



Eric Tüscher

Karriereberatung | Outplacement | Headhunting | LinkedIn 5.0 Mio.+ Impressions | Autor Springer Verlag | CEO @ Q Concept

17k followers • [View Profile](#)

2

POSTS / WEEK

7 AM, UTC

MAIN POSTING TIME

180

AVG REACTIONS
90 comments

28%

CALL-TO-ACTION
FREQUENCY

#1 SUCCESS FACTOR

Er gewinnt Reichweite, weil er fast jeden Post mit einem klaren, mutigen Standpunkt startet, ihn sofort mit echten Szenen/Beispielen und einer kurzen Liste beweist und dann mit einer einfachen Frage Menschen in die Diskussion zieht. Diese Autorität schließt er nicht im Post, sondern im Profil: Dort ist das Angebot glasklar und der nächste Schritt (kostenloses Erstgespräch) extrem leicht.

FORMAT BREAKDOWN



■ Image 100% 180 avg reactions

7 Tactics You Can Steal

01 [Starte mit einem Satz, der die meisten Leute sofort triggert](#)

02 [Erzähle eine kurze Szene und lass am Ende jemand die Reißleine ziehen](#)

03 Schreibe echte Sätze hin, die Leute im Alltag wirklich sagen

04 Gib eine kleine Liste, die man sofort kopieren kann

05 Mach das Problem körperlich und teuer, bevor du den Rat gibst

06 Beende jeden Post mit einer Frage, die Geschichten auslöst

07 Verkaufe erst ganz am Ende als P.S., nicht mitten im Text

7 Tactics You Can Steal

1

Starte mit einem Satz, der die meisten Leute sofort triggert

Er beginnt oft mit einem harten Satz, der eine weit verbreitete Meinung umdreht, sodass man fast automatisch nicken oder widersprechen will. Das funktioniert, weil Menschen schneller reagieren, wenn sie sich „positionieren“ müssen. Sein stärkster Post dieser Art liegt bei 8.69x relative Engagement, und auch andere Top-Posts mit diesem Start liegen über 4x. Mach es so: Nimm einen Satz, den „alle glauben“, dreh ihn um, und liefere direkt 2–3 kurze Belege aus der Praxis.

[Example 1 →](#)[Example 2 →](#)

2

Erzähle eine kurze Szene und lass am Ende jemand die Reißleine ziehen

Viele seiner besten Posts sind keine Theorie, sondern eine Mini-Geschichte: konkrete Person, konkretes Problem, klarer Wendepunkt. Das wirkt glaubwürdig, weil Leser die Situation „sehen“ können und merken: Das ist nicht nur eine Meinung. In den sichtbarsten Leadership-Posts schlägt diese konkrete Fehler-Szene abstrakte Reflexion deutlich (Ø 4.51x vs. Ø 0.86x relative Engagement). Mach es so: 5–8 Zeilen Szene, dann 3 Learnings als Bulletpoints, dann eine Frage.

[Example 1 →](#)[Example 2 →](#)

3

Schreibe echte Sätze hin, die Leute im Alltag wirklich sagen

Er baut Spannung, indem er wörtliche Rede nutzt („O-Töne“) statt alles nur zusammenzufassen. Das klappt, weil Leser diese Sätze sofort wiedererkennen und dann ihre eigene Story in die Kommentare schreiben wollen. Mehrere seiner Top-Posts nutzen genau diese O-Töne als Herzstück (zum Beispiel bei Umfeld-Druck oder abwertenden Sprüchen im Meeting) und landen bei Ø 1.71x–1.85x relative Engagement. Mach es so: Sammle 3 typische Sätze aus Gesprächen, setze sie in Anführungszeichen, und erkläre kurz, was dahinter steckt.

[Example 1 →](#)[Example 2 →](#)

4

Gib eine kleine Liste, die man sofort kopieren kann

Fast jeder Top-Post enthält eine kurze Liste (meist 3–6 Punkte) oder ein simples Entscheidungsraaster. Das funktioniert, weil Listen schnell zu scannen sind und jeder „seinen“ Punkt findet — und genau das treibt Saves, Shares und Kommentare. In seinen besten Posts kommen nach der Szene oft klare Stichpunkte zu typischen Denkfehlern oder Kriterien, woran man gutes Verhalten erkennt (z. B. 4.33x und 2.06x relative Engagement). Mach es so: Formuliere 3–5 Punkte so, dass man sie 1:1 als Checkliste nutzen kann.

