



XING im neuen Design

Seit dem 8. Januar 2018 stellt XING das Profil auf das neue Visitenkarten-Format um. Doch was bedeutet das für den XING-User? Martin Müller von Müller Consult erläutert die Details.

Alle, die bereits schon auf das neue Layout umgestellt sind, sehen sämtliche XING-Profilen in der neuen Ansicht. Nutzer, deren Profile noch nicht umgestellt wurden, sehen alle Profile noch im alten Design.

Wie wird das Design künftig aussehen?

Zusätzlich zum Personenbild gibt es nun, ähnlich wie bei Twitter und Facebook, ein Hintergrundbild (Banner-Bild). Dieses steht aber nur den Premium-Mitgliedern zur Verfügung. Bei den Basis-Mitgliedern gibt es eine Blanko-Grafik.

Da aber nur etwa die Hälfte des Bildausschnitts und nicht das gesamte Bild beim Profilaufruf sichtbar ist, muss das Bild auf zwei Formate passen. Das Banner-Bild wird erst vollständig sichtbar, wenn draufgeklickt wird.

Wie wird sich die XING-Visitenkarte verändern?

Die berufliche Laufbahn kann künftig in bis zu fünf Stationen auf der XING-Visitenkarte dargestellt werden. Gut für alle, die den nächsten Karriereschritt planen.

Unternehmen und Freiberufler, deren Tätigkeit sich in den letzten Jahren nicht sehr verändert hat, splitten am besten ihre Tätigkeitsfelder und Schwerpunkte in verschiedene Bereiche auf, damit sie im XING-Ranking weiter gut gefunden werden.

Was verändert sich noch?

XING hat im Rahmen der Umstellung auch einiges wegrationalisiert:

- Statusmeldung
- Anzahl der Kontakte: eigene nur noch über Kontakt-Übersicht, Anzahl anderer nur über die Ergebnislisten der erweiterten Suche als Premium-Mitglied
- Empfehlungs-Button: Empfehlung nur über Kontaktlisten oder in der Nachrichtenfunktion
- Individueller akademischer Abschluss: Angabe von Experte, Spezialist etc. fällt weg
- Kontakt-Kategorien: momentan keine Tags mehr ersichtlich, können in der Kontaktansicht noch angeschaut und verändert werden

Wie fällt das Fazit aus?

Es ist optisch auf jeden Fall eine Verbesserung, da die Oberfläche nun besser aussieht, aber in Wirklichkeit wurden keine echten Mehrwerte geschaffen, sondern eher Funktionen rationalisiert.

Dennoch bleibt XING weiterhin ein unverzichtbares Instrument, um in punkto Vertrieb, Recruiting und PR wichtige

Wettbewerbsvorteile zu sammeln. Allerdings wird es immer schwieriger, die XING-Prozesse in die bestehenden Abläufe zu integrieren, so dass das Potenzial im Social Media B2B-Umfeld künftig wohl nur noch über einen externen XING-Spezialisten ausgeschöpft werden kann.

Herr Müller, vielen Dank für das Gespräch.

Bild: © Müller Consult

Versicherungs- und Finanznachrichten

expertenReport



<https://www.experten.de/id/4944366/xing-im-neuen-design/>