



Warum braucht jedes Unternehmen XING?

Warum benötigt jeder, der Business betreiben will, XING? Was sind die Vorteile und wohin führt der Weg? Was ist mit evt. Mitantbiestern auf dem Markt?

Stefan Schmidt-Grell ist als Director Product Marketing verantwortlich für die Vermarktung der Produktlinien e-Recruiting und Unternehmensprofile und entwickelt darüber hinaus die Positionierung der mobilen Dienste bei XING. **Alexander Maria Faßbender** führte für **werdewelt** das Interview.

A.M.F.: Was ist eigentlich XING?

S.S.G.: XING ist das soziale Netzwerk für berufliche Kontakte und wird allein im deutschsprachigen Raum von bereits über 4 Mio. Fach- und Führungskräften genutzt, was uns zum unangefochtenen Marktführer macht. Über die Plattform knüpfen unsere Mitglieder Kontakte, finden Jobs oder akquirieren Aufträge.

A.M.F.: Von den vielen Sozialen Netzwerken, auch im Business Bereich, gibt es ja einige Mitantbieter. Wie grenzt sich XING von Facebook, LinkedIn und anderen ab?



S.S.G.: Es gibt mehrere Ausprägungen von Netzwerken mit unterschiedlicher Dynamik. XING hat einen klaren Business-Fokus. Darin unterscheiden wir uns von den primär privat genutzten Netzwerken wie Facebook oder Myspace. Wir haben die Erfahrung gemacht, dass die Menschen lieber Privates und Berufliches trennen: XING-Profil als Visitenkarte ist hier das Stichwort. Unseren Mitgliedern geht es nicht darum, Fotos von ihrer letzten Party zu präsentieren, sondern Geschäftskontakte zu finden, sich potentiellen Kunden oder Arbeitgebern zu präsentieren. XING bietet hierfür eine seriöse und vertrauenswürdige Umgebung.

Warum braucht jedes Unternehmen XING?

Natürlich schauen wir uns die Marktentwicklung auch im Bereich Business Networking genau an. Aber die Fakten sprechen eindeutig für XING. Während LinkedIn eher im angelsächsischen Raum verbreitet ist, sind wir im deutschsprachigen Raum und in unseren Kernmärkten Türkei und Spanien das Business-Netzwerk Nummer eins. Beispiel Deutschland: In Großstädten wie Frankfurt oder München ist bereits jeder vierte Erwerbstätige XING-Mitglied. Geschäftliche Beziehungen basieren auf Vertrauen. Unseren Mitgliedern ist es sehr wichtig, sich auch persönlich kennenzulernen. XING bedient dieses Bedürfnis. Wir bieten den Mitgliedern die Möglichkeit, selbst über die Plattform Events zu organi-

sieren: Über 150.000 Events wurden im letzten Jahr über die Plattform organisiert – das geht vom Networking-Dinner über Expertenvorträge bis hin zur Verabredung zum Golf. Zudem sind die Mitglieder auch in Gruppen aktiv. Dies zeigt, dass XING für sehr viele Geschäftsleute mittlerweile zum Standard-Repertoire im beruflichen Alltag gehört.

A.M.F.: Auf XING präsentieren sich Unternehmen und Einzelpersonen. Wie können die Unternehmen sicherstellen, dass die Mitarbeiter sich auf XING an CI-Vorgaben halten? Wie kann das koordiniert werden?

S.S.G.: Die Firmen achten immer mehr darauf, dass Mitarbeiter, die in sozialen Netzwerken aktiv sind, nicht nur ein einheitliches Profil erstellen, sondern sich auch beispielsweise in ihrer Kommunikation an die CI-Vorgaben halten. Dazu gestalten immer mehr Unternehmen sogenannte Social Media Guidelines. Große Unternehmen haben vereinzelt Social Media Experten. Kleinere und mittelständische Firmen können sich auch den Rat externer Spezialisten einholen. Diese empfehlen unter anderem: Unternehmensnachrichten erst mitteilen, wenn es ein offizielles ok seitens der Geschäftsleitung gibt. Das gilt jedoch nicht nur für Soziale Netzwerke, sondern auch offline. Web 2.0 ist eine relativ neue Entwicklung. Alle Firmen betreten diesbezüglich Neuland und lernen – genauso wie ihre Mitarbeiter - ständig hinzu.

A.M.F.: Sie bieten seit einiger Zeit Unternehmensprofile an. Wie entstehen diese?

S.S.G.: Ganz automatisch. Wenn zum Beispiel mehrere Mitarbeiter „IHK Berlin“ eingegeben haben, erscheint automatisch ein Firmenprofil des Verbands. Der Verband oder das Unternehmen kann dann gerne auf uns zukommen, um das Profil firmenspezifisch anzupassen. Das Grundmodul ist kostenfrei und bietet einfache Kontaktinformationen. Gerade für Freelancer und Kleinstunternehmen ist ein XING-Unternehmensprofil eine ressourcensparende Alternative zur eigenen Website und zum Branchenverzeichniseintrag. Zusätzliche Elemente wie das Einfügen von Schlagwörtern, grafische- und spezielle Kommunikationsmöglichkeiten sind ab 24,90 Euro im Monat verfügbar.

