



XING ist das soziale Netzwerk für berufliche Kontakte in Deutschland, Österreich und der Schweiz, mit sieben Millionen Mitgliedern ist XING klarer Marktführer. Bezahlte Mitgliedschaften sind dabei das bisherige Kerngeschäft und ermöglichen XING die Erschließung neuer Märkte bei gleichzeitig hoher Profitabilität. So hat sich XING mit der Erschließung der Geschäftsbereiche e-Recruiting und Events kontinuierlich breiter aufgestellt und sich in diesen Märkten erfolgreich etabliert. Die Durchdringung beruflicher Netzwerke in der D-A-CH-Region ist eines der Hauptfelder. Insbesondere die bezahlten Mitglieder sind auf XING sehr aktiv und interagieren stark miteinander. Für Trainer, Berater und Coaches ist gerade vor diesem Hintergrund ein Profil auf XING nicht mehr nur ein „nice to have“ sondern bereits ein „muss“. Eine weitere Stärke von XING sind die Foren und Gruppen. Kein anderes soziales Netzwerk in Deutschland ist in diesem Bereich so aktiv und stark wie XING. In der Kombination von Gruppen und Events werden die virtuellen XING Kontakte schnell zu realen anfassbaren Personen mit denen man bereits das eine oder andere Wort gewechselt hat. Ein unschlagbarer Vorteil für Trainer, Berater und Coaches, die Ihren künftigen Auftraggeber auf neutralen Grund begegnen wollen.

In den folgenden Wochen werde ich Ihnen in den News&Facts folgende Punkte von der Social Media Plattform XING näher erläutern:

- Unterschied Basis- Premium-Mitgliedschaft
- Sicherheitseinstellungen
- Privatsphäre
- Persönliche Daten
- Profil Inhalte
- Portfolio
- Anbieten und Suchen
- Gruppen und Events
- Unternehmen
- Verschiedene Apps für XING
- Unterschiede zu Facebook
- Vorteile für Weiterbildner

Dabei werde ich mich immer auf das Premium Modell (Bezahlversion) von XING konzentrieren. Da dieses effektiv einen Trainer, Berater und Coach mehr an Leistung bringt. Als kostenfreies Basis Mitglied sind Ihnen viele Funktionen von XING, die Ihnen wirklichen Mehrwert bieten immer noch verwehrt.



XING ist eine Aktiengesellschaft mit Sitz in Hamburg. Die XING AG ist der Betreiber des gleichnamigen sozialen Netzwerks XING, welches bis Ende 2006 openBC für Open Business Club genannt wurde. Betreiber des Portals ist die XING AG in Hamburg, deren Aktien seit Dezember 2006 an der Börse und seit September 2011 im TecDAX notiert sind. Auf XING können die Trainer, Berater und Coaches (eine Registrierung ist zwingend erforderlich) vorrangig ihre beruflichen aber auch ihre privaten Kontakte zu anderen Personen verwalten und natürlich auch neue Kontakte finden. Einzelne Trainer, Berater, Coaches und Unternehmen (!) können bei XING ein eigenes Profil anlegen. Dazu fachliches Personal, befreundete Trainer selber suchen, Stellenangebote einstellen, Veranstaltungen organisieren und sich an Diskussionen in Fachgruppen beteiligen.

XING ist eines der webbasierten sozialen Netzwerken, wie Google+, LinkedIn oder Facebook. Eine der grundlegenden Kernfunktionen von XING ist die Sichtbarkeit des eigenen Kontaktnetzes: Ein Trainer, Berater und Coach kann z.B. sehen, „über wie viele Ecken“ – also über welche anderen Mitglieder – er den Personaler, welchen er gerade anfragt, kennt [Kleine-Welt-Phänomen]. Darüber hinaus hat das Netzwerk viele Community-Funktionen wie z.B.: Jobs oder Links empfehlen und Neuigkeiten mit Kontakten teilen, die Suche (besonders in der Premium-Version) nach Personen, Interessengebieten und Themen. Unternehmensseiten, die in den bezahlten Versionen interaktive Funktionen enthalten sowie über 50.000 Gruppen zu den unterschiedlichsten Interessengebieten. XING bietet vor allem eine D-A-CH Plattform für Geschäftsnetzwerke, im Gegensatz zu den international ausgerichteten Netzwerk LinkedIn. XING hat im deutschsprachigen Raum über 6 Millionen Mitglieder. Davon ca. 770.000 zahlende Mitglieder. In Deutschland weist XING monatlich allein 2,6 bis 3,5 Millionen Besuche von Nutzern auf.

XING kaufte im Januar 2011 den Münchner Online-Ticketverkaufs- und Eventorganisations-Anbieter amiamo. Trainer, Berater und Coaches, die Mitglied bei Xing sind können die amiamo-Dienstleistungen seitdem für Online-Veranstaltungen direkt über XING nutzen, also Vortrags-, Trainings- und Event-Tickets anbieten und verkaufen. Zwei Jahre später im Januar 2013 kaufte XING das berufliche Netzwerk Kununu, ein Arbeitgeber-Bewertungsportal. Für Trainer, Berater und Coaches eine willkommene Überprüfung des Auftraggebers direkt aus XING heraus.

