

Xing

Stand: 28.02.2025

Wer sich nach einem **Jobwechsel** sehnt oder aber nach der erfolgreichen Ausbildung bzw. dem Studium einen **Job sucht**, der durchforscht im nächsten Schritt akribisch Stellenanzeigen nach einem passenden Angebot. Das geht im digitalen Zeitalter auch online. Eine der Anlaufstellen ist die Social-Media-Plattform **Xing**.

Infos zum sozialen Netzwerk Xing

Auf Xing finden die User eine Reihe von Jobangeboten in ganz Deutschland. Je nachdem, ob sie in ihrer Nähe suchen oder vor einem bevorstehenden Umzug sich schon mal den dortigen Arbeitsmarkt anschauen möchten, entdecken sie dort allerlei Annoncen.

Zudem haben sie dort mehrere **Filter**, um das Angebot auf ihre Wünsche oder Bedürfnisse zuzuschneiden, wie etwa die Möglichkeit, im Homeoffice zu arbeiten.

Das **soziale Netzwerk** wächst stetig. Im Jahre 2021 zählte es über 20 Millionen User im DACH-Raum. Die Website wird **millionenfach im Monat** geöffnet. Im Januar 2023 waren es weltweit über 16 Millionen Mal. Damit bleibt Xing eines der beliebtesten Netzwerke, wenn es um die Jobsuche geht.

Geschichte von Xing

Das Netzwerk Xing entstand **2003** durch **Lars Hinrichs**, einem deutschen Unternehmer. Damals hieß es noch *OpenBC*, bis der Name zu Xing geändert wurde. 2012 hatte die Social-Media-Plattform bereits über 12 Millionen Nutzer, die darüber einen Job gesucht haben. 2016 knackte Xing die 10 Millionen registrierten Mitglieder, also diejenigen User, die sich dort einen Account angelegt haben. Die Million bei den Premium-Mitgliedern erreichte Xing 2018.

Mittlerweile gehört das Bewertungsportal **Kununu** zu Xing. Dort können Arbeitnehmer anonym ihren Arbeitgeber bewerten. Außerdem kaufte das Unternehmen unter anderem die Plattform **Honeypot**, die sich auf Jobs im Programmierbereich spezialisiert hat.

Funktionen und Besonderheiten des sozialen Netzwerkes

Auf der Website haben User die Möglichkeit, sich über **aktuelle Stellenanzeigen** zu informieren. Mit einem Klick auf die jeweilige Anzeige erscheinen alle Informationen, die der Arbeitgeber über die Stelle bereitstellt, wie etwa die Aufgaben oder die benötigten Qualifikationen. Das können auch Nutzer einsehen, die sich nicht registriert haben.

Gleichzeitig treten User über Xing mit anderen Nutzern aus ihrer Branche **in Kontakt** und tauschen sich aus. Dadurch ist die Kommunikation untereinander ein großer Fokus der Plattform.

Mitgliedschaften

Löwenstark Digital Group GmbH

Geschäftsführung: Hartmut Deiwick • Gerichtsstand: AG Braunschweig • Registernummer: HRB 205088 • Ust-IdNr.: DE 250 332 694 • St.-Nr.: 14/201/16808

Bankverbindung: Volksbank Braunschweig • IBAN: DE61 2699 1066 185 2167 000 • BIC: GENODEF1WOB

Bei einer kostenlosen Mitgliedschaft haben die User die Möglichkeit, ihr **Jobprofil** auszufüllen, um eine Art Portfolio zu erstellen. Dieses bekommen die Firmen angezeigt, wenn der Nutzer sich auf eine Ausschreibung über Xing bewerben. Zusätzlich haben die User die Option, selbst ein Stellengesuch zu verfassen mit der Bitte zur Kontaktaufnahme.

Neben der oben genannten Mitgliedschaft gibt es zudem die **Premium-Mitgliedschaft**, bei der die User einen monatlichen Beitrag zahlen. Dadurch eröffnen sich ihnen weitere Möglichkeiten, wie etwa Gehaltsprognosen, erweiterte Filtereinstellungen und der Auskunft darüber, wer das eigene Profil wie häufig aufgerufen hat.

