

Frank Bärmann



XING

Erfolgreiches Networking
im Beruf

2. Auflage



XING
Erfolgreich netzwerken im Beruf

MEHR

INTERESSANTE

BÜCHER

ZUM THEMA

WEB & MARKETING

FINDEN SIE HIER!

Unser aktueller Flyer:
bit.ly/Flyer-Web



Oder Sie scannen
einfach diesen Code:



**JETZT WÜNSCHEN
WIR IHNEN
VIEL VERGNÜGEN
BEIM LESEN!**

*Ihr Team vom
mitp-Verlag*



Hinweis des Verlages zum Urheberrecht und Digitalen Rechtemanagement (DRM)

Der Verlag räumt Ihnen mit dem Kauf des ebooks das Recht ein, die Inhalte im Rahmen des geltenden Urheberrechts zu nutzen. Dieses Werk, einschließlich aller seiner Teile, ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Der Verlag schützt seine ebooks vor Missbrauch des Urheberrechts durch ein digitales Rechtemanagement. Bei Kauf im Webshop des Verlages werden die ebooks mit einem nicht sichtbaren digitalen Wasserzeichen individuell pro Nutzer signiert.

Bei Kauf in anderen ebook-Webshops erfolgt die Signatur durch die Shopbetreiber. Angaben zu diesem DRM finden Sie auf den Seiten der jeweiligen Anbieter.

Frank Bärmann

XING

Erfolgreich netzwerken im Beruf

2. Auflage



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <<http://dnb.d-nb.de>> abrufbar.

ISBN 978-3-8266-514-6

2. Auflage 2017

www.mitp.de

E-Mail: mitp-verlag@sigloch.de

Telefon: +49 7953 / 7189 - 079

Telefax: +49 7953 / 7189 - 082

© 2017 mitp Verlags GmbH & Co. KG

Dieses Werk, einschließlich aller seiner Teile, ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Lektorat: Miriam Robels

Sprachkorrektur: Petra Heubach-Erdmann

Covergestaltung: Christian Kalkert, www.kalkert.de

Satz: Ill-satz, Husby, www.drei-satz.de

Inhaltsverzeichnis

1: Willkommen bei XING!	9
--------------------------------	----------

2: XING-Mitgliedschaften – Die Qual der Wahl	13
-----------------------------------------------------	-----------

3: Ihr XING-Profil	19
3.1 Anmeldung	20
3.2 Gliederung des XING-Profiles	20
3.3 Kopfbereich	22
3.4 Hauptbereich	27
3.5 Das Impressum.	39
3.6 Meine Karrierewünsche	39

4: Die XING-Oberfläche	41
4.1 Elemente der Startseite	42
4.2 Neuigkeiten und Reaktionen	43
4.3 Die Menüleiste	44
4.4 Die Servicespalte	63
4.5 Einstellungen, Rechnungen & Konten	64

5: Das Netzwerk aufbauen und pflegen	67
5.1 Vorüberlegungen zum Kontaktaufbau	68
5.2 Kontakte finden	70
5.3 Kontaktanfragen	77
5.4 Hausputz im eigenen Netzwerk	86
5.5 XING aktiv nutzen	93

6: XING-Gruppen: Wissen teilen, Hilfe finden, diskutieren **97**

6.1	Offizielle XING-Gruppen	99
6.2	Wichtige Grundregeln für Gruppen	101
6.3	Der Nutzen von XING-Gruppen	102
6.4	Gruppen finden	104
6.5	Tipps und Tricks für die Arbeit in Gruppen	105
6.6	Der Marktplatz in XING-Gruppen	115
6.7	Eine Gruppe gründen	116

7: XING-Events: Veranstaltungen für Networker **119**

7.1	XING-Events als Teilnehmer nutzen	120
7.2	XING-Events als Veranstalter nutzen	125

8: XING-Arbeitgeberprofile und Business-Seiten: Unternehmen stellen sich vor **159**

8.1	Das Arbeitgeberprofil	160
8.2	Die XING-Business-Seiten	170
8.3	Arbeitgeberprofile und Business-Seiten aus Sicht der Nutzer	182

9: Nützliche Programme und Apps **185**

9.1	Programme und Anwendungen aus dem Hause XING	186
9.2	Programme und Werkzeuge von Drittanbietern	190
9.3	Die mobilen Apps	193

10: Datenschutz und Privatsphäre-Einstellungen **197**

10.1	Datenschutz	198
10.2	Privatsphäre	200

11: XING für ...**209**

11.1	XING für Freiberufler	210
11.2	XING für Vertriebler	217
11.3	XING für Handwerker	221
11.4	XING für Existenzgründer	227
11.5	XING für Personaler	228
11.6	XING für die Geschäftsführung	235
11.7	XING für Journalisten	236
11.8	XING für Jobsuchende	237

12: Schluss mit XING**243**

12.1	Kündigung als Basismitglied	245
12.2	Kündigung als Premiummitglied	246
12.3	Sonderfall: Kündigung einer über die App abgeschlossene Premium-Mitgliedschaft	247
12.4	Schlusswort	248
	Index	249

Kapitel 1

Willkommen bei XING!

