

Mehr als swipen und liken:
In Business-Netzwerken prä-
sentieren sich Unternehmen
seriös und geschäftsorientiert

LinkedIn



XING

→ DIGITALE
BUSINESS-
PLATTFORMEN

Mit Sozialen Medien wie Facebook und Instagram sucht man digital den Kontakt zu Einzelpersonen auf einer Ebene mit eher privatem Charakter. Für das Netzwerken von Unternehmen zu Unternehmen gibt es Business-Plattformen. Die beiden wichtigsten sind XING und LinkedIn. Wir zeigen Ihnen, was mit diesen Plattformen für kleine und mittlere Unternehmen aus dem Handwerk möglich ist.

LinkedIn und XING richtig nutzen

Handwerksbetriebe, die im klassischen analogen Marketing aktiv sind, praktizieren die Unterscheidung längst: Wollen sie um Privatkunden werben, tun sie es auf demselben Kanal, aber mit anderen Werbemedien und Inhalten als wenn die gewünschte Zielgruppe Gewerbetreibende sind. Konkret: Wird als Kanal Direktwerbung per Post – also z. B. ein Anschreiben mit Broschüre – gewählt, geht eine große Menge solcher Briefe an die Stammkunden oder – über Postwurfsendung – an eine noch größere Menge möglicher Neukunden. Ziel ist dabei ganz klar die Auftragsgewinnung. Sollen z. B. Hausverwaltungen, Architekten oder bestimmte andere Branchen auf den Betrieb aufmerksam gemacht werden, wird das

Unternehmen nur rund 50 Anschreiben mit Beigabe und spezieller Geschäftskundenansprache an ausgewählte Gewerbeadressen verschicken. Im nächsten Schritt wird dann das persönliche Vorstellungsgespräch angepeilt.

Dieses analoge Vorgehen lässt sich auf das digitale übertragen. Will man vornehmlich mit privaten Kunden im Netz über die Sozialen Medien in Kontakt kommen und mit ihnen interagieren, sind Facebook, Instagram und Konsorten die richtigen Plattformen. Will man dagegen gezielt, seriös und fundiert mit Geschäftskunden netzwerken, gibt es eine bessere Möglichkeit: Business-Plattformen. Für Deutschland, Österreich und die Schweiz sind hier XING und LinkedIn relevant.

Die Fakten zu XING und LinkedIn

In Business-Netzwerken sind deutlich weniger Menschen und Unternehmen unterwegs als in den anderen Sozialen Medien. Der D21-Digital-Index-2018/19 zeigt dies an Zahlen: 41 Prozent der Deutschen nutzen demnach aktuell Facebook. Nur jeweils vier Prozent sind aktiv auf LinkedIn und XING – dafür aber proportional deutlich mehr Unternehmen und Entscheider. In Reichweiten bedeutet dies: Auf XING, der deutschsprachigen Plattform, bewegen sich rund 15 Millionen deutsche Nutzer. Auf LinkedIn, dem international ausgerichteten Netzwerk, sind es in Deutschland derzeit rund 13 Millionen.

Die Anzahl der User ist dabei weniger entscheidend als die Frage: Findet man hier als Malerbetrieb die Zielgruppen, die perfekt



➔ **Matthias Eigel** Kaleidoskop Marketing Service

»Auf Business-Plattformen im Netz sind Handwerker noch unterrepräsentiert. Das ist für Sie eine gute Gelegenheit, jetzt einzusteigen.«

ins Beuteschema passen – wie z. B. Architekten, Hausverwaltungen oder die Hotellerie und Gastronomie? Eine Momentaufnahme im März 2019 ergibt: XING verzeichnet 8.286 Unternehmen aus Architektur und Bauwesen, 5.366 Hotels und Gastronomiebetriebe und 4.714 Unternehmen der Immobilienbranche. Im Einzelfall entscheidend ist daher immer eine Vorrecherche bei beiden Business-Plattformen: Sind in meiner Region genügend interessante Unterneh-

men vorhanden, die ich als Kunden gewinnen möchte?