Kommunikation

Bevor zwei User über die Plattform Xing miteinander kommunizieren, muss die Person, die angeschrieben wurde, **zuerst einwilligen**. Dann kann die Konversation beginnen. So wird niemand von unerwünschten Nachrichten im Posteingang überrascht. In der Premium-Mitgliedschaft gibt es eine Ausnahme: Hier kann ein Nutzer monatlich bis zu 5 anderen Usern schreiben, die noch nicht in der Kontaktliste stehen.

Funktionsweise hinter Xing

Hinter den vorgeschlagenen Stellenanzeigen sowie den empfohlenen Unternehmen für einen einzelnen User steckt ein **Algorithmus**. Anhand von Suchbegriffen beziehungsweise **Arbeitsbezeichnungen** stellt er eine Liste an möglichen Angeboten für jeden User zusammen. Die Unternehmen werden ebenfalls anhand der Suchanfragen oder der Angaben im eigenen Portfolio präsentiert.

Geschäftsmodell der Social-Media-Plattform

Die Social-Media-Plattform finanziert sich unter anderem durch die **Premium-Mitgliedschaften**, die die User dort abschließen können. Zudem bindet das soziale Netzwerk **Werbung** durch Werbebanner auf der Website ein. Diese erscheinen beispielsweise beim Besuch eines Userprofils. Eine werbefreie Option gibt es nur für Premium-Mitglieder.

Darüber hinaus ist das Unternehmen hinter Xing an der **Börse** vertreten. Es gehört zur Burda-Unternehmensgruppe.

Zielgruppe

Da der Fokus des sozialen Netzwerks auf beruflichen Kontakten liegt, spricht die Plattform User an, die sich mitten im **Arbeitsleben** befinden – oder gerade erst einsteigen möchten. Daher fokussiert sich Xing auf Nutzer **ab dem 18. Lebensjahr**, dabei Männer und Frauen gleichermaßen.

Die zweite **Zielgruppe** sind neben den Arbeitnehmern auch die **Arbeitgeber**. Firmen jeder Größenordnung können dort auf sich aufmerksam machen und mittels Employer Branding und Recruiting für ein mögliches Wachstum sorgen. Mehr als zwei Drittel der B2B-Unternehmen sind bereits auf Xing vertreten.

Vor- und Nachteile des sozialen Netzwerks

Bei dem sozialen Netzwerk können interessierte Nutzer auf unkomplizierte Art und Weise Kontakte innerhalb ihrer Branche knüpfen und sich so mit Menschen aus anderen **Unternehmen vernetzen**. Auch die Jobsuche gestaltet sich durch die Social-Media-Plattform einfach. Je nachdem, welches individuelle Ziel ein User verfolgt, ist allerdings nicht jeder Kontakt vielversprechend.

Datenschutz

Durch das Konzept der Social-Media-Plattform geben Nutzer beim Ausfüllen der Felder zum Erstellen ihres Portfolios möglicherweise **viele sehr persönliche Daten** an. Dank verschiedener Optionen bei den **Datenschutzeinstellungen** entscheidet jeder User für sich, wer seine Informationen sehen darf. Zudem wird dort festgelegt, ob Suchmaschinen wie Google die Informationen indexieren dürfen oder nicht.

Xing: Möglichkeiten im Online-Marketing

Je nachdem, welche Ziele ein Unternehmen im Online-Marketing verfolgt, bietet Xing ihm unterschiedliche Möglichkeiten. So hat es beispielsweise die Option, **Werbung** als Werbebanner auf den Userprofilen einzublenden. Dabei hilft eine [Social-Media-Agentur](#). Mit einem eigenen **Firmenprofil** wiederum bekommt jedes Unternehmen eine direkte Bühne, um sich vorzustellen und mögliche neue Mitarbeiter zu finden.

Weiterführende Informationen

[Mitarbeiter über Xing gewinnen](#)

[Werbeanzeigen auf Xing schalten](#)

[Datenschutzerklärung von Xing](#)