[Example 1 →](#)[Example 2 →](#)

5

Mach das Problem körperlich und teuer, bevor du den Rat gibst

Wenn er zum Handeln auffordert, beschreibt er zuerst die echten Kosten: Schlaf, Energie, Stimmung, Gesundheit, Karrierezeit. Das wirkt, weil „Unzufriedenheit“ abstrakt ist — aber körperliche Folgen und verlorene Jahre fühlen sich sofort real an. Ein solcher Post kann selbst mit klarer Handlungsaufforderung noch gut laufen (1.39x relative Engagement), obwohl direkte Conversion-CTAs im Schnitt schwächer performen (Ø 1.14x vs. Ø 1.75x). Mach es so: Nenne 3 konkrete Symptome/Kosten, dann eine einfache Metapher, dann den nächsten Schritt.

[Example 1 →](#)[Example 2 →](#)**6**

Beende jeden Post mit einer Frage, die Geschichten auslöst

Er baut Kommentare systematisch ein: In den sichtbaren Posts endet wirklich jeder einzelne mit einer Frage (36 von 36). Das klappt, weil Menschen leichter antworten, wenn du ihnen eine klare „Einstiegsrampe“ gibst (Erfahrung teilen, Meinung sagen, Beispiel nennen). Seine stärksten Posts kombinieren die Frage mit einem klaren Standpunkt, sodass man fast gezwungen ist zu reagieren. Mach es so: Stelle am Ende genau eine Frage, die nach einer eigenen Erfahrung fragt — nicht nach „Was denkst du?“

[Example 1 →](#)[Example 2 →](#)**7**

Verkaufe erst ganz am Ende als P.S., nicht mitten im Text

Wenn er verkauft, hängt er es meist als kurzes P.S. hinten dran und lenkt auf Profil/DM statt auf einen langen Link-Block im Text. Das schützt das Vertrauen, weil der Post zuerst Nutzen liefert und die Werbung nicht den Lesefluss kapert. In den sichtbaren Posts haben nur 10 von 36 eine direkte Conversion-CTA (27.78%), und diese Posts liegen im Schnitt niedriger (Ø 1.14x vs. Ø 1.75x relative Engagement) — deshalb wirkt der „P.S.-Stil“ wie ein Kompromiss aus Reichweite und Umsatz. Mach es so: Schreibe erst den ganzen Post fertig, dann ein P.S. mit einem einzigen nächsten Schritt.

[Example 1 →](#)[Example 2 →](#)[Example 3 →](#)[Profile →](#)

Profile Breakdown

HEADLINE FORMULA

Karriereberatung | Outplacement | Headhunting | LinkedIn 5.0 Mio.+ Impressions |
Autor Springer Verlag | CEO @ Q Concept

[Leistung/Problemwelt] | [messbarer Proof] | [externer Vertrauensbeweis] | [Rolle] @ [Firma].
Warum das funktioniert: Erst versteht man in 1 Sekunde, wobei geholfen wird (Karriereberatung/Outplacement/Headhunting). Dann kommt ein messbarer Beweis für Sichtbarkeit (5,0 Mio.+ Impressions), danach ein starker Fremd-Beleg (Autor bei Springer), und erst am Ende die Rollen-Verankerung (CEO) — das stapelt Vertrauen in der Scan-Reihenfolge.

BANNER STRATEGY



Rechts: professionelles Portrait. Links: ein klarer Angebots-Satz + kurzer Marken-Claim (z. B. „Individuell. Zielgerichtet. Wirkungsvoll.“) + 1–3 bekannte Logos als Gütesiegel. Warum das funktioniert: In 2 Sekunden sieht man „Executive-Level Beratung“ (Look), versteht das Angebot (Text) und bekommt sofort geliehene Glaubwürdigkeit (Logos), noch bevor man den About-Text liest.