Was die beiden Business-Netzwerke bieten XING und LinkedIn sind mehr als Schwarze Bretter, auf denen Ausgänge mit »Mein Unternehmen gibt es« stehen. Die Business-Plattformen sind Kontaktbörsen, in denen man andere Unternehmen ansprechen kann und von ihnen angesprochen wird. Außerdem nutzen Mitglieder sie

zum Erfahrungsaustausch, als Wissenspool und als Vermarktungsforum. Hier kann man viel über andere Unternehmen erfahren, sich gegenüber interessanten Kontakten profilieren und sich regelmäßig ins Gedächtnis potenzieller Kunden rufen. Vorteilhaft ist auch, dass man mit Entscheidern direkt in Kontakt treten kann, ohne durchs Vorzimmer zu müssen. Zudem bieten beide Business-Netzwerke eine Stellenbörse, XING ein Veranstaltungs- und LinkedIn ein Umfrage-Tool. Unterm Strich sind diese geschäftlichen Social Media-Angebote ein Tummelplatz für alles, was geschäftlich wichtig ist: Sichtbarkeit, Selbstdarstellung, Imagegewinn, Markenbildung, Auftragsakquise, direkte persönliche Kontakte und – für Malerbetriebe noch bedingt – Personalsuche.

Mit XING und LinkedIn Mitarbeiter finden Die großen IT-, Medien- und Industrieunternehmen sowie Recruiter nutzen XING und LinkedIn längst als wichtiges Werkzeug zur Personalsuche. Damit es funktioniert, braucht es immer zwei Anteile: Job- ➔

KIP ULTRA SHARP®

PERFEKTE FARBKANTEN IN EINEM ANSTRICH.