Mit der Plus-Variante können Unternehmen auch eigene Updates einstellen, die von Interessenten abonniert werden können. Ein aktuelles Beispiel ist die Lufthansa: Derzeit haben 5.000 Mitglieder die Nachrichten abonniert. Wenn Lufthansa eine neue Mitteilung erstellt, erhält jeder der 5.000 sogenannten „Follower“ automatisch auf der XING-Startseite eine Nachricht. Die Unternehmen nutzen die Firmenprofile, um sich etwa als attraktiven Arbeitgeber darzustellen oder neue Produkte bekannt zu geben. Präsenz zeigen ist hier das Zauberwort.

Über die Unternehmensprofile hinaus haben auch schon mehrere Firmen eigene Communities innerhalb von XING erschlossen. Diese Funktion bieten wir mit unseren „Enterprise Gruppen“. Durch die Geschlossenheit fungieren diese Gruppen auch als Intranet. Diese Communitys sorgen eben auch dafür, dass ehemalige Firmenangehörige sich wieder finden und sich dort in den Gruppen intern vernetzen können.

A.M.F.: Worauf muss man beim Netzwerken achten? Was empfehlen Sie Ihren Mitgliedern?

S.S.G.: Netzwerken ist keine Einbahnstraße. Es reicht nicht aus, nur Kontakte zu sammeln. Interaktion ist gefordert. Erst wenn man selbst aktiv mitmacht, funktioniert der Netzwerkgedanke. Auch unsere Stellenbörse XING Jobs funktioniert nach diesem Prinzip. Als Jobeinsteller



Kundenorientierung ist gestiegen, bestehendes ist ausgebaut.

kann ich sehen, wer sich für das Unternehmen interessiert hat und das Mitglied direkt kontaktieren. Beteiligung in den Gruppen zählt sich ebenfalls aus. Wir haben über 40.000 Gruppen auf der Plattform zu den unterschiedlichsten Themen und Branchen. Treten Sie einer Gruppe bei, in der Sie Ihre Expertise zeigen und Ihren Beitrag leisten können. Netzwerken bedeutet auch neugierig zu sein, an Treffen vor Ort teilzunehmen, die von Mitglieder für andere Mitglieder organisiert werden. Ich finde es gut, wenn man über das Event-Tool die Möglichkeit hat, den Kontakten mitzuteilen, dass man nächste Woche da und da ist und ob man nicht Lust hätte, sich zu treffen oder Gesuche aufzugeben. Man kann ebenfalls auf Veranstaltungen hinweisen oder einfach nur verschiedene Tipps geben.

A.M.F.: Ich habe Unternehmen angesprochen, was diese sich wünschen würden. Eine Frage war hier: Wer ist Ansprechpartner bei XING um mehr Reputation im Netz zu bekommen? Kann XING da auch weiterhelfen oder die Unternehmen unterstützen.

S.S.G.: Unser Sales-Team berät bestehende wie potenzielle Kunden persönlich zu unseren verschiedenen XING Produkten. Natürlich beraten wir Unternehmen dabei auch in puncto Online Reputation Management. So haben wir erst kürzlich einen kleinen Leitfaden veröffentlicht. Wir bekommen immer wieder Anfragen, ob wir die Unternehmen im gesamten Social Media Bereich beraten wollen. Das können wir jedoch personell nicht leisten.

A.M.F.: Was sind denn die Produkte von XING, die für Unternehmen spannend sein könnten?

S.S.G.: Zuerst einmal muss man ein Ziel festlegen, was das Unternehmen mit Social Media erreichen will. Community, Reputation, Branding, Content oder Employer Branding. Dafür haben wir die Produkte. Wie beispielsweise die bereits erwähn-

ten Unternehmensprofile, um Präsenz zu zeigen. Neben Lufthansa nutzen auch Firmen wie Bertelsmann, Accenture oder Continental das Unternehmensprofil sehr aktiv.

Die Recruiter-Mitgliedschaft ist für Unternehmen spannend, um neue Mitarbeiter zu gewinnen. Anhand der erweiterten Such- und Filteroptionen kann ich sehr stark differenzieren, was ich wirklich suche. Per Klick kann ich etwa nach Berufserfahrung, Karrierelevel, Aktivität auf XING und vielen weiteren Kriterien filtern. Dann können Sie aus den Millionen von XING-Mitgliedern innerhalb weniger Sekunden Ihren perfekten Kandidaten auswählen.

Sie können auf XING auch Werbung schalten. Als B2B-Kunde können Sie auch größere Pakete an Premium Mitgliedschaften für die eigenen Mitglieder, Kunden oder potenziellen Kooperationspartnern erwerben.

A.M.F.: Was passiert in zwei Jahren mit XING, bezogen auf Business?