Als Lars Hinrichs im Jahre 2003 den *Open Business Club* (OpenBC) gründete, konnte niemand den Siegeszug des neuen Business-Netzwerks in Deutschland erahnen. Damals war von Social Media im heutigen Verständnis noch keine Rede, es gab kein Facebook, kein Twitter und kein YouTube. Lediglich einige Weblogs publizierten bereits Beiträge in den USA. Hinrichs gründete ein soziales Netzwerk, in dem Mitglieder vorrangig ihre beruflichen – aber auch privaten – Kontakte zu anderen Personen verwalten und neue Kontakte finden können. Dabei kann ein Benutzer sehen, »über wie viele Ecken« – also über welche anderen Mitglieder – er jemanden kennt. Die Welt ist eben klein.

Im September 2006 wurde aus Gründen der Internationalisierung die Namensänderung zu *XING* vollzogen.

Zum einen enthielt der bisherige Name *openBC* das Kürzel BC, was im englischsprachigen Raum »Before Christ« bedeutet. Zum anderen dachten viele Nutzer bei »Open«, also offen, dass alle ihre Kontakte öffentlich zugänglich wären. Und zum Dritten gab es zu viele Markennachahmungen mit BC. Der neue Name XING bedeutet auf Chinesisch »can do«, also »es funktioniert« und transportiert damit eine eindeutige Nachricht. Im Englischen steht er als Abkürzung für »Crossing«, also Kreuzung, was als Begegnung von Geschäftskontakten gesehen werden kann.

Heute ist XING mit über zehn Millionen Mitgliedern (Stand Q1 2016) im deutschsprachigen Raum das marktführende berufliche Netzwerk in dieser Region (weltweit über 15 Millionen Menschen). Die Zahl der zahlenden Mitglieder lag im März 2016 bei etwa 900.000.

Was ist an XING nun so besonders? Was macht das Netzwerk im Vergleich zu Facebook, Twitter und Co. so einzigartig? Es ist die klare und eindeutige Fokussierung auf die Themen Geschäft, Job und Karriere. Im Mittelpunkt von XING stehen immer die »Kontakte«, das persönliche Netzwerk. Alle Funktionen, die der Nutzer bei XING findet, dienen fast ausschließlich dem »Kontakte-Knüpfen«. Und Kontakte sind die Grundlage für Business jeglicher Art. Hierzu ein paar Beispiele:

Unternehmer finden bei XING neue Kunden, Lieferanten, Partner oder Mitarbeiter. Berufstätige finden aktuelle oder ehemalige Kollegen, Kunden oder Kommilitonen. Jobsuchende finden hier einen neuen Arbeitgeber und Arbeitgeber finden hier neue Mitarbeiter.

Neben dem Knüpfen von Kontakten wird heute in über 70.000 Gruppen Wissen ausgetauscht, sich gegenseitig geholfen und über Themen diskutiert.

Meiner Meinung nach sind immer noch viel zu viele Berufstätige, Unternehmer und Jobsuchende nicht bei XING. Das hat nichts damit zu tun, dass ich irgendeine Art von Provision von XING erhalte, wenn ich neue Mitglieder heranschaffe. Nein, es hat etwas mit der echten Überzeugung zu tun, dass XING für sehr viele einen Nutzen bringt, die davon gar nichts wissen.

Mit diesem Buch möchte ich einige Fälle und Beispiele aufzeigen, wie man XING im Business-Bereich (also im Bereich Geschäft, Job und Karriere) sinnvoll und nutzbringend einsetzen kann. Vielleicht erkennt daraufhin der eine oder andere seinen persönlichen Nutzen und nutzt das Netzwerk in Zukunft intensiver. Es würde mich freuen.