Content Strategy

PILLAR	%	WHAT CRUSHES	EXAMPLES
Karriere-Entscheidungen, Selbstwert & Umfeld (inkl. Gesundheit/Neustart)	39%	Am besten funktionieren harte, entscheidungsorientierte Frames („Grenze ziehen“, „Kontext wechseln“, „falsches Umfeld“), nicht weiche Coaching-Formulierungen. In den sichtbaren Posts performen entscheidende Selbstwert-/Abgrenzungs-Posts im Schnitt deutlich besser (Ø relative Engagement 2.46x) als generische Coaching/Pitch-Posts (Ø 0.57x). Die Top-Posts in diesem Themenfeld zeigen fast immer: konkrete Person + klare Konsequenz + 3 kurze Learnings.	Post 1 Post 2 Post 3
Führung & Arbeitskultur (Respekt, Konflikte, Doppelmoral, Onboarding)	39%	Hier schlagen konkrete Fehlverhaltens-Szenen jede „Prinzipien“-Reflexion: sehr spezifische Leadership-Dysfunktionen (Kontrolle, Micromanagement, Abwertung, Doppelmoral) liegen im Schnitt bei Ø 4.51x relative Engagement, während weichere/abstraktere Leadership-Posts in diesem Sample unterdurchschnittlich sind (Ø 0.86x). Besonders stark: Null-Toleranz-Haltung + kurze Checkliste („Do this / not that“) + eine Frage, die zu eigenen Beispielen einlädt.	Post 1 Post 2 Post 3
Recruiting & Arbeitsmarkt-Meinungen (Skills vs. Titel, KI, Prozesse)	11%	Die großen Ausschläge kommen, wenn er eine verbreitete Hiring-Überzeugung frontal angreift und dann mit Praxisbeobachtungen „beweist“. In diesem Sample dominiert ein einziges hartes Recruiting-Hot-Take mit 8.69x relative Engagement, während andere Recruiting-/Future-of-Work-Posts deutlich niedriger liegen (Ø 0.72x). Heißt: weniger Trend-Talk, mehr klare Position gegen einen etablierten Glaubenssatz — plus Beispiele.	Post 1 Post 2 Post 3
Umsetzung, Disziplin & Entscheidungshilfen	11%	Posts funktionieren am besten, wenn sie ein klares Auswahl-/Entscheidungsraster geben (z. B. „wen fragst du um Rat?“) oder eine simple Ursache-Wirkung-Logik zeigen (Umfeld →	Post 1 Post 2 Post 3

PILLAR

%

WHAT CRUSHES

EXAMPLES

**(inkl. Creator
Journey)**

Verhalten → Ergebnis). Reine Produktivitäts-
Sprüche sind spürbar schwächer (in diesem
Sample Ø 1.27x) als Umfeld-/Entscheidungs-
Frames (Ø 1.96x). Praktisch heißt das: weniger
Motivation, mehr einfache Kriterienlisten, die
man sofort anwenden kann.

Conversion Strategy

Their Offer(s)

Karriereberatung/Karrierecoaching (Einstieg über kostenloses Erstgespräch via Calendly im About)

Buch (als Vertiefung/Autoritätsbeweis, häufig „Link in den Kommentaren“ bzw. Amazon)

Outplacement / Executive Search / Headhunting / Executive Sparring (stark im Profil verankert, in Posts selten direkt gepitcht)

How They Promote in Posts

Jeder sichtbare Post endet mit einer Engagement-Frage (36/36) — das hält die Reichweite hoch und sammelt Gesprächsanlässe. Direkte Conversion-CTAs (Termin/DM/Buch/Spendenlink) kommen in 10/36 Posts vor (=27.78%), fast immer ganz am Ende als separates „P.S.“. Diese direkten CTAs sind im Schnitt mit niedrigerem Engagement verbunden (Ø relative Engagement 1.14x vs. 1.75x ohne Conversion-CTA), deshalb wirkt die Strategie wie: erst Diskussion gewinnen, dann punktuell ein Angebot machen.

[Example 1 →](#)

[Example 2 →](#)

[Example 3 →](#)

How They Promote in Profile

Die Posts bauen Vertrauen über klare Standpunkte und wiedererkennbare Kultur-/Karriere-Themen auf und schicken bei Bedarf auf Profil/DM. Das Profil „schließt“ dann: Banner erklärt Angebot + zeigt Trust-Logos, die Headline stapelt Proof (Impressions + Buch) und der About-Text führt mit einem einzigen, klaren CTA zum kostenlosen Erstgespräch (Calendly-Link). Featured wirkt primär als Social Proof (Ranking) und senkt die Hemmschwelle, den About-CTA zu klicken.

[View Profile →](#)

Top 10 Posts

1

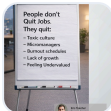


Wer glaubt, Talent erkennt man an einem Titel, der hat den Arbeitsmarkt nicht verstanden.

Der Post kritisiert, dass Unternehmen Talent mit formalen Titeln verwechseln. Er stellt eine typische Recruiting-Aussage gegenüber und kontert mit Praxisbeobachtungen, warum Problemlösefähigkeit oft nichts mit Abschlussnamen zu tun hat. Am Ende lädt er Hiring-Verantwortliche und Betroffene ein, eigene Beispiele zu teilen.

