

DÜSSELDORF MANAGER

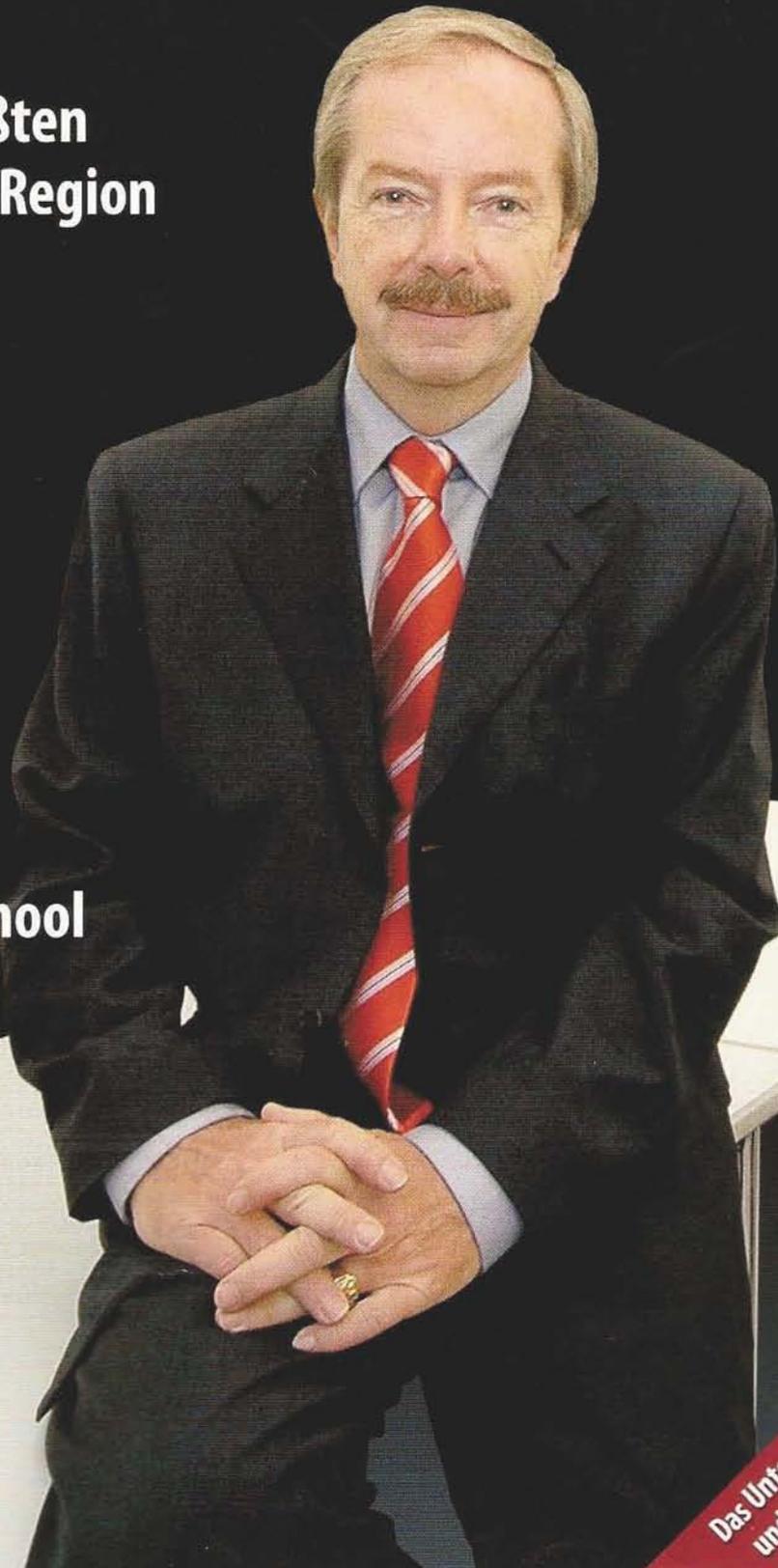
Wirtschaft. Regional. Spannend.

TOP-RANKING

Die 20 größten
Banken der Region

TITELPORTRÄT
Düsseldorf
Business School

Edition 2 · 1. Jahrgang | Vol. 1
Nov./Dezember 2010 · € 4,80



AGENTURSZENE

Erste Hilfe im
Online-Dschungel

MANAGEMENT

Soziale Netzwerke
sinnvoll nutzen

IM TEST

Die besten
Event-Locations

Das Unternehmer-Magazin für Düsseldorf, Mettmann
und Wuppertal. Gratis ab € 500.000 Jahresumsatz.