Ihr

Frank Bärmann

Kapitel 2

**XING-
Mitgliedschaften –
Die Qual der Wahl**

XING bot seinen Mitgliedern von Anfang an die Wahl zwischen einer kostenlosen Basis-Mitgliedschaft und einer kostenpflichtigen Premium-Mitgliedschaft.

Basis-Mitgliedschaft

Mit der kostenlosen Basis-Mitgliedschaft stehen die wichtigsten Funktionen von XING zur Verfügung: Sie erhalten ein eigenes professionelles Profil, können Kontakte einladen und verwalten, in Gruppen aktiv werden, an Events teilnehmen bzw. eigene Events organisieren.

Premium-Mitgliedschaft

Mit der kostenpflichtigen Premium-Mitgliedschaft erhalten die Mitglieder Zugang zu einer ganzen Reihe von besonderen Funktionen. Dazu gehört z. B., dass Sie sehen können, wer Ihr Profil besucht hat, dass Sie Nachrichten auch an Nicht-Kontakte senden können und dass Ihnen sehr viel umfangreichere Such-, Recherche- und Analysemöglichkeiten zur Verfügung stehen. Zudem können Premium-Mitglieder anderen Mitgliedern Nachrichten mit Dateianhängen senden.

XING bemüht sich permanent, die Vorteile für die Premium-Mitglieder auszubauen und eine solche Mitgliedschaft attraktiver zu machen. Immerhin sind die Premium-Mitgliedschaften die Haupteinnahmequelle des Unternehmens.

Hinweis

Falls Sie von einer Basis- in eine Premium-Mitgliedschaft wechseln möchten, besuchen Sie die Seite <https://www.xing.com/app/billing>. Die Kosten für eine Premium-Mitgliedschaft starten zurzeit bei 7,95 Euro monatlich inkl. MwSt. Es gibt aber auch immer wieder Sonderaktionen mit Rabatten.

Einen Direktvergleich der beiden Mitgliedschaften sehen Sie in der Abbildung.

Die Mitgliedschaften im Direktvergleich

	Basis	Premium
Profilbesucher sehen:		
Wer interessiert sich für Sie – und warum?		
Allgemein		
Profilbesucher sehen, inkl. vollem Namen, Position und Arbeitgeber	—	✓
Erfahren, wie Besucher auf Ihr Profil aufmerksam geworden sind	—	✓
Sehen, wer welche Bereiche angeklickt hat (z. B. Portfolio oder Link zur Arbeitgeber-Website)	—	✓
Profilbesucher-Analyse		
Meistbenutzte Suchbegriffe, mit denen Besucher Ihr Profil bei XING gefunden haben	—	✓
Kontaktpfad zu Profilbesuchern (Wie sind Sie durch Kontakte mit Besuchern verbunden?)	—	✓
Genaues Datum jedes Profilbesuchs	—	✓
Häufigkeit der Profilbesuche pro Besucher (max. 3 in den letzten 3 Monaten)	—	✓
Profilbesucher-Statistiken		
Häufigkeit der Besuche von Recruitern	—	✓
Anzahl der Besuche (heute, im letzten Monat und in den letzten 3 Monaten)	—	✓
Verhältnis Erstbesucher und Wiederkehrer	—	✓
Häufigste Branchen Ihrer Besucher	—	✓
Häufigste Arbeitgeber Ihrer Besucher	—	✓
Ihr Profil: Zeigen Sie Ihr professionelles Selbst.		
Allgemein		
Den eigenen Werdegang sowie Kenntnisse, Fähigkeiten und Interessen darstellen	✓	✓
Professionellere Selbstdarstellung: Keine Werbebanner auf dem eigenen Profil	—	✓
Eigene Top-Fähigkeiten prominent hervorheben	—	✓
Auf Profilen ähnlicher Mitglieder als Vorschlag erscheinen	—	✓
Portfolio		
Textmodule hinzufügen, Maximalzahl:	1	1000
Bilder und PDF-Dateien hochladen, Maximalzahl:	3	30
Videos einbinden (z. B. von YouTube oder Vimeo), Maximalanzahl:	—	15
Maximale Dateigröße pro Bild oder PDF:	2 MB	5 MB
Gruppen, Jobs und Events:		
Sich austauschen und Chancen nutzen		
Exklusive Rabatte und VIP-Sonderkonditionen auf die besten Events erhalten	—	✓
Gruppen entdecken oder selbst gründen und in Foren diskutieren	✓	✓
Laufzeit von Marktplatz-Anzeigen in Gruppen	14 Tage	28 Tage
Jobs finden oder eigene Stellenanzeigen schalten	✓	✓
Events besuchen oder selbst veranstalten, inkl. Verkauf von Tickets und mehr	✓	✓
Mitglieder suchen und finden – und selbst gefunden werden		
Mitglieder suchen und finden		
Einfache und schnelle Mitgliedersuche, maximale Suchergebnisse:	10	300
Noch gezielter Mitglieder finden, dank erweiterter Suchfelder	—	✓
Nur relevante Suchtreffer anzeigen, dank spezieller Filtermöglichkeiten	—	✓
Regelmäßig automatisch suchen lassen, mit bis zu 20 praktischen Suchaufträgen	—	✓
Besser gefunden werden		
Besondere Hervorhebung des eigenen Profils in Suchergebnissen, inkl. Zusatzinfos	—	✓
Suchstatistiken zum eigenen Profil und Tipps für bessere Auffindbarkeit	—	✓