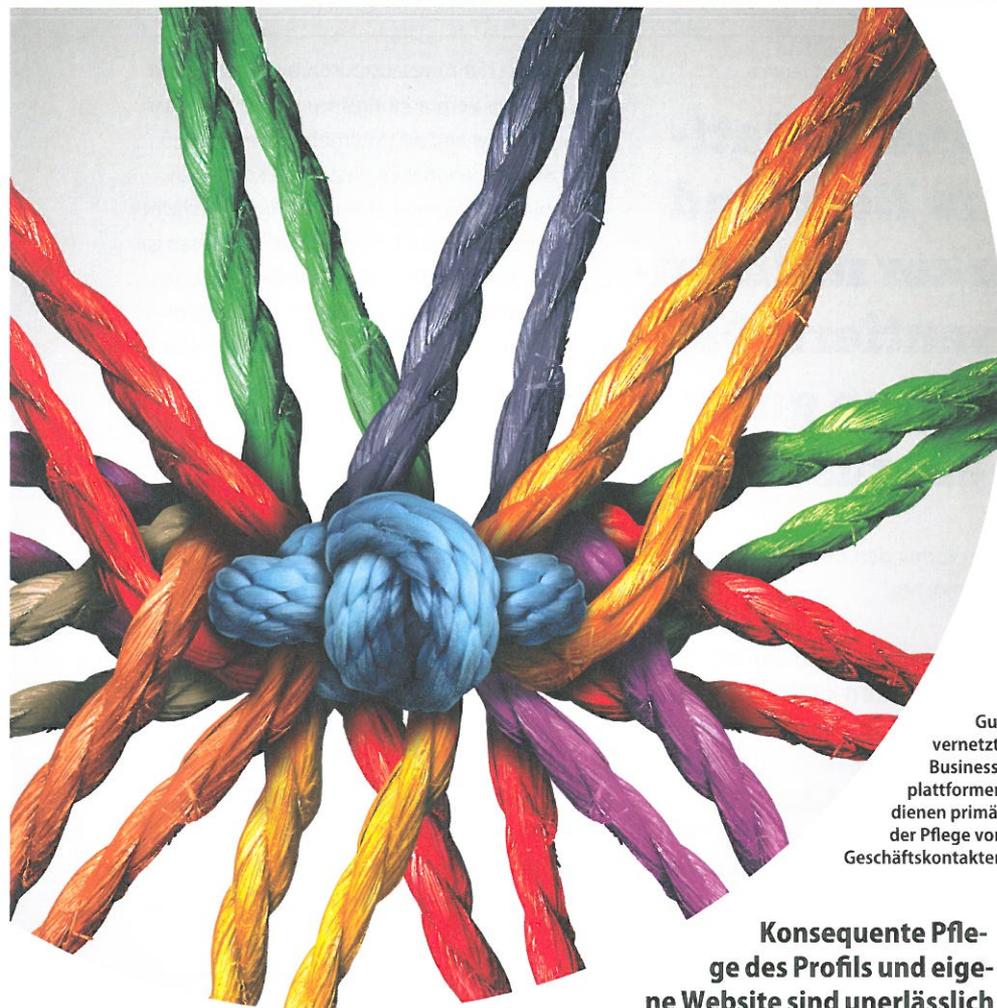
kip®
Haftet für Qualität

Das einzige professionelle Malerband mit

ULTRA SHARP®
TECHNOLOGY



www.kip-tape.com



Gut vernetzt: Businessplattformen dienen primär der Pflege von Geschäftskontakten

Konsequente Pflege des Profils und eigene Website sind unerlässlich

Wie bereits erwähnt: Der Ton und die Inhalte, mit denen auf XING und LinkedIn kommuniziert wird, sind deutlich seriöser und fundierter als auf Facebook & Co. Im Umkehrschluss bedeutet dies, dass die Profilerstellung für den eigenen Betrieb, die eingestellten Inhalte und die Kommunikati-

on mit Kontakten und Mitgliedern deutlich aufwändiger ist als ein schneller Post auf Instagram. Mit der Pflege der Inhalte am regnerischen Sonntagnachmittag ist es jedenfalls nicht getan. Wer Kontakt aufnimmt, will innerhalb eines Tags eine Rückmeldung. Das alles ist machbar, jedoch nur, wenn man als Betriebsinhaber eine Affinität zum Medium entwickelt.

bietende Unternehmen und jobsuchende Kandidaten, die sich im selben Netzwerk tummeln. Schaut man auf die Situation für die Malerbranche auf den beiden Plattformen, fällt auf: Den relativ wenigen Malerbetrieben, die bislang auf XING und LinkedIn unterwegs sind, stehen noch weniger arbeitssuchende Malergesellen und Malermeister gegenüber. Interessant ist allerdings, dass es – wieder eine Momentaufnahme vom März 2019 – auf XING fast 3.700 Stellenangebote für Maler gibt. Sie werden vornehmlich von Arbeitsvermittlern, von Kliniken, großen Industrieunternehmen und öffentlichen Stellen ausgeschrieben.

Weitere unbedingte Voraussetzung ist eine professionelle und zeitgemäße Website. Jeder Geschäftskontakt, der sich auf XING oder LinkedIn ergibt, wird als nächstes die Firmen-Website checken. Erfüllt sie den Standard nicht, den das Betriebsprofil auf der Plattform suggeriert, ist alle Netzwerkarbeit umsonst gewesen. Außerdem gehört unbedingt ein langer Atem zum digitalen Netzwerken. Wie im echten Leben muss sich erst Vertrauen aufbauen, müssen sich Gelegenheiten bieten und Bedarf vorhanden sein, bevor es in die nächsten Phasen – das persönliche Kennenlernen und die ersten Aufträge – geht.

In Zukunft werden digitale Kanäle nicht mehr aus dem Geschäftsleben wegzudenken sein und die bekannte analoge Art der Kontaktabbahnung ergänzen. Es macht also sehr viel Sinn, schon heute die Möglichkeiten zu testen. Der Basiseintrag mit Kontaktaufnahme-Funktion ist bei beiden Business-Plattformen kostenlos. Einfach reingehen und testen – weil auch hier probieren über studieren geht!

Matthias Eigel

VERGLEICH

XING vs. LinkedIn

Wie unterscheiden sich die beiden relevanten Business-Plattformen?

| | XING | LinkedIn |
|---|--|---|
| Anzahl Nutzer in Deutschland | 15 Mio. | 13 Mio. |
| Anzahl Nutzer weltweit | 30 Mio. | 508 Mio. |
| Ausrichtung | nur deutschsprachig (DACH) | international |
| Gebühr Basispaket (Profil und Funktion Kontaktaufnahme) | kostenlos | kostenlos |
| Gebühr weitere Funktionen | verschiedene Preismodelle ab 7,95 Euro bis 49,95 monatlich | verschiedene Preismodelle ab 26,17 Euro bis 89,19 monatlich |

Foto: freshidea/forolia

Quelle: D21-Digital-Index-2018/19, Stand März 2019