Soziale Netzwerke im Geschäftsleben einsetzen

Ob Facebook, LinkedIn oder XING & Co. – die Nutzung sozialer Netzwerke ist heute längst Teil des Firmenalltags

Kurz vor Redaktionsschluss dieser Ausgabe eroberte „The Social Network“, die Verfilmung der Erfolgsgeschichte des Facebook-Gründers Mark Zuckerberg, die Spitze der US-Kinocharts. Ein ähnlicher Erfolg ist auch hier nach dem Deutschland-Start am 7. Oktober dieses Jahres zu erwarten, schließlich nutzen mittlerweile mehr als 500 Millionen Menschen weltweit das 2004 gegründete Netzwerk – allerdings vornehmlich zu privaten Zwecken.

Manch einer richtet zwar eine berufliche Präsentation ein, der Großteil allerdings verwendet Facebook um vornehmlich mit Freunden und Familienangehörigen zu kommunizieren, persönliche Bilder hochzuladen, seine persönlichen Vorlieben im Hinblick auf Musik, Film und sonstigen Hobbys kund zu tun, um damit im Gespräch zu bleiben. Ähnlich sieht es bei den VZ-Netzwerken (unterteilt in schülerVZ,

studiVZ und meinVZ) aus. Auf den drei Plattformen sind derzeit mehr als 16,5 Millionen User registriert. Mit der aktuellen IVW-Auswertung (04/10) werden sie erstmals gemeinsam ausgewiesen und belegen dort mit 440 Millionen Visits Platz 1 der deutschen Klickrangliste. Ihr Vorteil: Sie sind durch spezielle Schutz-Mechanismen bestens für eine minderjährige Klientel geeignet, spielen im Umgang von Unternehmen aber eine vernachlässigbare Rolle.

Alle andere als klein

Die gilt auch für die ursprünglich als Schulfreunde-Plattform gestartete Website von StayFriends – auch wenn dieses Netzwerk ebenfalls alles andere als klein ist: Immerhin weit mehr als acht Millionen Mitglieder sind dort mittlerweile angemeldet. Im Unterschied zu den meisten anderen Platt-

formen werden hier vor allem ehemalige Bekannte wiedergefunden und der Kontakt mit ihnen gepflegt. Im Gegensatz zu den Mitbewerbern sind rein virtuell gegründete Freundschaften hier die Ausnahme.

Das gleiche Konzept ist auch bei wer-kennt-wen.de kennzeichnend. Die Firmenidee der beiden ehema-



Stefan Groß-Selbeck (XING)

ligen Studenten Patrick Ohler und Fabian Jäger feierte 2006 ihr Premiere. Mittlerweile sind hier über 8,5 Millionen Menschen vornehmlich aus Deutschland registriert.

Für rein berufliche Zwecke ist die XING AG Marktführer. Es handelt sich bei ihr um die größte und aktivste Plattform zur Ver-

netzung von Geschäftskontakten. Eigenen Angaben nach wurde Mitte September die zehn Millionen Marke an registrierten Mitgliedern erreicht. Erst im August hatte das börsennotierte Unternehmen mit Hauptsitz in Hamburg ein Rekordquartal bekannt gegeben: Im zweiten Quartal 2010 zeigte XING nicht nur das höchste Mitgliederwachstum der vorherigen 15 Monate, sondern auch das höchste operative Quartalsergebnis in der Unternehmensgeschichte. Von den aktuell zehn Millionen Mitgliedern kommen nunmehr über 4,2 Millionen aus dem deutschsprachigen Heimatmarkt.

Der Erfolg liegt im Konzept: So wird XING von den meisten Mitgliedern für die Karriere genutzt und hat sich auch als Plattform für Jobwechsel und/oder Mitarbeiterakquisition etabliert. Kennzeichnend ist die hohe Aktivität der Nutzer, die sich in mehr als 40000 Fachgruppen austauschen können oder dort Anregungen und Hilfe bekommen. Zudem werden auch die real stattfindenden Networking-Veranstaltungen immer beliebter.

Relaunch bei XING

Das Ende der Fahnenstange ist bei XING sicher noch längst nicht erreicht, schließlich wurde erst im September eine umfangreiche Produktoffensive realisiert: Die Plattform präsentiert sich nun im aufgefrischten Design und bietet eine Vielzahl von Verbesserungen vornehmlich im Bereich der Nutzerführung. Dem XING-Chef Stefan Groß-Selbeck war es wichtig, speziell Geschäftskunden, die im Arbeitsalltag schnell sehen müssen, worauf es ankommt, mit dem Relaunch entgegen zu kommen.

Wer in einem international tätigen Beruf tätig ist, kommt allerdings nicht an der „LinkedIn Corporation“ vorbei: Diese Business-Plattform hat weltweit über 80 Millionen Mitglieder in mehr als 200 Ländern (davon etwa 15 Millionen in Europa) und hat sich als globaler Treffpunkt für Führungskräfte etabliert.

