

	LINKEDIN	XING	UNTERSCHIED/KOMMENTAR
REICHWEITE	675 Mio. Mitglieder weltweit, davon 14 Mio. im DACH-Bereich	15 Mio. Mitglieder im DACH-Bereich	Weltweite Zielgruppen sind vorwiegend auf LinkedIn erreichbar. Xing ist eher in der DACH-Region stark.
ZIELGRUPPE	Internationale Zielgruppe – Nutzer sind oftmals beruflich international aktiv	Nutzer aus der DACH-Region sind stark auf Inlandsgeschäfte fokussiert	Viele Nutzer der DACH-Region sind auf beiden Plattformen vertreten.
TARGETING	Targeting auf: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Jobtitel</li> <li>- Fähigkeiten</li> <li>- Ausbildung</li> <li>- Berufserfahrung</li> <li>- Gruppenmitglieder</li> <li>- Firmennamen</li> <li>- Lookalike Audience erstellbar</li> </ul>	Targeting auf: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Keyword-Targeting auf Jobtitel</li> <li>- Fähigkeiten</li> <li>- Umkreis</li> </ul>	Targeting-Optionen auf beiden Plattformen: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Land</li> <li>- Region</li> <li>- Sprache</li> <li>- Branche</li> <li>- Tätigkeitsfeld</li> <li>- Seniorität</li> <li>- Unternehmensgröße</li> <li>- Alter</li> <li>- Geschlecht</li> </ul> LinkedIn bietet mehr Targetingvorteile, wie die Speicherung von Zielgruppen, Erstellen von Lookalike Zielgruppen und oder sogar den Ausschluss von Zielgruppen bei Kampagnen
WERBEFORMATE			
CAROUSEL ADS	X	-	Mehrere Produkte können in einem Werbemittel präsentiert werden.
DISPLAY ADS	X	X	Buchungen über Sales-Team, nicht eigenständig möglich.
DYNAMIC ADS	X	-	LinkedIn hat eine Vielzahl an dynamischen Werbemöglichkeiten
LEAD ADS	X	X	Lead Ad Inhalte auf Xing müssen händisch ins CRM exportiert werden. LinkedIn hat verschiedene CRM Systeme angebunden, darüber hinaus sind Lead Ads auf LinkedIn besser anpassbar und an andere Online-Tools anbindbar.
SPONSORED CONTENT/POST	X	X	Unterschiede sind nur marginal in der Bildgröße
SPONSORED INMAIL/MAILING	X	X	LinkedIn InMail ist selbst erstell- und steuerbar und landet direkt in der Messenger Inbox der gewünschten Zielgruppe. Xing Mailing ist nur über das Sales Team buchbar und wird dann in den E-Mail Postfächern der Nutzer mit Basis-Account zugestellt, dabei gilt aber eine Mindestbuchvolumen von 30.000€ und die Mails werden Xing Co-gebrandet.
TEXT ADS	X	X	Geringes Engagement und wenig Klicks. Diese Ads werden nur noch selten genutzt.
VIDEO ADS	X	X	Video Ads sind selbst einstell- und ausspielbar über LinkedIn. Bei Xing läuft das wieder über das Sales-Team mit einem Mindestbuchungsvolumen von 5.000€.
EVENT ADS	-	X	Event-Ads bringen Nutzer auf eine Event-Page.
APP INSTALL ADS	-	X	Werbemöglichkeit auf Xing, um eine App-Installation zu pushen.