	Basis	Premium
Kontakte knüpfen und in Kontakt bleiben		
Allgemein		
Kontakte knüpfen, verwalten, merken und mit Ihnen kommunizieren	✓	✓
Neuigkeiten und Mitteilungen Ihrer Kontakte verfolgen und selbst Mitteilungen schreiben	✓	✓
Alle wichtigen Neuigkeiten der eigenen Kontakte im Überblick	—	✓
Nachrichten		
Nachrichten an Kontakte schreiben	✓	✓
Nachrichten auch an Nicht-Kontakte schreiben <small>20 pro Monat (bei laufenden Verträgen mit Beginn vor dem 26.09.2012: 20 pro Tag)</small>	—	✓
Datelanhänge mit Nachrichten versenden, Datenvolumen pro Monat:	—	1 GB
Regelmäßig Geburtstagsereinerungen per E-Mail erhalten	—	✓
Glückwünsche als E-Motivkarte versenden – oder bis zu 2 Wochen im Voraus vorbereiten	—	✓
Interessante Mitglieder entdecken		
Mitglieder mit Gemeinsamkeiten:		
Mit einem ähnlichen Profil	—	✓
Mit einem Arbeitgeber in derselben Branche	—	✓
Mit gemeinsamen Interessen	—	✓
Mit Engagement in denselben Organisationen	—	✓
Mit gemeinsamen Kontakten	✓	✓
Mit demselben Arbeitgeber	✓	✓
Mit demselben ehemaligen Arbeitgeber	✓	✓
Weitere interessante Mitglieder, die ...		
... Sie kennen könnten	✓	✓
... suchen, was Sie bieten	—	✓
... Sie bereits auf deren Profil besucht haben	—	✓
... neu bei XING sind	—	✓
Das Vorteilsprogramm: Exklusive Angebote für Premium-Mitglieder		
Vorteilsprogramm		
Von exklusiven Angeboten erlesener XING-Partner profitieren	—	✓
Premium-Services		
XING Arbeitsrechtsschutz, in Kooperation mit der ARAG	—	✓

Vergleich der Mitgliedschaften (Quelle: XING)

Basis oder Premium?

Egal, ob Sie bereits ein Konto bei XING besitzen oder neu einsteigen wollen, es stellt sich natürlich die Frage, ob sich eine Premium-Mitgliedschaft lohnt. Diese Frage muss jeder für sich selbst beantworten.

Ich kann Ihnen an dieser Stelle nur einige Denkanstöße für Ihre Entscheidung geben. Diese hängt ganz stark davon ab, welche Ziele Sie mit der XING-Mitgliedschaft erreichen wollen, oder anders ausgedrückt: was Sie mit XING tun wollen.

Fall 1

Sie nutzen XING, um alte Bekannte, ehemalige Kollegen, Freunde oder Kommilitonen zu finden. Der Austausch ist eher privater Natur und nur sehr sporadisch. Sie möchten zudem keine Detailinformationen über sich preisgeben, sondern nur Kontaktdaten.

Hier ist eine Premium-Mitgliedschaft nicht notwendig. Die Funktionen der Basis-Mitgliedschaft reichen voll und ganz aus.

Fall 2

Sie nutzen XING als berufstätige Person und möchten nicht nur Kontakt zu Kollegen und ehemaligen Mitschülern oder Kommilitonen pflegen, sondern auch zu Kunden, Lieferanten und Partnern Ihres Arbeitgebers.

Sie suchen eine (neue) Stelle und möchten sich professionell präsentieren.

Hier ist eine Premium-Mitgliedschaft nicht unbedingt notwendig, aber sehr empfehlenswert. Durch eine Premium-Mitgliedschaft erhalten Sie die Möglichkeit, mit anderen Mitgliedern direkt in Kontakt zu treten und z. B. Dateianhänge zu versenden.