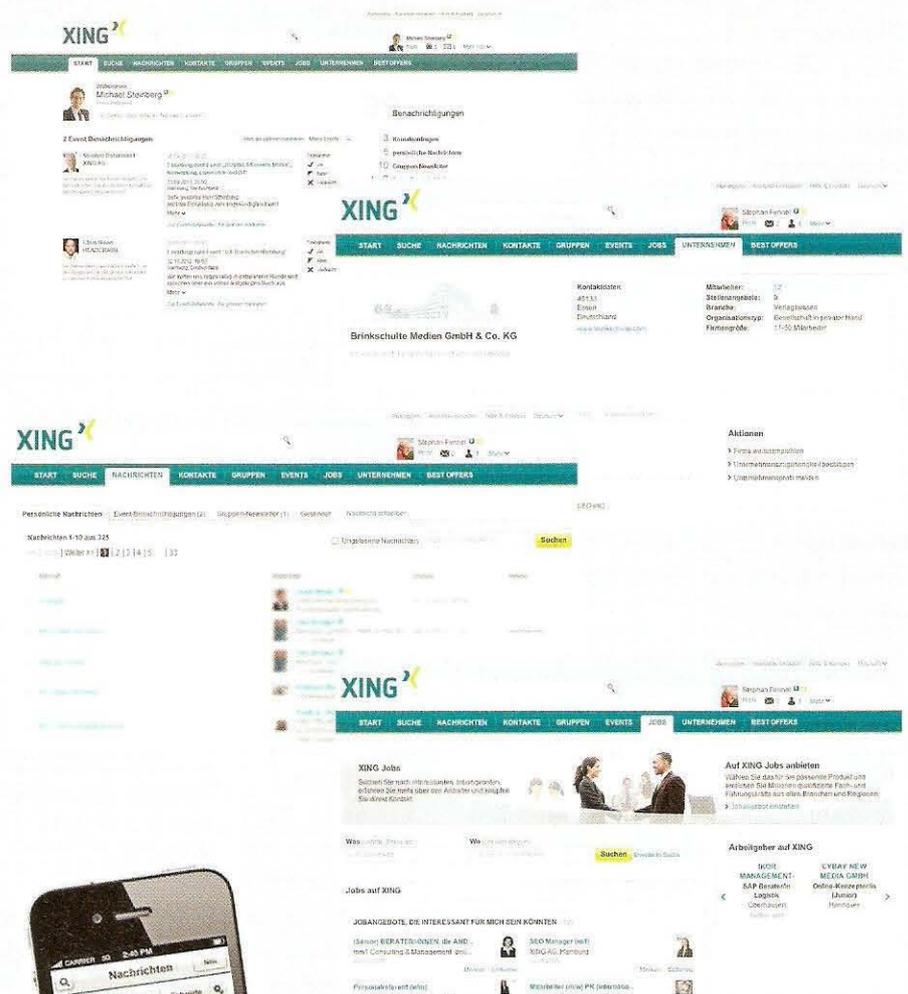
DÜSSELDORF MANAGER wollte es noch genauer wissen und sprach mit einigen Unternehmern aus der Region. Gefragt wurde nach persönlichen Vorlieben im Hinblick auf die Nutzung der Business-Netzwerke, aber auch nach Tipps, wie durch sie positive Auswirkungen für den beruflichen Erfolg erreicht werden können.

Snežana Šimičić | redaktion@jaster-medien.de

Die wichtigsten Neuerungen bei XING

Die Form folgt der Funktion – dieses gestalterische Prinzip ist das Leitmotiv des neuen XING-Looks. Das Design wird übersichtlicher und intuitiver, Nutzer kommen noch schneller an ihr Ziel. Es ist zugeschnitten auf Geschäftskunden, die im Arbeitsalltag schnell sehen müssen, worauf es ankommt. Klare Abgrenzungen, neue Farbakzente und Seitenstrukturen erleichtern die Navigation, viele wichtige Netzwerk-Funktionen wie „neue Kontakte finden“ und „Netzwerk erweitern“ sind jetzt nur noch einen Klick von der Startseite entfernt. Funktionale Hauptkomponente der neu gestalteten Startseite ist die „ToDo-Liste“: Sie bietet auf einen Blick eine übersichtliche Zusammenfassung aller Kontaktforderungen, Nachrichten, Eventeinladungen und Gruppennewsletter. Mitglieder können so all ihre zentralen Aktivitäten direkt auf der Startseite erledigen.

- optimierte Startseite mit „ToDo-Liste“
- Menüleiste „Mein XING“ als Schaltzentrale in der XING-Navigation
- neue Universal-Suche
- Nachrichten mit Reutersortierung zur besseren Kommunikationsverwaltung



Neues Mobilangebot: mobiles „Handshake“ und Outlook-Plugin

Mitglieder können sich überall per mobilem „Handshake“ virtuell die Hand geben und sich so mit ihrem Gegenüber per Smartphone auf XING verbinden. Wenn zwei Mitglieder sich gegenüberstehen und „Handshake“ aktivieren, können sie sich auf XING verbinden. Dieses Feature funktioniert per Standortbestimmung auf allen HTML5-fähigen Smartphones.