Angemeldete Nutzer können sowohl ihre beruflichen als auch privaten Daten in ein Profil eintragen. Ausbildung, Studium und beruflicher Werdegang werden ähnlich wie im Lebenslauf in tabellarischer Form dargestellt. Eingescannte Referenzen und Zeugnisse unterstützen diese Eintragungen. Benutzer können ein Profilbild, ein Portfolio, ihre Interessen und individuelle Angaben eintragen. Eine Verpflichtung zum vollständigen Ausfüllen des Profils mit allen Feldern besteht seitens XING dabei nicht. Zur Kontaktaufnahme ist es, wie auf Facebook, notwendig, dass ein Kontaktwunsch von der



Gegenseite bestätigt wird. Jedoch kann ein fremder Kontakt das eigene Profil nicht, wie auf Facebook, abonnieren. Der Benutzer entscheidet im Falle einer Kontaktaufnahme, wer welche Informationen (z. B. Rufnummer, E-Mail-Adresse oder Geburtsdatum) aus seinem Profil zu sehen bekommt.

Die Mitgliedschaft bedingt eine Registrierung. Die kostenlose (Basis-) Mitgliedschaft hat im Gegensatz zur kostenpflichtigen Premium-Mitgliedschaft eine stark eingeschränkte Funktionalität. Beispielsweise steht die sehr gute Suchfunktion allein den Premium-Mitgliedern vollständig zur Verfügung.

Die Kündigung der kostenlosen XING-Mitgliedschaft ist nach den AGBs immer möglich. Das Konto wird mit allen eingegebenen Daten vollständig gelöscht, laut XING wird nichts weiter gespeichert. Die Kündigung der Premium-Mitgliedschaft ist nur mit dreiwöchiger Kündigungsfrist zum Ablauf des bei der Anmeldung abgeschlossenen Zeitraumes möglich. Auf dem Anmeldeformular wird deutlich auf dieses Abonnement hingewiesen.

Für alle mobilen Endgeräte ist eine eigene App entwickelt worden. Bis Ende 2014 sollte die Anpassung aller Funktionen so erfolgen, dass die Darstellung vom jeweiligen Endgerät unabhängig ist. XING arbeitet zurzeit noch daran.

Neben der Kontaktpflege bietet XING einen öffentlichen Veranstaltungskalender (mit eigener App!), die dem Benutzer thematisch und regional aufbereitet dargestellt werden.

Ergänzend zum Online-Angebot gibt es unzählige Regionalgruppen (XINGs große Stärke), die lokale Treffen veranstalten, auf denen persönliche Kontakte geknüpft werden können. So veranstalteten Mitglieder im Jahr 2014 mehr als 200.000 Events.

XING hat über 200 regionale Ambassadors, die eine herausgehobene Stellung auf der Plattform einnehmen. Sie betreuen als aktive Moderatoren jeweils ihre regionale XING-Gruppe und veranstalten regelmäßig offizielle XING-Events in ihrer Region. Wie die Regionalgruppen sind diese Events der ideale Treffpunkt für Trainer, Berater und Coaches um neue Auftraggeber zu finden. Eine besondere Stellung haben die Xpert Ambassadors (ca. 90 in D-A-CH), die eine branchenspezifische XING-Gruppe moderieren. Diese Personen müssen explizit über tiefes Fachwissen verfügen und in ihrem Bereich anerkannt sein. Auch sie veranstalten offizielle XING-Events für ihre Branche. Für Trainer, Berater und Coaches insbesondere dort interessant, wo ihr persönliches Fachgebiet liegt.

Die Anmeldung und Nutzung der Grundfunktionen ist kostenlos. Zahlende Mitglieder erhalten unter anderem erweiterte Such- und Statistik-Funktionen; z. B. kann eingesehen werden, welche anderen Mitglieder die eigene Kontaktseite aufgerufen haben und welche der eigenen Kontakte innerhalb der letzten zwei Monate eine Änderung ihrer beruflichen Position vorgenommen haben.



Zielgruppe dieser Plattform sozialer Software sind zum einen berufstätige Personen, die ihr Kontaktnetzwerk (Partner, Kunden, Freunde, Interessenten, Ex-Kollegen, Ex-Kommilitonen usw.) online pflegen. Um Mitglied zu werden, müssen Internetnutzer das 18. Lebensjahr vollendet haben. Eine weitere Zielgruppe sind Unternehmen, die sich mit Hilfe von einem Unternehmensprofil darstellen und ihre Arbeitgebermarke (Employer Branding) pflegen können.

Die Bezeichnung „XING“ wurde aus Gründen der Internationalisierung gewählt. Der alte Name openBC enthält das englische Kürzel für „vor Christus“, das – so wurde in Foren vermutet – im Englischen für Verwirrung sorgte. Der neue Name XING bedeutet auf Chinesisch ‚es funktioniert‘, ‚es klappt‘ (chinesisch 行, Pinyin xíng[çin¹]). Im Englischen steht er als Abkürzung für Crossing, also Kreuzung, was als Begegnung von Geschäftskontakten gesehen werden kann.

In der nächsten News&Facts werde ich auf die Unterschiede zwischen einem Basis-Profil und einem Premium-Profil näher eingehen.

Bernd Braun