Für Jobsuchende ist es enorm wichtig, sich möglichst professionell und umfassend darzustellen. Als Premium-Mitglied erhalten Sie die Möglichkeit, aussagekräftige Dokumente dem eigenen Profil hinzuzufügen (z. B. Arbeitsproben, Zeugnisse etc.). Außerdem sehen Sie, wer Ihr Profil besucht hat, um ggf. auf den Anruf eines Recruiters vorbereitet zu sein.

Fall 3

Sie nutzen XING geschäftlich z. B. als Unternehmer, Freiberufler oder Vertriebs- oder Marketingleiter. Sie benötigen ein exzellentes Profil, das auf das eigene Business ausgerichtet ist und Sie als Experte darstellt. Sie nutzen Kundenreferenzen als Aushängeschild und wollen mit anderen Professionals direkt in Kontakt treten.

Sie suchen als Unternehmer neue Mitarbeiter.

Hier ist eine Premium-Mitgliedschaft zwingend notwendig. Wer sich bei XING geschäftlich professionell darstellen will, ist als Basis-Mitglied aufgeschmissen. Die vielen Zusatzfunktionen der Premium-Mitgliedschaft dienen explizit der Selbstdarstellung als Experte bzw. Profi.

Zudem erhalten Sie beispielsweise spezielle Such- und Recherchefunktionen, die Ihnen das Auffinden von potenziellen Kunden, Partnern oder Lieferanten stark vereinfachen. Hierzu zählt eine Suchfunktion, die lange Zeit als »Powersuche« bezeichnet wurde und neuerdings im XING-Premium-Bereich ihr neues Zuhause gefunden hat. Dort kann

man Mitglieder nach Gemeinsamkeiten auswählen oder danach, ob sie auf Ihrem Profil waren oder suchen, was Sie bieten.

Welche Mitgliedschaft Sie auch wählen, in den folgenden Kapiteln erfahren Sie, was XING Ihnen bietet und wie Sie es richtig und erfolgreich nutzen können.

Es sei zum Schluss angemerkt, dass viele der vorgestellten Funktionen den Premium-Mitgliedern vorbehalten bleiben, ich werde an den entsprechenden Stellen aber darauf hinweisen.

Kapitel 3

Ihr XING-Profil

3.1	Anmeldung	20
3.2	Gliederung des XING-Profiles	20
3.3	Kopfbereich	22
3.4	Hauptbereich	27
3.5	Das Impressum	39
3.6	Meine Karrierewünsche.	39

Zentrales Element Ihres XING-Auftritts ist Ihr XING-Profil. Deshalb erkläre ich Ihnen als Erstes, wie Sie zu einem professionell gestalteten Profil in dem Business-Netzwerk kommen.

3.1 Anmeldung

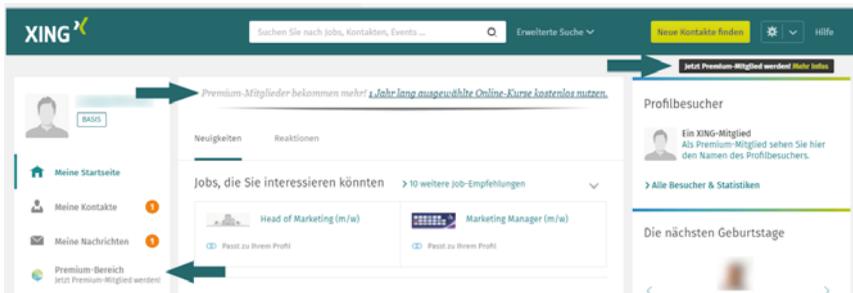
Um Mitglied bei XING zu werden, müssen Sie sich über die Adresse www.xing.com/ registrieren. Dazu füllen Sie einfach das Formular aus. Danach erhalten Sie eine E-Mail mit einem Link, über den Sie Ihren XING-Zugang aktivieren. Nachdem Sie die dort beschriebene Aktivierung durchgeführt haben, sind Sie Basis-Mitglied bei XING.

Tipp

Lassen Sie sich von einem anderen Premium-Mitglied zu XING einladen. Sie erhalten dann automatisch einen Gratis-Monat als Premium-Mitglied und können alle Funktionen in vollem Umfang nutzen. Voraussetzung ist, dass Sie noch kein Mitglied bei XING sind oder waren.

