

[Xing optimal nutzen](#)

Geschäftskontakte - Aufträge - Jobs. So zahlt sich Networking im Internet aus

Bearbeitet von
Dr. Andreas Lutz, Joachim Rumohr

6., aktualisierte Auflage 2014. Buch. 175 S. Kartoniert
ISBN 978 3 7093 0554 6
Format (B x L): 14,5 x 21 cm
Gewicht: 280 g

[Wirtschaft > Wirtschaftswissenschaften: Allgemeines > Wirtschaftswissenschaften:
Sachbuch und Ratgeberliteratur](#)

Zu [Inhaltsverzeichnis](#)

schnell und portofrei erhältlich bei

The logo for beck-shop.de features the text "beck-shop.de" in a bold, red, sans-serif font. Above the "i" in "shop" are three red dots of increasing size. Below the main text, "DIE FACHBUCHHANDLUNG" is written in a smaller, red, all-caps, sans-serif font.

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung [beck-shop.de](#) ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

Fliegender Start: erste Einstellungen und ein überzeugendes XING-Profil

Die effektive Nutzung von XING beginnt mit einem aussagekräftigen und vollständig ausgefüllten Profil. Wenn Sie ein klares Bild von sich vermitteln, ist die Chance am größten, dass andere Mitglieder nicht nur auf Sie aufmerksam werden, sondern auch direkt Kontakt mit Ihnen aufnehmen. Falsche Einstellungen hingegen sind oft der Grund dafür, dass Mitglieder ihre Ziele mit XING nicht erreichen. Richten Sie daher von Anfang an alles genau so ein, dass es zu Ihnen und zu Ihren Anliegen passt. Wie das geht, erklären wir Ihnen in diesem Kapitel.

Tipps und Tricks für eine gute Selbstdarstellung: Ihr Profil

Sie wissen es aus eigener Erfahrung: Oft dauert es nur Sekunden, bis Sie als Besucher sich grundsätzlich entscheiden, ob Sie ein Profil ausführlicher anschauen oder gleich wieder weiterklicken. So geht es natürlich auch den anderen Mitgliedern bei XING. Zeigen Sie deshalb in Ihrem Profil ganz klar, wer Sie sind. Für eine gelungene Selbstdarstellung reicht es nicht aus, ein gutes Foto einzustellen. Vielmehr tragen alle Inhalte Ihres Profils dazu bei, dass sich Besucher tatsächlich ein Bild von Ihnen machen können.

Das Foto: Bilder sagen mehr als tausend Worte

Mit einem guten Foto zeigen Sie dem Betrachter einen großen Teil Ihrer Persönlichkeit. Bedenken Sie aber, dass die Bilder bei XING manchmal auch in kleineren und runden Formaten zu sehen sind. Prüfen Sie also, wie das gewählte Bild dann wirkt, es sollte in jeder Größe überzeugend wirken. Meist sind Bilder mit einem helleren Hintergrund für die Vorschau in kleinem Format wesentlich besser geeignet.

Wählen Sie außerdem ein Foto aus, das Ihrer Zielsetzung entspricht. Sind Sie zum Beispiel auf Jobsuche, empfiehlt es sich, ein Bild zu verwenden, das Sie bedenkenlos für Ihre Bewerbungsunterlagen benutzen würden. Wenn Sie geschäftliche Kontakte suchen, sind Freizeitbilder fehl am Platz.

Lassen Sie am besten professionelle Aufnahmen von einem Fachmann machen. Beachten Sie dabei aber, dass nicht jeder Berufsfotograf automatisch gute Porträtaufnahmen erstellt. Wenn Sie keinen Fotografen kennen, schauen Sie sich die Profile von Menschen aus Ihrer Stadt an und fragen diejenigen, deren Bilder Sie ansprechen, wen sie beauftragt haben. Denken Sie daran: Den allerersten Eindruck gewinnt ein Profilbesucher durch Ihr Foto und dafür gibt es bekanntlich keine zweite Chance.

Wenn Sie bereits gute Bilder haben und nicht wissen, wie Sie sie in das richtige Format für XING umwandeln, können Sie den kostenlosen Service von www.mypictr.com nutzen. Dort lassen sich alle Arten von Bildern schnell und einfach auf die passende Größe bringen. Das Angebot beinhaltet zwar keine Optimierung in Bezug auf die Bildqualität, doch das Zuschnei-

den, Verkleinern und anschließende Abspeichern sind einfach zu erledigen, das sollte jedem gelingen. Die Vorgaben für XING finden Sie sogar in einem Auswahlmü, Sie brauchen also nicht einmal zu wissen, wie groß das Bild werden muss.