Für den Microsoft Outlook Social Connector steht ein Plugin zur Verfügung. Damit wird der Outlook-Posteingang für XING-Mitglieder zur Nachrichten-zentrale: Hier werden sie über Aktivitäten und Profilinformationen ihrer Business-Kontakte informiert und erweitern direkt ihr Netzwerk – ohne Microsoft Outlook zu verlassen.



Georg C.W. Schmidt,
Sales & Coaching, Neuss

DDM: *Seit wann engagieren Sie sich aktiv bei XING?*

Georg C.W. Schmidt: Eingeladen wurde ich im Sommer 2004 zu XING, was seinerzeit noch openBC hieß. Meine erste Gruppe habe ich

dann am 11.11.2004 gegründet und seit April 2005 organisiere ich reale Treffen in und um Düsseldorf.

DDM: *Was waren Ihre Beweggründe, um sich anzumelden?*

Georg C.W. Schmidt: Zuerst war es die freundliche Einladung. Nachdem ich dann verstanden hatte, worum es ging, habe ich Vollgas gegeben.

DDM: *Welche Vorteile sehen Sie in dieser Business-Plattform?*

Georg C.W. Schmidt: Der Vorteil liegt darin das man hier fast nur auf Unternehmer und Entscheider trifft, die nach dem Motto „Persönliches zählt, Geschäftliches ergibt sich“ leben. Das bedeutet man lernt viele nette Menschen und potentielle Kunden kennen. Sei es virtuell am PC auf XING oder bei meinen realen Treffen. Die Gruppentreffen bieten den immensen Vorteil das Sie ihr Gegenüber „sehen“.

DDM: *Und wem geben Sie eher einen Auftrag? Der Person die Sie vom PC kennen oder der, welche Sie persönlich kennen?*

Georg C.W. Schmidt: Auf und mit XING lernt man in kurzer Zeit mehr Menschen kennen als man sie durch Akquise kennen lernen kann und Sie können schneller Geschäftspartner daraus generieren. Es müssen ja nicht immer Kunden sein, man braucht ja auch mal Lieferanten oder Netzwerker.

DDM: *Hatten Sie auch schon negative Erfahrungen?*

Georg C.W. Schmidt: Nein!

DDM: *Sie haben sehr viele Kontakte (1648 / 09/2010). Warum?*

Georg C.W. Schmidt: Nach meinem Motto „Ohne Kontakte, keine Kontrakte“ mache ich aus Kontakten Geschäftspartner. Jeder Kontakt ist ein Kunde, ein Lieferant, ein Mensch der wichtige Infos für mich hat, ein Mensch

der wieder Menschen kennt denen ich helfen kann. Und umgekehrt ist es genauso.

DDM: *Können Sie uns konkrete, persönliche Tipps geben, wie man XING positiv für sein Unternehmen nutzen kann?*

Georg C.W. Schmidt: Ich denke das habe ich gerade ansatzweise beschrieben. Es gibt aber super Bücher über XING (eins hat z.B. meine Kollegin Monika Zehmisch geschrieben) die Sie über unsere Metropolgruppe Düsseldorf RheinRuhr bekommen können. Ferner gibt es interessante Seminare und Workshops. Teilweise über uns auch wieder zu Sonderkonditionen.

DDM: *Wie halten Sie es mit anderen Netzwerken wie Facebook, Twitter etc. Nutzen Sie diese auch beruflich?*

Georg C.W. Schmidt: Andere soziale Netzwerke haben genauso ihre Daseinsberechtigung wie XING. Ich selber bin auch in den anderen Netzwerken zu finden. Wie aktiv ich bin, liegt immer daran wie sehr ich mich Zuhause fühle und ob es Plattformen sind die mir geschäftlich nutzen. In Netzwerken wo es nur um private Sachen geht, werden Sie mich nicht finden.

DDM: *Seit wann engagieren Sie sich aktiv bei XING?*

Gunther Wolf: Seit März 2004.

DDM: *Was waren Ihre Beweggründe, um sich anzumelden?*

Gunther Wolf: Gruppen sind für mich von zentraler Bedeutung. Hier ist mir der schnelle und direkte fachliche Austausch mit Experten des gleichen Bereichs wichtig, um Unterstützung für knifflige Aufgabenstellungen zu bieten und zu erhalten. Da auch Studierende und Hochschulabsolventen in die für sie interessanten Gruppen beitreten, betreibe ich dabei auch etwas Talentmanagement und Personalmarketing für unsere Firma. So gründete ich selbst die Gruppe „Variable Vergütung“. Da vergütungsrelevante Inhalte oft nicht für die Augen der Öffentlichkeit bestimmt sind, kommt über XING der Kontakt zustande, aber der fachliche Austausch läuft eher per Telefon oder E-Mail.