Premium-Mitglied werden

Um zum Premium-Mitglied zu werden, lassen Sie sich entweder einladen oder – wenn Sie bereits Basis-Mitglied sind – wählen Sie aktiv die kostenpflichtige Mitgliedschaft. Dazu klicken Sie einfach auf eine der vielen Aufforderungen innerhalb Ihres Profils, z. B. unterhalb Ihres Fotos oder rechts oben in der Ecke.

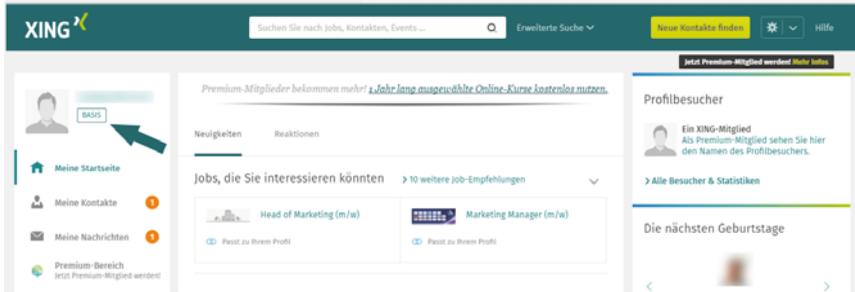


Der Wechsel zum Premium-Mitglied wird Ihnen bei XING mehrfach angeboten.

Alternativ können Sie sich direkt über die Adresse www.xing.com/app/billing anmelden.

3.2 Gliederung des XING-Profiles

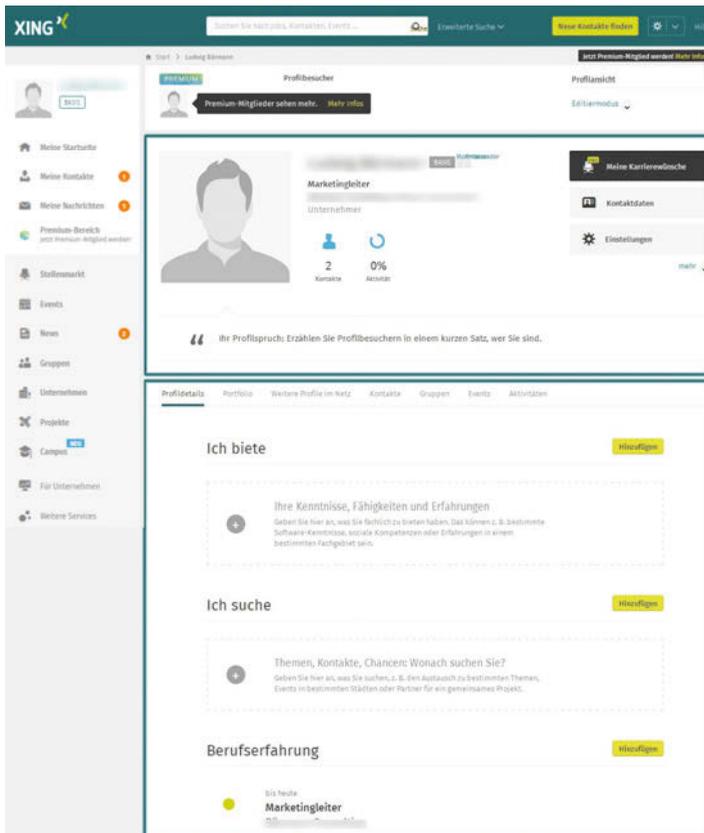
Wenn Sie sich erfolgreich angemeldet oder eingeloggt haben, zeigt sich Ihnen zunächst die Startseite. Auf die Elemente und Funktionen gehe ich später genauer ein. Um Ihr Profil zu erreichen, klicken Sie oben links auf Ihr Foto oder Ihren Namen.



Über den Klick auf Ihr Foto oder Ihren Namen gelangen Sie zum Profil.

Nun haben Sie Ihr persönliches Profil, Ihre Visitenkarte bei XING, vor sich und können mit der Einrichtung beginnen.

Das Profil gliedert sich grob in einen Kopfbereich und einen Hauptbereich.



Das XING-Profil mit Kopf- und Hauptbereich

Im Kopfbereich finden Sie Ihren Namen, Ihre Positionsbeschreibung, den Firmennamen Ihres Arbeitgebers oder Ihres Unternehmens, Ihre Kontaktdaten, die Einstellungen, einen Profilspruch und das Foto.

Beginnen Sie mit dem Füllen Ihres Profils systematisch von oben nach unten.

