

## XING oder LinkedIn - Was ist besser zu Kundengewinnung?

Gastbeitrag von Zoran Katic, Geschäftsführer der Pluspulso GmbH und Experte für Social Selling

**Social Media spielt im B2B in der Kundengewinnung eine immer größer werdende Rolle. Im besonderen Fokus stehen dabei die Business-Netzwerke LinkedIn und Xing. Wie sich die beiden zur Kundengewinnung im B2B unterscheiden, sehen wir uns im Folgenden einmal genauer an.**

### 1. Mitgliederzahlen:

Size matters, insbesondere in den sozialen Netzwerken. Der Netzwerkeffekt besagt, dass der Nutzen eines Gutes (hier: das Netzwerk selbst) mit der Zahl seiner Nutzer zunimmt. Sprich: Je größer das Netzwerk, umso mehr bringt es den Nutzern. Trotz aller Unkenrufe hat Xing in den letzten 12 Monate Rekordzuwächse bei Neumitgliedern gemeldet und steht bei mittlerweile 14 Millionen, während LinkedIn kürzlich das Erreichen von 11 Millionen Mitgliedern vermeldet hat. Beide Netzwerke sind somit sehr gut aufgestellt.

### 2. Kontakte knüpfen

Relevante Kontakte finden und sich mit ihnen verbinden, ist die Kernfunktion eines B2B-Netzwerkes. Auf Xing ist das in einer vernünftigen Form nur für Premiummitglieder (7-10€/Monat) möglich, da man dann erst Zugriff auf die erweiterte Suche hat und bereits bei der Kontaktanfrage Nachrichten verschicken kann. LinkedIn bietet die erweiterte Suche inklusive persönlicher Nachricht bereits Basismitgliedern an. Ein Vorteil für LinkedIn.

### 3. Inhalte teilen

Vielen Mitgliedern ist nicht nur das Kontaktnetzwerk wichtig. Sie möchten sich über die Businessnetzwerke auch über Neuigkeiten, Trends und Meinungen zu Fachthemen informieren. Während man in beiden Netzwerken Inhalte posten kann, bietet LinkedIn deutlich mehr

Möglichkeiten, eigene Inhalte zu teilen. Hier kann man Videos teilen, Inhalte mit Hashtags versehen und jedem Mitglied folgen, ohne sich zu vernetzen. Klarer Vorteil für LinkedIn.

#### 4. Paid Media

Insbesondere zur Kundengewinnung bietet Paid Media viele Vorteile gegenüber der organischen Reichweite, wie z.B. sehr genaues Targeting und ein vertrauenswürdiges Umfeld. Guter Content muss auch seine Adressaten erreichen, damit er wirken kann. Mit Sponsored Content erreichen Inhalte wie Case Studies, Whitepapers und Ähnliches auf Knopfdruck eine hohe Anzahl an potentiellen Neukunden.

Auf LinkedIn können Sie eigene Beiträge verfassen und diese mittels dem Tag „sponsored content“ innerhalb von LinkedIn bewerben. Damit erreichen Sie mit Ihren Inhalten nicht nur die eigenen Kontakte, sondern Ihre gesamte Zielgruppe. Mit „lead forms“ können LinkedIn-Mitglieder als Leads generiert werden, ohne die Plattform zu verlassen. Mittlerweile bietet Xing auch „lead forms an“, jedoch ist deren Handhabung noch sehr umständlich und nur über einen Agenturen-Zugang möglich.

Xing hat mit den Businesspages vor einem Jahr ein sehr interessantes Konzept für Marketing und Vertrieb auf den Markt gebracht. Über eine Xing Businesspage können Produkte und Dienstleistungen innerhalb des Netzwerkes in einer Art Mini-Landingpage dargestellt und mittels XING Ads beworben werden. Buht man dazu das Pro-Paket, wird die Besucherstatistik freigeschaltet und man kann sehen, welches XingMitglied die Businesspage besucht hat. Interessante Profile können vom Vertrieb direkt via Xing kontaktiert werden, das ganze DSGVO-konform.

Fazit: LinkedIn ist deutlich weiter im Bereich Content Promotion, Xing hat mit den Businesspages einen sehr interessanten Ansatz.

#### 5. Events

Veranstaltungen, ob als physisches Event oder digital in Form eines Webinars, sind ein wichtiger Teil im B2B-Marketing. Xing bietet mit Xing Events ein komplettes System aus Eventvermarktung, Ticketinglösung und Analytics. Ähnlich wie bei den Businesspages können bei Xing Events

Besucher Ihrer Eventseite erkannt werden und von Ihnen nochmal individuell angesprochen werden. LinkedIn bietet hier derzeit gar nichts an. Klarer Vorteil für Xing

Fazit: Aktuell ist es ein spannendes Kopf-an-Kopf Rennen der beiden Business-Netzwerke um den 1. Platz, wenn es um die Neukundenakquise geht. Aufgrund geringer Einstiegshürden in die Kundengewinnung über soziale Netzwerke macht es Sinn, parallel sowohl auf Xing als auch auf LinkedIn zu arbeiten und punktuell eher auf das eine oder auf das andere Netzwerk zu setzen. Beide haben derzeit Ihre Berechtigung und sind sehr effektive Kanäle, um neue Kunden im B2B zu gewinnen.