Diplom-Ökonom Diplom-Psychologe Gunther Wolf,
Wolf I.O. Group GmbH,
Wuppertal

In den Regionalgruppen ist es etwas anders. Ich gründete und moderiere beispielsweise die Regionalgruppe „Bergisch Land Network“. Ein Großteil des Austauschs läuft „öffentlich“ in den Gruppenforen. Hier sind auch Treffen und Events möglich, bei denen sich oftmals engagierte Menschen treffen, um gemeinsam privaten Interessen nachzugehen oder ein beruflich relevantes Projekt zu verfolgen.

DDM: *Welche Vorteile sehen Sie in dieser Business-Plattform?*

Gunther Wolf: Neben den oben genannten Gruppen: Schnelle Kontaktaufnahme und stets – da selbst zu pflegende – aktuelle Informationen und Kontaktdaten zu der jeweiligen Person.

DDM: *Hatten Sie auch schon negative Erfahrungen?*

Gunther Wolf: Es gibt auch bei XING, wie in der realen Welt, schlechte Menschen. Im Zuge einer Diffamierungskampagne meldete sich ein schlechter Mensch unter verschiedenen Namen bei XING an und postete in allen möglichen Foren negative Beiträge über meine Firma. Alle „Profile“ wurden schnell enttarnt und von XING gelöscht, aber die Beiträge stehen immer noch in vielen Foren.

DDM: *Sie haben sehr viele Kontakte (11526 / 09/2010). Warum?*

Gunther Wolf: Ich sehe XING eher nicht als Möglichkeit, um bereits bestehende persönliche Kontakte zu pflegen oder gar, um sie "herzuzeigen". Sondern vielmehr, um neue Kontakte online herzustellen, die dann wiederum bei entsprechender Gelegenheit oder gar bei einer temporären Zusammenarbeit zu persönlichen Kontakten werden. Zudem werde ich oft nach bestimmten besonderen Experten-Erfahrungen, Dienstleistungen oder Produkten gefragt. Sobald sich derartige Bedarfe auftun, durchforsche ich meine Kontakte hiernach und bringe Angebot und Nachfrage zusammen. So entsteht viel Kontakt und auch Geschäft zwischen meinen Kontakten. Dies ist mir so häufig zum Nutzen der jeweils beiden Kontakte gelungen, dass ich es für mich als eine erfolgreiche Vorgehensweise bezeichnen kann. Zudem erhöht sie die Attraktivität der Gruppe. Es ist altruistisch und es bereitet mir Freude, Geschäft und Kontakte herzustellen. Allein 17 erfolgreiche Firmengründungen sind dadurch entstanden, dass ich die passenden Leute bei XING zusammengebracht habe.

DDM: Können Sie uns konkrete, persönliche Tipps geben, wie man XING positiv für sein Unternehmen nutzen kann?

Gunther Wolf: Geben wollen, nicht nehmen wollen. Wer sein Wissen für sich behält, aber zu Aufträgen kommen will, wird in sozialen Netzwerken scheitern. Wer gute Informationen und anderen Unterstützung bietet, wird nicht nur als „Hub“ und Experte anerkannt: Wenn man viel Gutes tut, kommt auch viel Gutes zurück. In der Regionalgruppe gibt es ein Forum, wo jeder Werbung für seine Produkte und Dienstleistungen machen kann – aber er muss einen Sonderrabatt für Mitglieder anbieten. Auf den Netzwerktreffen machen wir jedes Mal eine Versteigerung von gespendeten Produkten und Dienstleistungen der Mitglieder, die hierbei auch beworben werden. Da kommen immer ein paar Hunderter herum, die wir als Gruppe einer regionalen gemeinnützigen Organisation zuwenden.

DDM: Wie halten Sie es mit anderen Netzwerken wie Facebook, Twitter etc. Nutzen Sie diese auch beruflich?

Gunther Wolf: Ja, selektiv. Soziale Netzwerke unterliegen gruppen- und massendynamischen Prozessen. Seit Facebook eher etwas negativ in die Schlagzeilen gekommen ist, haben sich die Anmeldezahlen dort vervielfacht. Wo viele hingehen, gehen viele hin. Tipp: Nicht verzetteln! Man sollte genau hinsehen, wo man seine Zielgruppe erwartet und seine Zeit dort sinnvoll investieren.



Natali Zindel,
Zindel.BauArt, Haan

DDM: Seit wann engagieren Sie sich aktiv bei XING?

Natali Zindel: Ich bin seit September 2008 dabei.

DDM: Was waren Ihre Beweggründe, um sich anzumelden?

Natali Zindel: Zunächst die Einladung einer Kooperations-Partnerin und die Erwartung, Kontakte zu knüpfen.

DDM: Welche Vorteile sehen Sie in dieser Business-Plattform?