Wichtig

Bevor Sie anfangen, Ihr Profil zu überarbeiten, sollten Sie die Meldungen über Ihre Aktivitäten im eigenen Netzwerk kurzzeitig abschalten. Ansonsten erhalten Ihre Kontakte eine Nachricht über jede einzelne Änderung. Wenn Sie noch keine Kontakte besitzen, können Sie diesen Tipp getrost übergehen.

Ansonsten wechseln Sie auf Ihre Einstellungen (das Zahnrad oben rechts in der Ecke), wählen EINSTELLUNGEN, RECHNUNGEN & KONTEN und klicken auf PRIVATSPHÄRE. Im Bereich IHRE AKTIVITÄTEN klicken Sie auf BEARBEITEN und entfernen die Häkchen von den ersten drei Einträgen sowie dem Profilspruch. Anschließend speichern Sie alles. Wenn Sie mit der Bearbeitung komplett fertig sind, sollten Sie die Häkchen unbedingt wieder aktivieren.

3.3 Kopfbereich

Wie ich bereits zuvor erwähnte, finden Sie im Kopfbereich vier wichtige Elemente des Profils: Foto, Name, akademischer Abschluss (optional), Positionsbeschreibung und Firmenname sowie einige weitere Elemente wie Anzahl der Kontakte, Kontaktdaten und Karrierewünsche. Worauf Sie hier besonders achten sollten, erkläre ich im Folgenden.

The screenshot shows the header of a XING profile for Frank Bärmann. It includes a profile picture, a name field with 'PROFIL BILDER' and 'XING-STATUS' buttons, and a dropdown for 'Akademischer Abschluss' (Diplom-Kaufmann). Below this is a 'Berufsbezeichnung' field with 'conpublica - content & pr agentur Selfkant, Deutschland' and a dropdown for 'Arbeitgeber' (Freiberufler). A 'Meine Karrierewünsche' button is on the right. Below the main fields are 'Kontakte' (563) and 'Aktivität' (100%) indicators. A 'Kontaktieren' button is also visible. At the bottom, there is a quote: 'Ich bringe Ihr Unternehmen im Web und in den Medien in Position und mache es magnetisch für Kunden und Interessenten! Dazu nutze ich - Fachartikel - Anwenderberichte - Expertenstatements - Blogbeiträge - Checklisten - Erklärfilmchen - Stories als Comics - Infografiken - Podcasts - Videocast - Whitepaper'.

Im Kopfbereich stehen alle wichtigen Angaben zur Person und zum Beruf.

Foto

Ein Bild sagt mehr als 1.000 Worte. Diese Weisheit gilt nach wie vor und vor allem dort, wo es um Kontakte geht. Deshalb ist ein professionelles Foto im XING-Profil sehr wichtig. Professionell bedeutet: von guter Qualität, vom Profi gemacht. Sparen Sie hier nicht am falschen Ende und gehen Sie zum Fotografen.

Das Foto muss aber auch zu Ihnen und der Tätigkeit passen. Kreative Menschen sollten auch kreativere Fotos haben, ein Geschäftsführer muss eher seriös und ein Vertriebsmensch offen auftreten. Hier sind einige Beispiele von guten Fotos.



Beispiele für gute Profilfotos

Hinweis

Das Profilfoto bei XING ist quadratisch und sollte idealerweise eine Größe von 1024 x 1024 Pixel haben. So wird Ihr Foto in jeder Bildschirmgröße scharf dargestellt und wirkt professionell. Die Datei kann bis 20 MB groß sein und im Format JPG, BMP oder PNG hochgeladen werden. Kleinere Bilder gehen natürlich auch, können auf großen Bildschirmen nur irgendwann pixelig werden.

Achten Sie bei den Fotos auch darauf, dass Ihr Gesicht auf dem Bild ein wenig nach links versetzt ist. XING zeigt Premiummitgliedern nämlich die Fotos der Besucher eines Profils als kleines Bild oben im Kopfbereich. Sollte ein Besucher ein Kontakt ersten oder zweiten Grades von Ihnen sein, erscheint unten rechts eine kleine grüne 1 oder 2. Sollte Ihr Kopf auf dem Bild zu weit rechts sitzen, so deckt diese Zahl einen Teil des Gesichts ab. Das ist unschön.



Die grüne Zahl unten rechts kann bei Fotos das Gesicht verdecken.

Schlechte Fotos machen den ersten Eindruck kaputt. Die Liste der schlechten Fotos geht von unterbelichtet, unscharf über alt und pixelig bis zu reinen Freizeitfotos.

