitte lassen Sie uns wissen, ob Sie dazu weitere Fragen oder Anliegen haben.



1

Überblick

2

Grundlegendes

3

Vorbereitung

4

Onboarding



Version 1

# E-Mail an Kunde: Nächste Schritte

Szenario: Der Kunde hat ein  
eigenes Business Manager-Konto  
und ist verantwortlich für  
Werbekonten und  
Unternehmensseiten.

Kopieren Sie die rechts stehende  
Textvorlage in Ihre E-Mail. Bitte  
ergänzen Sie Ihre Angaben an den  
markierten Stellen.

An: Hauptkontakt des Kundenunternehmens

Betreff: [Aktion erforderlich] Nächste Schritte zur Einführung des LinkedIn Business Managers

Hallo [Name eingeben],

[Name der Agentur] hat mit der Umstellung auf den LinkedIn Business Manager begonnen.

Bei den folgenden Schritten benötigen wir Ihre Unterstützung:

1. Bitte erstellen Sie ein Business Manager-Konto und teilen Sie uns Ihre ID (oben links im Manager) mit, damit wir eine Business Manager-Partnerschaft mit Ihnen einrichten können und den Zugriff auf **Werbekonten** und **Unternehmensseiten** gegenseitig freigeben können. Unsere Business Manager-ID lautet [Business Manager-ID der Agentur eingeben].
2. Bitte fügen Sie Ihre **Werbekonten** und **Unternehmensseiten** zum Business Manager hinzu.
3. Bitte geben Sie diese anschließend im Rahmen unserer **Partnerschaft** für unseren Business Manager frei, damit wir den Zugriff unserer Mitarbeiter:innen selbst verwalten können. Wir benötigen Zugriff auf die folgenden **Werbekonten** und **Unternehmensseiten** für folgende Rollen:
  - [IDs der Werbekonten und erforderliche Rollen eingeben (z. B. Account-Manager:in)]
  - [Name(n) oder URL(s) der Unternehmensseite(n) und erforderliche Rollen eingeben (z. B. Sponsored-Content-Poster:in)]

Weitere Informationen zum LinkedIn Business Manager finden Sie in diesem [Onboarding-Guide](#) und in diesem ausführlichen [Erste-Schritte-Guide](#). [Sie können diese Dateien herunterladen und als Anhang beifügen]





1

Überblick

2

Grundlegendes

3

Vorbereitung

4

Onboarding



Version 2

# E-Mail an Kunde: Nächste Schritte

Szenario: Der Kunde hat ein eigenes Business Manager-Konto und ist nur für die Unternehmensseiten verantwortlich.

Kopieren Sie die rechts stehende Textvorlage in Ihre E-Mail. Bitte ergänzen Sie Ihre Angaben an den markierten Stellen.

An: Hauptkontakt des Kundenunternehmens

Betreff: [Aktion erforderlich] Nächste Schritte zur Einführung des LinkedIn Business Managers

Hallo [Name eingeben],

[Name der Agentur] hat mit der Umstellung auf den LinkedIn Business Manager begonnen.

Bei den folgenden Schritten brauchen wir Ihre Unterstützung:

1. Bitte erstellen Sie ein Business Manager-Konto und teilen Sie uns Ihre ID (oben links im Manager) mit, damit wir eine Business Manager-Partnerschaft mit Ihnen einrichten können und den Zugriff auf **Werbekonten** und **Unternehmensseiten** gegenseitig freigeben können. Unsere Business Manager-ID lautet [Business Manager-ID der Agentur eingeben].
2. Bitte fügen Sie Ihre **Unternehmensseiten** zum Business Manager hinzu. Bitte geben Sie diese anschließend im Rahmen unserer Partnerschaft für unseren Business Manager frei, damit wir den Zugriff unserer Mitarbeiter:innen selbst verwalten können. Wir benötigen Zugriff auf die folgenden **Unternehmensseiten** für folgende Rollen:  
[Name(n) oder URL(s) der Unternehmensseite(n) und erforderliche Rollen eingeben  
(z. B. Sponsored-Content-Poster:in)]
3. Auf Wunsch können wir dann **Werbekonten** für Ihr Business Manager-Konto freigeben, damit Sie diese tracken und eigene Mitarbeiter:innen zu diesen **Werbekonten** hinzufügen können.

Weitere Informationen zum LinkedIn Business Manager finden Sie in diesem [Onboarding-Guide](#) und in diesem ausführlichen [Erste-Schritte-Guide](#). [Sie können diese Dateien herunterladen und als Anhang beifügen]



1

Überblick

2

Grundlegendes

3

Vorbereitung

4

Onboarding



Version 3

# E-Mail an Kunde: Nächste Schritte

Szenario: Der Kunde hat kein Business Manager-Konto und ist verantwortlich für Werbekonten und Unternehmensseiten.

Kopieren Sie die rechts stehende Textvorlage in Ihre E-Mail. Bitte ergänzen Sie Ihre Angaben an den markierten Stellen.

An: Hauptkontakt des Kundenunternehmens

Betreff: [Aktion erforderlich] Nächste Schritte zur Einführung des LinkedIn Business Managers

Hallo [Name eingeben],

[Name der Agentur] hat mit der Umstellung auf den LinkedIn Business Manager begonnen. Sie werden von [Name des Business Manager-Kontos der Agentur eingeben] erhalten, damit Sie die Werbekonten und Unternehmensseiten, die wir in Ihrem Namen betreuen, für uns freigeben können.