S.S.G.: Wir werden uns auch in Zukunft darauf konzentrieren, unser Kernprodukt, die XING-Plattform weiterzuentwickeln und den persönlichen Nutzwert für die Mitglieder zu erhöhen. Erst im Herbst sind wir mit einer umfangreichen Produktoffensive in den Herbst gestartet. Die Plattform präsentiert sich seitdem in einem neuen übersichtlicheren Design und mit zusätzlichen Features. Darüber hinaus haben wir eine Vielzahl von Verbesserungen hinsichtlich der Nutzerführung eingeführt. Auch unser mobiles Angebot haben wir erweitert, denn die Nutzung von unterwegs setzt sich auch im Business-Networking immer stärker durch. Mit unseren speziellen Anwendungen ist das gesamte Kontaktnetzwerk immer dabei. Ob BlackBerry oder iPhone, Sie sind Sie stets up-to-date. Der mobile Markt entwickelt sich in einer rasanten Geschwindigkeit. Erst kürzlich haben wir den „Mobile Handshake“ eingeführt. Dieses Feature erlaubt es zwei sich gegenüberstehende Personen über ihre HTML-5-fähigen Smartphones zu verbinden und das alles einfach über die Standortbestimmung.

A.M.F.: Was ist mit den Applikationen bei XING? Gibt es da was neues, worauf sich der Nutzer in Zukunft freuen kann?

S.S.G.: Es wird neue geben, aber Einzelheiten kann ich noch nicht bekanntgeben. Unsere rund 20 Open Social Applikationen bieten unseren Nutzer noch vielseitigere Möglichkeiten, XING bei der täglichen Arbeit zu nutzen: Von aktuellen Nachrichten über die Organisation von Geschäftsreisen bis hin zum Projektmanagement und Dateiaustausch.

A.M.F.: Datenschutz und Social Media? Und XING?

S.S.G.: Wir haben bei XING ein vierköpfiges Security-Team, das sich speziell mit diesem Thema beschäftigt. Datenschutz hat für uns höchste Priorität. Was bedeutet das? Wir schützen die Daten unsere Mitglieder gleich auf mehreren Ebenen: Als einziges soziales Netzwerk weltweit ist XING komplett SSL-verschlüsselt. Diese Technik kennen die meisten Surfer vom Online-Banking. Mit unserem Hauptsitz in Deutschland unterliegen wir zudem den deutschen Datenschutzbestimmungen, die zu den striktesten der Welt gehören. Unsere Nutzer können sich darauf verlassen, dass wir keine personenbezogenen Daten an Dritte weitergeben. Davon abgesehen, geben wir unseren Mitgliedern alle nötigen Werkzeuge in die Hand, damit sie die volle Kontrolle über Ihre Daten haben. Sie können individuell einstellen, welche Mitglieder welche ihrer Daten sehen dürfen und welche nicht oder ob ihr Profil für Suchmaschinen auffindbar ist. Wir nehmen als Business-Netzwerk auch einen anderen Stellenwert in der Datenschutz-Debatte ein. Aktuell in der Diskussion ist beispielsweise der Gesetzentwurf zum Arbeitnehmer-Datenschutz. Dieser sieht vor, dass Unternehmen sich auch weiterhin auf Social Media Plattformen, die der beruflichen Nutzung und Karrierepräsentation der Bewerber dienen, über Bewerber informieren dürfen.

A.M.F.: Was müssen Internetnutzer auf dem Weg zu einer besseren Online-Reputation beachten?

S.S.G.: Jeder User sollte sich bewusst werden, dass er selbst darüber entscheidet, welche Informationen er von sich preisgibt und welche nicht. Es gilt, das richtige Netzwerk für seine eigenen Zwecke zu finden. Auf XING erhalten Sie die Chance, sich professionell darzustellen, Kompetenzen zu präsentieren oder neue Kunden zu bekommen - da reicht doch eine Webseite alleine gar

nicht mehr aus. Hier gilt: Positiv denken und im Netz präsent bleiben, indem man sich eine Reputation aufbaut. Dazu dient natürlich auch Google. Die XING-Profile erscheinen hier sehr hoch im Ranking.

A.M.F.: Was wäre, wenn XING sich NEU erfinden müsste?

S.S.G.: XING bleibt XING. Aber wir entwickeln uns natürlich stets weiter und passen uns den Bedürfnissen unserer Mitglieder an. Nehmen Sie Schrauben- oder Dübel-Hersteller, diese verändern sich im Laufe der Zeit, um dem wachsenden Ansprüchen gerecht zu werden. Das werden wir auch, mit neuen Leistungen und Features, aber wir werden immer ein Business-Netzwerk sein und bleiben. XING soll sich noch mehr lohnen – für jeden einzelnen, das ist für uns Alltag und Ansporn zugleich.

Alexander Maria Faßbender ist unter anderem Xpert Ambassador bei XING und bekannter Coach, Speaker, Trainer und Moderator.

www.alexandermariafassbender.de