



## **Dr. Haffa & Partner Expert Call: Führungskräfte vernachlässigen zentrale Social-Selling-Instrumente**

*63 Prozent der Umfrageteilnehmer aktualisieren Xing- und LinkedIn-Profile nur einmal im Jahr*

München, 29. März 2016 - Mehr als die Hälfte der Führungskräfte aktualisieren ihre Profile in Business-Netzwerken lediglich einmal im Jahr. Das ist das Ergebnis des aktuellen Dr. Haffa & Partner Expert Call. Die Münchner Kommunikationsagentur Dr. Haffa & Partner wollte von 75 deutschen Führungskräften und Meinungsmachern wissen, wie oft sie ihre Profile in Xing- und LinkedIn ändern. "Social Selling ist zwar in aller Munde, aber trotzdem werden die zentralen Instrumente offenbar nicht genutzt", sagt Sebastian Pauls, Managing Partner bei Dr. Haffa & Partner.

Das Ergebnis: Kein einziger Teilnehmer bringt sein Profil wöchentlich auf den neuesten Stand. Lediglich acht Prozent machen das einmal im Monat. Zwölf Prozent nehmen sich ihren Xing- oder LinkedIn-Account quartalsweise vor, 13 Prozent halbjährlich. Die große Mehrheit von 63 Prozent der Befragten aktualisiert ihre Online-Visitenkarte lediglich einmal im Jahr. Und vier Prozent haben überhaupt keine Präsenz in Business-Netzwerken.

Ein Teilnehmer erklärt: "Es gibt einfach wichtigere Social-Media-Plattformen, die ich auch fast täglich befülle." Ein Zweiter schließt sich an: "LinkedIn wird Sieger sein. Xing befindet sich bereits in der Agonie." Ein weiterer Befragter erklärt: "Im Profil ändert sich bei mir in der Regel wenig, daher aktualisiere ich selten. Allerdings schaue ich auch sonst nicht oft bei Xing vorbei."

"Xing und LinkedIn sind für die meisten Manager mehr statische Webvisitenkarte als dynamisches Social-Selling-Instrument", erläutert Sebastian Pauls. "Die Vorstellung, durch einen aktiven Umgang mit den Netzwerken mögliche Kunden und Partner auf sich und sein Unternehmen aufmerksam zu machen, hat sich weitgehend noch nicht durchgesetzt. Das steht interessanterweise in krassem Gegensatz dazu, was auch deutsche Unternehmen mittlerweile investieren, um Social Selling über die beiden größten B2B-Netzwerke zu betreiben. Sie sollten deshalb darüber nachdenken, ihre Mitarbeiter im Umgang mit Xing und LinkedIn zu schulen. Für die Aktiven in den Netzwerken hat die aktuelle Situation einen großen Vorteil: Sie fallen mit dem, was sie tun, stärker auf."

circa 2.100 Zeichen

### **Pressekontakt**

Dr. Haffa & Partner GmbH

Herr Sebastian Pauls  
Burgauerstr. 117  
81929 München

haffapartner.de  
postbox@haffapartner.de

### **Firmenkontakt**

Dr. Haffa & Partner GmbH

Frau Dr. Annegret Haffa  
Burgauerstr. 117  
81929 München

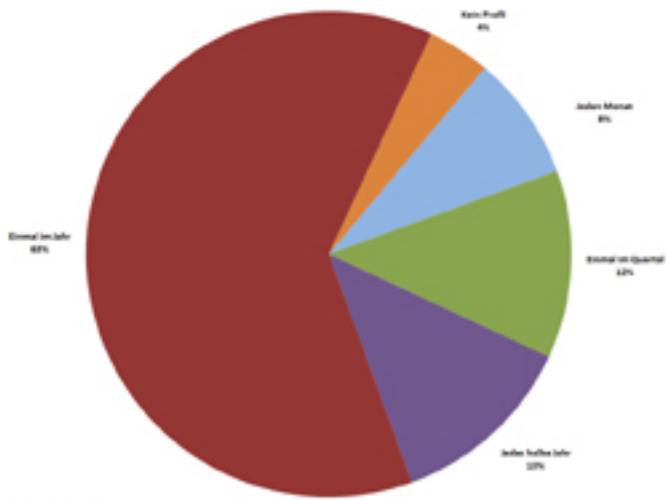
haffapartner.de  
postbox@haffapartner.de

Über Dr. Haffa & Partner

Die Münchner Kommunikationsagentur Dr. Haffa & Partner hat sich auf Public Relations und Marketing für Hightech- und IT-Unternehmen spezialisiert. Gegründet 1986, erstreckt sich das Leistungsportfolio der Full-Service-PR-Agentur heute von der fundierten strategischen Kommunikationsberatung über maßgeschneiderte Öffentlichkeits- und klassische Pressearbeit bis hin zu Marketing-Services, Social-Media- und Website-Beratung sowie Vertriebsunterstützung für nationale und internationale Unternehmen. Dr. Haffa & Partner ist Partner der Agenturnetzwerke ComVort (<http://www.comvort.com>), GlobalFluency (<http://www.globalfluency.com>) und EuroLynx (<http://www.eurolynx.eu>) sowie Mitglied der Allianz inhabergeführter Kommunikationsagenturen AIKA (<http://www.aika.de>). Zu den Kunden von Dr. Haffa & Partner zählen unter anderem AdCapital, AKI, bintec-elmeg, collaboration Factory, die Europäische Kommission, microfin, Ortner Trading, PSIPenta, Rumsauer, SAS, Scandio, Sofistik, SoftconCIS, spscontrol und TÜV SÜD.

Anlage: Bild

Wie häufig aktualisieren Sie Ihr Xing- und/oder LinkedIn-Profil?



Quelle: D. Hoff & Partner GmbH