**Bitte informieren Sie** auch die Account-Manager:innen der **Werbekonten** und die **Super-Admins** der **Unternehmensseiten** darüber, dass sie E-Mails mit Zugriffsanfragen erhalten werden. Bitte genehmigen Sie diese Anfragen.

Die Umstellung hat keine Auswirkungen darauf, wie Sie Ihre **Werbekonten** und **Unternehmensseiten** derzeit nutzen. Damit gestatten Sie nichts weiter, als den Zugriff unserer User:innen auf diese **Werbekonten** und **Unternehmensseiten** im Rahmen der von Ihnen genehmigten Rollen im Business Manager selbstständig zu verwalten.

- Dies erspart Ihnen viel Zeit, da wir Sie nicht jedes Mal kontaktieren müssen, wenn ein neues Teammitglied Zugriff auf die **Werbekonten** und **Seiten** benötigt oder wenn die Zugriffsrechte eines ehemaligen Teammitglieds gelöscht werden müssen.
- Außerdem können Sie so insbesondere den Zugriff auf Ihre **Unternehmensseiten** besser steuern. Sollten wir unsere Zusammenarbeit einmal beenden, können Sie den Zugriff unserer gesamten Agentur widerrufen und müssen dies nicht für jede Person einzeln tun.

Bei Fragen stehe ich Ihnen gerne zur Verfügung.



1

Überblick

2

Grundlegendes

3

Vorbereitung

4

Onboarding



# E-Mail für Zugriffsanfragen für Werbekonto

Kopieren Sie die rechts stehende Textvorlage in Ihre E-Mail. Bitte ergänzen Sie Ihre Angaben an den markierten Stellen.

**An:** Hauptkontakt des Kundenunternehmens

**Betreff:** Genehmigung unserer LinkedIn Business Manager-Anfrage

Hallo [Name eingeben],

Wir haben vor Kurzem ein Business Manager-Konto eingerichtet.

Der Business Manager ist eine neue Plattform, die uns die zentrale Verwaltung aller unserer Werbekonten, Seiten und User:innen ermöglicht – und unsere Zusammenarbeit mit Unternehmen wie Ihrem auf LinkedIn vereinfacht.

Wir haben Ihnen soeben über unseren Business Manager [Name des Business Manager-Kontos eingeben] eine Zugriffsanfrage für Ihr **Werbekonto** [Name und/oder ID eingeben] gesendet. Die verantwortlichen Account-Manager:innen können diese genehmigen, indem sie im Kampagnen-Manager oben rechts auf ihr Profilbild und anschließend auf „Business Manager-Anfragen“ klicken.

Bitte genehmigen Sie diese Anfrage.

Damit gestatten Sie uns nichts weiter, als den Zugriff unserer User:innen auf dieses **Werbekonto** im Rahmen der von Ihnen genehmigten Rolle(n) selbstständig zu verwalten. Dies hat keine Auswirkungen auf Ihre laufenden Kampagnen oder Geschäftsprozesse. Sie können unseren Zugriff jederzeit widerrufen, indem Sie im Kampagnen-Manager einzelne User:innen entfernen oder das Supportteam von LinkedIn bitten, unser gesamtes Unternehmen zu entfernen. Wir würden Sie jedoch bitten, dies vorher mit uns zu besprechen.

Bei Fragen stehe ich Ihnen gerne zur Verfügung.



1

Überblick

2

Grundlegendes

3

Vorbereitung

4

Onboarding



# E-Mail für Zugriffsanfragen für Unternehmens- seite

Kopieren Sie die rechts stehende Textvorlage in Ihre E-Mail. Bitte ergänzen Sie Ihre Angaben an den markierten Stellen.

An: Hauptkontakt des Kundenunternehmens  
Betreff: Genehmigung unserer LinkedIn Business Manager-Anfrage

Hallo [Name eingeben],

Wir haben vor Kurzem ein Business Manager-Konto eingerichtet.

Der Business Manager ist eine neue Plattform, die uns die zentrale Verwaltung aller unserer Werbekonten, Seiten und User:innen ermöglicht – und unsere Zusammenarbeit mit Unternehmen wie Ihrem auf LinkedIn vereinfacht.

Wir haben Ihnen soeben über unseren Business Manager, [Name des Business Managers eingeben], eine Zugriffsanfrage für Ihre **Unternehmensseite** [Name und/oder ID eingeben] gesendet. Die **Super-Admins** dieser **Seite** können diese Anfrage im Dropdown-Menü für Admin-Tools über die Option „Admins verwalten“ genehmigen.

Bitte genehmigen Sie diese Anfrage.

Damit gestatten Sie uns nichts weiter, als den Zugriff unserer User:innen auf diese **Seite** im Rahmen der von Ihnen genehmigten Rolle(n) selbstständig zu verwalten. Dies hat keine Auswirkungen auf Ihre **Seite**. Sie können unseren Zugriff jederzeit widerrufen, indem Sie einzelne User:innen von den **Seiten** entfernen oder das Supportteam von LinkedIn um Hilfe bitten. Wir würden Sie jedoch bitten, dies vorher mit uns zu besprechen.

Bei Fragen stehe ich Ihnen gerne zur Verfügung.



1

Überblick

2

Grundlegendes

3

Vorbereitung

4

Onboarding



# Vielen Dank!

Bei Fragen können Sie sich jederzeit an Ihre:n Ansprechpartner:in im LinkedIn Vertriebsteam wenden. Sie haben möglicherweise Anspruch auf erweiterten Business Manager-Support. Besuchen Sie auch gerne unseren [Hilfebereich](#).