KLÄREN SIE MIT DEM FOTOGRAFEN DIE RECHTE

Klären Sie mit dem Fotografen genau ab, wie es sich mit den Rechten an den Porträtaufnahmen verhält. Achten Sie darauf, dass Sie die Fotos auch im Internet für die Gestaltung Ihrer Internetseite und für Profile bei Communitys wie XING nutzen dürfen. Ansonsten könnte es passieren, dass Ihr Fotograf später ein zusätzliches Honorar fordert und dabei das Recht auf seiner Seite hat. Fragen Sie den Fotografen schon vor der Auftragserteilung, ob er Ihnen einige ausgesuchte Bilder gleich im richtigen Format für Ihr XING-Profil liefert. Sie brauchen das ausgewählte Foto dann nur noch hochzuladen.



IM GESPRÄCH

Beatrice Hermann stellt sich vor: Ich bin eigentlich aus Bayern, lebe aber seit 2004 in Hamburg. Ich habe Kunst und Design in Würzburg und Fotografie in London studiert. Ich fotografiere Leute. Für Redaktionen. Für Werbung. Für Unternehmer und Unternehmen. Am liebsten nach dem Motto: echte Menschen statt steife Models. – People. Professionell. Persönlich.

Seit wann sind Sie Mitglied bei XING?

Seit April 2005.

Wie nutzen Sie XING für Ihre Arbeit?

XING ist für mich eins der wichtigsten Netzwerktools geworden. Da ich keinerlei Werbung mache, ist es somit auch mein stärkstes Akquisewerkzeug. Ich bin praktisch immer online.

In welchen Gruppen sind Sie aktiv?

Erst mal wurde ich sogar nur wegen einer XING-Gruppe, nämlich dem „Woman Entrepreneur Club“, kurz WEC, XING-Mitglied. Ich habe auch lange Zeit die monatlichen „Hamburger Regionaltreffen“ für den WEC organisiert.

Ich gebe zu: Online schreibe ich nicht so viel, das ist für mich ein riesiger Zeitfresser, aber für Live-Treffen bin ich jederzeit zu haben. Genauso ist das auch bei mir mit der Gruppe „XING Live Hamburg“. Die Live-Treffen sind inzwischen zum Pflichtprogramm geworden. Besonders zu empfehlen ist hier das Cross-Table-Dinner. Das macht Spaß und irgendwie ergeben sich immer wieder interessante Kontakte.

Zudem treibe ich mich berufsbedingt bei den XING-Gruppen „Fotografen, Grafiker, Künstler, Designer“, „Kunst und Kultur“, „Künstlertreff@art“ und „Eventwerker Hamburg“ herum. Allerdings lese ich auch hier mehr, als dass ich online schreibe. Oder ich gehe nur zu den Networking-Veranstaltungen.

Im Repertoire sind wegen meiner Interessen noch die Gruppen „Filme, Kino, Klassiker“, „Akquisition/Kundengewinnung“, „Ich SUCHE ...-Empfehlungen und ganz heiße Tipps“, „Networking – Hintergründe, Motive und Absichten“ und „Querdenker-Club“.

Ach ja, und von „brand eins“ bin ich Fan und habe da natürlich auch ein Abonnement :-).

Haben Sie einen Tipp zur Nutzung von XING?

Mein Favorit ist das Profilbild. Ein Bild sagt mehr als tausend Worte, allerdings sollten es auch die richtigen sein! Wenn die Person auf dem Foto authentisch und sympathisch rüberkommt, ist das schon die halbe Miete. Passt dann noch der Auftritt zum Beruf und auch zur Persönlichkeit: klasse! Wenn das Bild zudem gut gemacht ist und man die Person darauf wiedererkennen kann: Volltreffer! Hilfreich für mich ist auch die Möglichkeit, Adressbücher abzugleichen. Ich arbeite mit Outlook und synchronisiere meine Kontakte mit den Daten bei XING. So halte ich beide Adressbücher immer auf dem neuesten Stand.

Was ist der Kern Ihrer persönlichen XING-„Erfolgsstory“?