Natali Zindel: Organisation von Events, den Bekanntheitsgrad erhöhen zu können, aber auch die Möglichkeit, zielgerichtet an Veranstaltungen teilzunehmen, Betriebe in-

Was würden Sie mit 19,7% Einsparungen machen?



Wir senken Ihre nicht-strategischen Beschaffungskosten.

Expense Reduction Analysts ist eine Kostenmanagementberatung mit Fokus Gemeinkostenoptimierung.

Mit unseren Experten decken wir mehr als 40 Kostenkategorien wie Energie, Entsorgung, Bürobedarf, Reinigung, Logistik, Reisekosten etc. ab.

In über 14.000 Projekten haben wir Einsparungen von 19,7 Prozent erzielt.

Expense Reduction Analysts ist in über 30 Ländern mit mehr als 700 Partnern vertreten.

Expense Reduction Analysts
Fritz-Vorfriede-Strasse 30 | 40587 Düsseldorf
Kontakt: Christoph Steven
Tel: 0211 - 5388-3407
c.steven@expensereduction.com
www.expensereduction.com



DÜSSELDORF MANAGER

ional. Spannend.



DÜSSELDORF MANAGER – das regionale Wirtschaftsmagazin für Düsseldorf, Mettmann, Wuppertal, Solingen und Remscheid. Mit fundierten Beiträgen, die Ihnen bei Unternehmensentscheidungen weiterhelfen.

DÜSSELDORF MANAGER erscheint alle zwei Monate. Entscheider in Unternehmen mit über € 500.000 Jahresumsatz erhalten jede Ausgabe automatisch frei Haus. Weitere Interessierte finden **DÜSSELDORF MANAGER** im gut sortierten Zeitschriftenhandel der Region.

Jaster Medien GmbH & Co. KG
Lakronstraße 95 | D-40625 Düsseldorf
T 02 11/2 92 61 66 | dwm@jaster-medien.de

tern kennen zu lernen und persönlich Kontakt zu knüpfen.

DDM: *Hatten Sie auch schon negative Erfahrungen?*

Natali Zindel: Nein.

DDM: *Sie haben eine überschaubare Anzahl an Kontakten (140 / 09/2010). Halten Sie diese bewusst so gering?*

Natali Zindel: Ich vermeide bewusst Kontakt mit „Sammlern“. Die Verbindung muss für mich stimmig und sinnvoll sein. Optimal wird der Kontakt nicht virtuell beschränkt.

DDM: *Können Sie uns konkrete, persönliche Tipps geben, wie man XING positiv für sein Unternehmen nutzen kann?*

Natali Zindel: Man sollte sich Interessensgruppen suchen, die eine größtmögliche Schnittmenge mit dem eigenem Unternehmenszweck bilden. Für mich sind dies zum Beispiel Innenarchitekten und Objekteinrichter. Geknüpft Kontakte sollten dann persönlich, beispielsweise auf Events gefestigt werden. Ein Händedruck sagt oft mehr als 100 Mails. Dann halte ich es für wichtig, eine „über mich“ Seite einzurichten, die viel über das Unternehmen und den Inhaber aussagt. Interessenten können so schnell Schnittstellen erkennen. Ich nutze auch Status-Meldungen als etwas Besonderes. Und ich habe schon Kontakte wieder aufgehoben, weil tägliche Status-Meldungen, wie „XY freut sich, dass heute die Sonne scheint“ oder Ähnliches interessante Infos verdrängt haben. Zudem sollte man zu eigenen Events nicht nur in Gruppen einladen, sondern gezielt persönliche Einladungen an eigene Kontakte senden. Zu guter Letzt: immer Net(t)werken. Verbindungen knüpfen, Kontakte vermitteln – auch wenn für das eigene Geschäft nichts dabei „herauspringt“. Aneinander denken ist immer gegenseitig.

DDM: *Wie halten Sie es mit anderen Netzwerken wie Facebook, Twitter etc. Nutzen Sie diese auch beruflich?*

Natali Zindel: Aktiv bin ich in der Handwerkskammer Düsseldorf/Oberhausen, im Expertennetzwerk Handwerk und Wohnfühltage. Langjährige persönliche Kontakte führten zu einem „man kennt sich“-Gefühl, man weiß sich gegenseitig gut einzuschätzen und kennt die jeweiligen Stärken und Schwächen. Erfolgreich durchgeführte gemeinsame Projekte haben diese Netzwerke gut bestätigt; ohne dass hier Kooperationen

in Abhängigkeit gebildet wurden. Facebook und Twitter nutze ich aus Zeitgründen noch nicht. Das Interesse ist allerdings groß.



Michael Scheelen, Finanzcoach & unabhängiger Berater, Düsseldorf

DDM: *Seit wann engagieren Sie sich aktiv bei XING?*

Michael Scheelen: Ich bin seit 2008 bei XING. Damals gründete ich meine erste Gruppe „Kindergesundheit“, um darin Experten zu vernetzen, da ich selber in diesem

Bereich sehr engagiert arbeite.