♡ 1927 💬 356 ↻ 81

2



Menschen verlassen keine Jobs. Sie verlassen Strukturen, in denen sie nicht wachsen können.

Der Post argumentiert, dass Kündigungen selten am Aufgabenpaket hängen, sondern an Strukturen wie Kontrolle, Misstrauen und fehlender Entwicklung. Er nutzt ein konkretes Beispiel aus der Praxis und zeigt, welche Faktoren Menschen innerlich kündigen lassen. Danach richtet er eine kurze Handlungs-Checkliste an Entscheider und endet mit einer Frage an die Community.

♡ 1160 💬 144 ↻ 57

3



Echte Führung entsteht, wenn man Vertrauen schenkt. Nicht Kontrolle.

Der Post setzt Vertrauen gegen Kontrolle und beschreibt, wie Führung oft an Doppelmoral scheitert. Er erzählt eine kurze Szene, in der „moderne Werte“ gepredigt werden, aber Verhalten das Gegenteil zeigt. Daraus leitet er mehrere typische Denkfehler ab und fragt nach weiteren Beispielen.

♡ 983 💬 153 ↻ 43

4



Wer andere kleinmachen muss, hat kein Kommunikationsproblem. Sondern ein Persönlichkeitsproblem.

Der Post rahmt Abwertung und Mobbing als Werte- und Persönlichkeitsproblem, nicht als „Kommunikationsstil“. Er fordert klare Konsequenz von Führung und nennt einfache Prinzipien wie Null Toleranz und Schutzräume. Zum Schluss fragt er, wie konsequent andere damit umgehen.

♡ 859 💬 224 ↻ 56

5



Kenne deinen Wert und umgib dich mit Menschen, die ihn auch anerkennen.

Der Post verbindet Selbstwert mit beruflichem Umfeld: Wer sich ständig beweisen muss, ist oft am falschen Ort. Er erzählt von einer Führungskraft, die trotz Leistung keine Anerkennung bekam und dann konsequent das Umfeld wechselte. Daraus macht er drei klare Learnings, die Leser auf ihre eigene Situation anwenden können.

♡ 784 💬 142 ↻ 33

6



Nicht jeder Rat ist etwas wert.

Der Post warnt davor, Ratschläge von Menschen ohne Ergebnisverantwortung zu überbewerten. Er schildert eine kurze Alltagsszene und baut daraus ein einfaches Auswahlraster, wen man wirklich um Rat fragen sollte. Am Ende fragt er nach den wichtigsten Ratgeber-Personen der Leser.

♡ 421 💬 124 ↻ 15

7



Sie wollen dich nicht fallen sehen. Aber sie wollen auch nicht, dass du fliegst.

Der Post beschreibt, wie das eigene Umfeld Wachstum ausbremsen kann, ohne „böse“ zu sein. Er listet typische Sätze auf, die Menschen in Veränderung zu hören bekommen, und erklärt kurz, warum Gruppen Veränderungen oft abwehren. Danach gibt er Kriterien, woran man ein förderliches Umfeld erkennt, und endet mit einer Frage.

♡ 380 💬 107 ↻ 17

8



„Hey, da kommt ja unsere kleine Führungsmaus.“

Der Post startet mit einer konkreten Szene: eine abwertende Bemerkung über eine Führungskraft vor Publikum. Er ordnet das als Kulturproblem ein und zeigt, warum solche „Witze“ Machtspiele sind. Besonders praktisch: Er liefert kurze Formulierungen, wie man in dem Moment ruhig Grenzen setzt, und fragt nach Erfahrungen.

♡ 264 💬 194 ↻ 8

9



Ein Buch entsteht nicht aus Talent. Es entsteht aus Disziplin.

Der Post erzählt von seinem Weg zur Buchveröffentlichung und stellt Disziplin über Talent. Er beschreibt unglamouröse Schritte und Zweifel und zeigt dann das Ergebnis sichtbar im Bild. Zum Schluss fragt er die Community nach eigenen „Ich-hab's-doch-geschafft“-Momenten.

♡ 262 💬 141 ↻ 6

10



Wenn du dich unwohl fühlst, kündige! Punkt.

Der Post gibt einen drastischen Impuls zum Jobwechsel und erklärt ihn mit einem konkreten Leidenbogen: lange bleiben trotz schlechtem Umfeld, dann zahlen Körper und Psyche den Preis. Er nutzt eine einfache Metapher, um Kontext und Leistung zu erklären, und schließt mit einer Werte-Frage plus Einladung zum Gespräch.

♡ 270 💬 98 ↻ 10