Besonders meine Business-Porträts kommen bei den XING-Mitgliedern unheimlich gut an. Ich habe noch nie Werbung dafür gemacht. Alle Interessenten für ein „Business-Shooting“ kommen nach Empfehlungen von zufriedenen Kunden, die meisten davon über XING. Viele von ihnen bekommen viel positives Feedback und deutlich mehr Anfragen durch das neue Profilbild. Und mir erzählen sie dann immer wieder neue Erfolgsstorys, die durch das Bild entstanden sind. Und: Sie schicken mir neue Kunden. Das ist toll!

Besonders meine Business-Porträts kommen bei den XING-Mitgliedern unheimlich gut an. Ich habe noch nie Werbung dafür gemacht. Alle Interessenten für ein „Business-Shooting“ kommen nach Empfehlungen von zufriedenen Kunden, die meisten davon über XING. Viele von ihnen bekommen viel positives Feedback und deutlich mehr Anfragen durch das neue Profilbild. Und mir erzählen sie dann immer wieder neue Erfolgsstorys, die durch das Bild entstanden sind. Und: Sie schicken mir neue Kunden. Das ist toll!

Auch überregionale Aufträge haben sich ergeben: Durch XING hatte ich schon Kunden aus München, der Schweiz und Österreich, die extra fürs Shooting zu mir nach Hamburg gekommen sind. Außerdem habe ich mein Züricher Studio, in dem ich hauptsächlich Business-Shooting-Tage veranstalte, zum Teil auch einem XING-Business-Shooting-Kunden zu verdanken.

Bevorzugen Sie eine bestimmte Funktion bei XING?

Ja, die Powersuche: vor allem die „Besucher meines Profils“, „Besucher meiner Firmen-Homepage“, „Besucher meiner Über-mich-Seite“.

Ihr Unternehmensname im XING-Profil

Ihr Bild, Ihr Name und der Unternehmensname tauchen im XING-Netzwerk immer wieder an verschiedensten Stellen in Kombination auf, zum Beispiel in der Liste der besuchten Profile bei anderen Mitgliedern, in Suchergebnislisten, in Gästelisten oder bei Gruppenbeiträgen. Vergleicht man das XING-Profil mit einem Ladengeschäft, dann gleicht die Angabe der Schaufensterbeschriftung. Nutzen Sie diese „Werbebläche“ für Ihr Unternehmen sinnvoll und bringen Sie nach Möglichkeit zusätzlich zum Unternehmensna-

men eine klare Aussage oder einen Slogan in diesem Feld unter. Vielleicht wollen Sie auch eine bestimmte Botschaft transportieren und damit das Interesse anderer Mitglieder wecken. Seien Sie dabei jedoch nicht zu werblich, sondern beschränken Sie sich auf die Information, was man bei Ihnen im „Laden“ bekommen kann.

Im Folgenden finden Sie einige gute Beispiele für die optimale Nutzung dieses Feldes:

Peter Scheike

BÜROTEAM HAMBURG | Büro- & Arbeitsplatzkonzepte – mehr als pure Möblierung!

Uwe Hiltmann

Internet-Unternehmensberater

„Ich bringe Sie in Google auf 1!

Dirk Kreuter

Kreuter: neukunden mit garantie!

Susanne Krüger

REISEBOERSEN.NETZ – Ihr Onlinereisebüro mit persönlichem Service

Dr. Andreas Lutz

gruendungszuschuss.de – Gut beraten durch die ersten Jahre der Selbständigkeit

Volkmar K. Lecke

Hansecode GmbH: Programmierung von Websites und Webanwendungen

Mit einem solchen Eintrag heben Sie sich deutlich von der Masse der XING-Mitglieder ab und machen den Betrachter auf sich aufmerksam. Ein gut gewählter Slogan an dieser Stelle kann die Menge der Klicks auf Ihr Profil und damit auch die Zahl interessanter Kontakte vervielfachen.

Haben Sie bei den gerade genannten Personen nachgeschaut und dort einen anderen Eintrag gefunden? Kein Wunder, denn viele, die ihr Profil optimieren, sehen das nicht als einmalige Aufgabe, sondern als fortlaufende Herausforderung. Ein Wechsel sorgt für neue Aufmerksamkeit auch bei bestehenden Kontakten.