DDM: *Was waren Ihre Beweggründe, um sich anzumelden?*

Michael Scheelen: Ich wollte natürlich interessanten Personen kennenlernen und alte Kollegen wieder finden. Dies gelingt mit XING sehr gut, wobei ich viele meine Kontakte inzwischen auch bereits persönlich kennengelernt habe. Dadurch konnte ich Aufträge generieren – das funktioniert tatsächlich, allen Skeptikern zum Trotz.

DDM: *Welche Vorteile sehen Sie in dieser Business-Plattform?*

Michael Scheelen: Zum einen ist es für mich ein persönliches Telefonbuch, welches ich jederzeit und überall zur Verfügung habe. Dann erhält man extrem viele Einladungen zu Events und sonstigen Veranstaltungen, an denen ich auch wieder neue Menschen kennenlernen. Ich selber veranstalte regelmäßig das „Düsseldorfer Business Frühstück“ und ein „After Work Treffen“ mit der Gruppe „Düsseldorfer Kontakt Netzwerk“.

Ein weiterer Vorteil ist die Möglichkeit, Themengruppen zu speziellen Themen, die einen persönlich interessieren, einrichten zu können. Und nicht zuletzt hilft die Plattform bei der Mitarbeitersuche. Ich selber habe über XING schon hervorragende Mitarbeiter für mein Unternehmen finden können.

DDM: *Hatten Sie auch schon negative Erfahrungen?*

Michael Scheelen: Wenn überhaupt, dann ist es der Faktor Zeit. Wer geschäftliche Erfolge mit XING erreichen will, braucht Zeit um ein Netzwerk aufzubauen und zu pflegen. Ein Tipp, damit es nicht überhand nimmt: Man muss sich strikt an seine Vor-

gabe halten, beispielsweise täglich maximal eine Stunde investieren.

DDM: *Sie haben sehr viele Kontakte (2139 / 09/2010). Welchen Sinn sehen Sie darin?*

Michael Scheelen: Hier kommt es auf die Pflege an. Die Masse allein macht es nicht, man darf nicht den Überblick verlieren. Ich bestätige gerne, arbeite aber viel mit Tags. Das ist unerlässlich. Mittlerweile bin ich mit vielen meiner Kontakte auch persönlich verbunden und die Ergebnisse, die ich mit meinen Kontakten erziele hoch erfreulich. Nicht zuletzt hat man mit vielen Kontakten eine ganz andere Resonanz, wenn man zum Beispiel Einladungen verschickt.

DDM: *Können Sie uns konkrete, persönliche Tipps geben, wie man XING positiv für sein Unternehmen nutzen kann?*

Michael Scheelen: Das Wichtigste ist das Profil. Es ist vergleichbar mit einem Schaufenster, in dem der Besucher mein Angebot in Ruhe betrachten kann. Wer über spezielle Kenntnisse verfügt, kann sich mit seinem Wissen zudem an Gruppendiskussionen beteiligen und so mit seinem Wissen Aufmerksamkeit erzeugen. Und wichtig ist es, auch selber Kontakte zu knüpfen, um das Netzwerk weiter auszubauen.

DDM: *Wie halten Sie es mit anderen Netzwerken wie Facebook, Twitter etc. Nutzen Sie diese auch beruflich?*

Michael Scheelen: Privat nutze ich noch zusätzlich Facebook, für weitere fehlt mir schlichtweg die Zeit. Und XING ist meines Erachtens einfach die ideale Plattform für berufliche Zwecke.

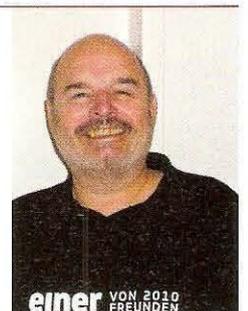
DDM: *Seit wann engagieren Sie sich aktiv bei XING?*

Günter Andersson: Seit Februar 2005.

DDM: *Was waren Ihre Beweggründe, sich anzumelden?*

Günter Andersson: Business Kontakte pflegen und ausbauen.

DDM: *Welche Vorteile sehen Sie in dieser Business-Plattform?*



Günter Andersson, Werbefachmann & selbständiger Kommunikationsberater, Ratingen

Günter Andersson: Jeder wählt die Vorteile durch die eigene Nutzung, beispielsweise als bebildertes Telefonbuch oder als Kontaktmanagement-Tool.

DDM: *Hatten Sie auch schon negative Erfahrungen?*

Günter Andersson: Ich war schon einmal durch einen technischen Fehler ausgeschlossen und durch die Foren der von mir mitmoderierten Xing-Gruppen eilte wie ein Lauffeuer die Frage: Wo ist Günter?