Hinweis

Das Schlimmste, was Sie bei XING tun können, ist, überhaupt kein Foto einzustellen. Dann sehen andere den lästigen männlichen oder weiblichen Schatten. Niemand möchte so recht mit Ihnen in Kontakt treten, wenn sein Gegenüber sich nicht zeigt. Das ist unhöflich und wird nicht gerne gesehen.

Name

Im Gegensatz zu anderen sozialen Netzwerken muss man bei XING den eigenen Namen benutzen. Die Geschäftsbedingungen von XING erlauben keine Nutzung von Pseudonymen oder Scherznamen. Der Vorteil und die Seriosität von XING beruhen zum größten Teil auf der Nutzung der echten Identität. Auf XING präsentiert man sich als echte Person mit den eigenen biografischen Angaben, um von Geschäftspartnern oder Personalentscheidern auch gefunden zu werden.

Akademischer Abschluss (optional)

Falls Sie einen Hochschulabschluss besitzen, können Sie den an dieser Stelle anzeigen lassen. Den Abschluss legen Sie im Bereich EINSTELLUNGEN und PERSÖNLICHE DATEN fest. Hier wird zudem ein akademischer Grad eingetragen.

Positionsbeschreibung

Die Positionsbeschreibung dient dazu, anderen Ihren aktuell ausgeübten Beruf zu zeigen. Verwenden Sie bitte eher nicht Beschreibungen wie Berater, Manager oder IT-Experte, sondern formulieren Sie so konkret wie möglich. Falls diese Begriffe Ihrer aktuellen Positionsbeschreibung tatsächlich entsprechen, können Sie in Klammern Ergänzungen hinzufügen, z. B. »IT-Experte (Hardware und Software)« oder »Berater (SAP)«.



Frank Bärmann PREMIUM

Diplom-Kaufmann

Experte für Content Marketing, Educational Marketing, Social Media und PR
conpublica - content & pr agentur Selfkant, Deutschland
Freiberufler

563 Kontakte

100% Aktivität

Tipp

Die im Profil neben dem Foto angezeigte Positionsbeschreibung und der Firmenname können im eigenen Profil unter BERUFSERFABUNG geändert werden. Hierzu wählen Sie eine beliebige Position im Lebenslauf aus und setzen das Häkchen bei DIESE TÄTIGKEIT UNTER MEINEM NAMEN ANZEIGEN.

Firmenname

In das Feld FIRMENNAME tragen Sie den Namen Ihres aktuellen Arbeitgebers bzw. Ihres Unternehmens ein. Auch den aktuellen Arbeitgeber wählen Sie durch Setzen des Häkchens im Profil unter BERUFSERFABUNG.

Bei der Auswahl des Unternehmens hilft Ihnen XING. Wenn Sie in das Feld NAME in der Rubrik UNTERNEHMEN die ersten Buchstaben eintragen, schlägt Ihnen XING bereits angelegte Unternehmen vor. Nur wenn Sie der erste Mitarbeiter eines Unternehmens sind, wird es keinen passenden Vorschlag geben. Damit hat XING die immer wieder auftretenden Probleme einer falschen Schreibweise von Unternehmen in den Griff bekommen.

Wichtig

Es ist sehr wichtig, dass die Firmennamen Ihrer Arbeitgeber oder eigenen Firmen stets korrekt und in einheitlicher Schreibweise eingetragen sind. Schon die kleinsten Abweichungen (Punkt vergessen oder Abkürzungen) können schwerwiegende Folgen haben, z. B. bei der Anlage der Unternehmensprofile. Auch Ihre Mitarbeiter bei XING sollten auf die identische Schreibweise des Firmennamens achten.

Der Profilspruch

Der Profilspruch bietet Platz für einen persönlichen Satz oder Slogan. Früher löste die Veränderung dieses Spruches jedes Mal eine Nachricht in Ihrem Newsfeed aus, sodass Sie damit regelmäßig auf sich und Ihre Angebote aufmerksam machen konnten. XING hat dem missbräuchlichen Treiben vor einiger Zeit einen Riegel vorgeschoben. Heute können Sie dieses Feld immer noch für einen Werbespruch (Claim) oder ein Angebot nutzen – mit Link.

Beispiel: Tätigkeitsbeschreibung

“ *Ihr Berater, Interim- & Projekt Manager sowie Referent und Moderator für Recruitment, Personalmarketing & Employer Branding im Web.*