..... **DER EINTRAG IN KLAMMERN WIRD IGNORIERT**

Falls Sie in einem großen Unternehmen arbeiten, sollten Sie den Slogan oder eine zusätzliche Aussage in runde Klammern setzen. Im Bereich der Unternehmensprofile werden die Mitarbeiter eines Unternehmens aufgrund des Firmennamens zusammengefasst. Das kann nur funktionieren, wenn bei allen Mitarbeitern das Gleiche steht. Die Inhalte in den runden Klammern innerhalb des Feldes „Unternehmensname“ werden bei der Zusammenfassung ignoriert. Wenn Sie den Eintrag für den Unternehmensnamen ändern wollen, gehen Sie so vor: Klicken Sie im Bereich „Berufserfahrung“ Ihres Profils beim aktuellsten Eintrag auf „Bearbeiten“. Im Anschluss daran können Sie den Unternehmensnamen und die Position anpassen, die zugleich oben im Profil neben Ihrem Bild und Namen angezeigt werden. Gibt es in Ihrem Fall mehrere aktuelle Einträge und damit verschiedene Unternehmen, können Sie die Anzeige wechseln, indem Sie neben Ihrem Profilbild auf den Eintrag klicken und dann die aktuelle Tätigkeit auswählen.

.....

Nutzen Sie den „Profilspruch“ unter Ihrem Profilbild

Den Besucher Ihres Profils interessiert stets, ob er richtig bei Ihnen ist und ob Sie eine Lösung für ihn haben. Nutzen Sie den Profilspruch, um in ein bis zwei Zeilen zu erläutern, was Sie für den Besucher Ihres Profils tun können.

Setzen Sie außerdem Ihre Telefonnummer in das Feld, wenn Sie möchten, dass die Besucher Ihres Profils Sie anrufen können. Die Kontaktdaten müssen auf XING einzeln freigegeben werden, sie sind für einen Nicht-Kontakt daher nicht sichtbar.

Beachten Sie unbedingt auch, dass in der Grundeinstellung der Inhalt des Profilspruchs nach dem Speichern als Statusmeldung an Ihr Netzwerk gesendet und somit dauerhaft in Ihren Aktivitäten abgespeichert wird. Dies können Sie in den Einstellungen zur Privatsphäre abschalten.



NUTZEN SIE DEN PROFILSPRUCH BEI ABWESENHEIT

Tragen Sie im Profilspruch auf jeden Fall ein, wenn Sie XING längere Zeit nicht nutzen. So kann jeder erkennen, dass Sie nicht sofort antworten werden. Als Freiberufler könnten Sie hier auch Ihre aktuelle Verfügbarkeit eintragen.

Das Portfolio

Ihr Bild, der Unternehmensname und Ihre Aussage im Profilspruch fallen als Erstes ins Auge, gleich danach können Sie die Aufmerksamkeit auf diesen Profilbereich lenken. Das Portfolio ist sozusagen die Auslage in Ihrem Schaukasten, um im Bild des Ladengeschäfts zu bleiben. Bringen Sie darin so deutlich und bildhaft wie möglich zum Ausdruck, wie Ihr Angebot aussieht. So kann ein Besucher schnell und einfach erfassen, was er von Ihnen erwarten kann. Als Angestellter können Sie hier eingeben, welche Aufgabe Sie übernommen haben und in welcher Art Unternehmen Sie arbeiten.

Nutzen Sie die Wirkung des Portfolios

Das Portfolio bietet viele Möglichkeiten zur freien Selbstdarstellung. Sie können sie zum Beispiel nutzen, um weitere Angaben zu Ihrer Person und/oder Ihren Dienstleistungen zu machen. Oder Sie stellen Ihren Lebenslauf ein, wenn Sie gerade auf Jobsuche sind. Auf jeden Fall sollten die Stichwörter, über die eine Suche wahrscheinlich zu Ihnen führt, in Ihren Formulierungen vorkommen. Denn bei der Stichwortsuche werden auch die Portfolio-Seiten der XING-Mitglieder einbezogen.

Um eine Anregung für den Aufbau und die Gestaltung eines Portfolios zu bekommen, besuchen Sie doch einfach einmal das Profil vom Autor Joachim Rumohr unter www.xing.com/profile/Joachim_Rumohr und sehen sich den Aufbau seines Profils an.

Bei der Gestaltung Ihres Portfolios können Sie interne und externe Links setzen, Ihren Text formatieren und Bilder einfügen. Eine gute Anleitung zur Bearbeitung des Portfolios finden Sie im Hilfe-Video auf dem YouTube-Kanal von XING <https://www.youtube.com/user/XINGcom>.