DDM: *Sie haben sehr viele Kontakte (1695 / 09/2010). Welchen Sinn sehen Sie darin?*

Günter Andersson: Kontakte sind wie Bücher einer gut gefüllten Bibliothek, ich nehme nicht jedes jeden Tag in die Hand, aber ich möchte keines von ihnen missen.

DDM: *Können Sie uns konkrete, persönliche Tipps geben, wie man XING positiv für sein Unternehmen nutzen kann?*

Günter Andersson: Die Antwort steckt in der Frage: Nutzen! Schauen Sie, Sie haben ein Telefon, womöglich auch noch ein Telefonbuch. Sie werden nicht auf die Idee kommen, Ihrer Telefongesellschaft den Vorwurf zu machen, dass Sie niemand anruft. So ähnlich ist das mit XING. Allerdings bietet XING eine Technik, die Ihnen die Arbeit erleichtert. Bei Interesse genügt eine kurze Nachricht ich berate gerne. Das ist mein Beruf.

DDM: *Wie halten Sie es mit anderen Netzwerken wie Facebook, Twitter etc. Nutzen Sie diese auch beruflich?*

Günter Andersson: Diese können Sie wählen, wenn es zu Ihren Zielen passt. Aber auch hier gilt: weniger ist manchmal mehr. Ich konzentriere mich auf XING und ein paar weitere (LinkedIn, Plaxo, Glovilla). Aber Facebook und Twitter würde ich jederzeit einsetzen, wenn meine Kontaktforderungen dieses sinnvoll erscheinen lassen.



Stephan Fennel, Journalist & Verleger, Wuppertal

DDM: *Seit wann engagieren Sie sich aktiv bei XING?*

Stephan Fennel: Von 2004 an dabei, aber erst seit 2009 richtig aktiv.

DDM: *Was waren Ihre Beweggründe, sich anzumelden?*

Stephan Fennel: Zunächst reine Neugier, wie solche Netzwerke sich entwickeln. Das habe ich dann eine ganz Zeit verfolgt. Schließlich konnte ich feststellen, dass zumindest bei XING eine Vielzahl interessanter Möglichkeiten für unser Unternehmen und dessen Produkte gegeben sind.

DDM: *Welche Vorteile sehen Sie in dieser Business-Plattform?*

Stephan Fennel: Es ist eine schnelle, einfache Art, neue Kontakte zu finden sowie diese zu pflegen. Rund um unser Magazin ALPENTOURER haben wir erfolgreich eine eigene Gruppe lanciert. Das fördert die Verbundenheit mit den Lesern und stärkt die Marke – auch in Internet-Suchmaschinen.

DDM: *Hatten Sie auch schon negative Erfahrungen?*

Stephan Fennel: Nein, bisher nicht.

DDM: *Sie haben eher wenige Kontakte (255 / 09/2010). Warum?*

Stephan Fennel: Ich achte sehr genau darauf, nicht sinnlos zu sammeln. So bleiben meine Kontakte wertig und überschaubar. Nach anfänglich breiter aufgestellter Kontaktsuche konzentriere ich mich jetzt ganz auf Personen, die zu ALPENTOURER passen. Für unsere anderen Medien kümmern sich Mitarbeiter um die entsprechende Kontaktsuche und -pflege.

Können Sie uns konkrete, persönliche Tipps geben, wie man XING positiv für sein Unternehmen nutzen kann?

Stephan Fennel: Man sollte zunächst konkret planen, was man in XING eigentlich vorhat. Bei der Kontaktsuche sind etwa die automatisierten Suchaufträge über Schlagworte recht hilfreich, neue XING-Mitglieder, die zum eigenen Profil passen könnten, aufzuspüren. Und schließlich geht nichts über eine gewisse Grundaktivität. Wie in vielen Netzwerken, liegen auch in XING zahlreiche „Karteileichen“ herum. Die lassen sich aber am Aktivitätsindex gut erkennen. So erspart man sich, hinter inaktiven Usern herzulaufen.

DDM: *Wie halten Sie es mit anderen Netzwerken wie Facebook, Twitter etc. Nutzen Sie diese auch beruflich?*

Stephan Fennel: Ja, aber nur als Multiplikatoren für die News unserer Medien. Zur ernsthaften Kontaktsuche und -pflege taugen sie meines Erachtens nicht. ■



WANDEL
EINRICHTUNGSOBJEKT



**Verkauf & Verleih
auf über 900 m²**

Antiquitäten | Art Deco
50er bis 80er Jahre Mobiliar im
Originalzustand oder restauriert
Sonderanfertigungen
Konzepte für Showrooms und
Messestände | Eventdekoration
Lampen der letzten 100 Jahre

Worringer Straße 57
40211 Düsseldorf
Tel: 0211-90 15 87 12
Fax: 0211-90 15 87 22
www.wandel-antik.de

Mo. - Fr. 12:00 - 18:30
Samstag 11:00 - 16:00
und nach Vereinbarung