SO KÖNNEN SIE IHRE KONTAKTDATEN SICHTBAR MACHEN

Viele Mitglieder würden ihre Kontaktdaten gern generell zur Verfügung stellen, doch sie müssen sie über die Kontaktdatenfreigabe für jedes Mitglied einzeln freigeben. Wenn es Ihnen auch so geht, nehmen Sie Ihre Kontaktdaten einfach zusätzlich im Portfolio auf. Dort kann sie jeder Besucher Ihres Profils finden und Sie direkt anschreiben oder anrufen. Diese Daten sind ja sowieso auf Ihrer eigenen Homepage außerhalb von XING für jeden Internetnutzer abrufbar.

Mithilfe von Bildern können Sie Ihre Seite noch weiter optimieren und gestalten. Abbildungen lockern den Text auf und motivieren den Betrachter, sich länger mit einer Information zu beschäftigen. Sollten Sie sich damit nicht auskennen, empfiehlt es sich, einen Grafikdesigner zu beauftragen.

Karrierewünsche bearbeiten

Oben rechts in Ihrem Profil können Sie hinterlegen, ob Sie an Karrierechancen interessiert sind. Die wichtigste Angabe ist Ihr grundsätzlicher Status. Dieser kann einer der folgenden sein: „Aktiv auf Jobsuche“, „Nicht auf Jobsuche, offen für Angebote“ oder „Derzeit kein Interesse an Jobangeboten“.

Sofern Ihre Suche nicht jedem XING-Mitglied angezeigt werden soll, geben Sie an, dass die Einstellung nur von Recruitern gesehen werden darf.

Premium-Mitgliedern stehen zusätzlich Felder für den bevorzugten Arbeitsort, die Gehaltsvorstellung, das gewünschte Tätigkeitsfeld und die gewünschten Branchen zur Verfügung. Diese Auswahl wird jedoch nur Recruitern angezeigt, die den Talentmanager von XING nutzen.

Die Profildetails

Überlegen Sie sich, mit welchen Wörtern Sie nach Ihrem eigenen Angebot suchen würden. Fragen Sie auch Kunden, Kooperationspartner und Freunde,

welche Begriffe sie benutzen würden, um auf Ihre Leistung zu stoßen. So erhöhen Sie die Chance, von anderen Mitgliedern gefunden zu werden. Ferner dienen die Suchbegriffe XING dazu, genaue Abgleiche zwischen Ihrem Profil und beispielsweise Jobangeboten oder Eventvorschlägen vorzunehmen.



TRENNEN SIE DIE BEGRIFFE DURCH KOMMAS

Sie müssen nicht für jeden Begriff ein neues Feld erzeugen. Schreiben Sie die gewünschten Begriffe einfach durch Kommas getrennt in ein Feld. XING macht daraus automatisch einzelne Einträge. So können Sie auch nachträglich einen Begriff schnell an der gewünschten Stelle nachtragen.

In das Feld „Ich suche“ tragen Sie ein, was Sie im Netzwerk finden möchten. Damit können andere auf Sie als potenziellen Kunden aufmerksam werden. Stellen Sie sich vor, Sie brauchen einen Steuerberater. Durchsucht nun ein Steuerberater aus Ihrer Region die „Ich-suche“-Felder, findet er Ihren Eintrag und kann sich mit seinem Angebot bei Ihnen melden. Achten Sie jedoch darauf, dass Sie keine Umkehr der Inhalte aus dem Feld „Ich biete“ einsetzen. Sind Sie selbst Steuerberater, sollte hier beispielsweise nicht stehen „Ich suche Firmen, die einen Steuerberater benötigen“. Damit werden Sie höchstens von Ihren Wettbewerbern gefunden, nicht aber von möglichen Kunden.



WIE SIE DEN FREIEN AUSTAUSCH FÖRDERN

Begriffe wie „offener Austausch“, „Querdenker“, „Erfahrungsaustausch“, „eine gute Tasse Kaffee“, „spannende Buchempfehlungen“ im Feld „Ich suche“ bieten anderen Mitgliedern einen Anknüpfungspunkt, um Sie jederzeit anzuschreiben. Denken Sie dabei an die Regel, dass sich Nachrichten an Nicht-Kontakte an den Feldern „Ich suche“/„Ich biete“ orientieren sollen.