

Xing: das Netzwerk der Reingeschmeckten

02.01.2008 - aktualisiert: 02.01.2008 06:13 Uhr

Jeder zehnte Stuttgarter ist bereits bei der Internetplattform registriert, um private und berufliche Kontakte zu pflegen

Die Möglichkeit, ein Netzwerk aus persönlichen Kontakten zu erstellen und nutzbar zu machen, ist das Erfolgskonzept des Webservice Xing. Bei den dort anzutreffenden Stuttgarter Gruppen stehen geschäftliche Interessen nicht unbedingt im Vordergrund.

Von Dirk Baranek

"Die Stuttgarter waren schon immer besonders aktiv", sagt Daniela Hinrichs, die Pressesprecherin von Xing. Jeder zehnte Einwohner der Landeshauptstadt sei bereits registriertes Mitglied bei der Netzwerkplattform. Sehr beliebt bei Xing sind die Gruppenfunktionen. Registrierte Nutzer können fast zu jedem Thema eine gründen oder den bestehenden 8000 Gruppen beitreten. Wer sich in die Gruppenliste einträgt, kann an Diskussionen zum jeweiligen Thema teilnehmen. Außerdem werden Rundschreiben per E-Mail versendet und Termine organisiert. Allein mit Stuttgarter Bezug gibt es mehr als ein Dutzend Gruppen, die sich teilweise regelmäßig zu persönlichen Treffen zusammenfinden.

Die größte nennt sich StuttgartBC und hat mehr als 5000 Mitglieder. Etwa 150 kommen zu den monatlichen Treffen in der Rosenau, "hauptsächlich Reingeschmeckte", sagt Michael Schommer, einer der Moderatoren. Wer allerdings annimmt, er könne diese Treffen sofort mit gefüllten Auftragsbüchern verlassen, der irrt. Zwar werden fleißig Visitenkarten ausgetauscht, aber die Treffen sind eher unverbindlich. Netzwerke wirken eben langfristig. Man lernt sich kennen und schätzen, und wenn man die Kompetenzen des anderen braucht, wird darauf zurückgegriffen. "Ich habe hier schon Leute kennengelernt, die später zu Kunden wurden", sagt Oliver Gassner aus Vaihingen an der Enz, der Unternehmen bei Internetaktivitäten berät. Gassner schätzt besonders die Funktion der dynamischen Adressverwaltung. "Man vergisst manchmal Kontakte. Bei Xing bleiben sie erhalten." So hat sich Xing zum Tummelplatz von selbstständigen Anbietern unternehmensnaher Dienstleistungen und Freiberuflern entwickelt. Denn mit einer regen Aktivität in den Gruppen kann man sich professionell profilieren und für Entscheider und Personaler interessant machen.

Eher persönliche Interessen verfolgen die Angestellten, die etwa die andere Hälfte der Mitglieder ausmachen. Bei Emel Özbek, die im Onlinebereich tätig ist, liegt das Interesse klar im privaten Bereich. Vor sechs Jahren ist die Diplomkauffrau nach Stuttgart gezogen und ist in der Gruppe "Stuttgart Deutsch-Türkische Community" aktiv. Die mehr als 1000 Mitglieder verbindet nicht nur der Wohnort, sondern auch das Interesse an der türkischen Kultur. "Wir sind eine Gemeinschaft für die dritte Generation", sagt Özbek und meint damit meist bestens ausgebildete und integrierte Mitbürger mit türkischen Wurzeln. Man tauscht sich aus, unterstützt sich gegenseitig und organisiert Unternehmungen meist kultureller Art mit Bezug zur Türkei.

Auch für Tom Eich, Prokurist bei der LBBW, und seine Mitstreiter der Gruppe "Stuttgart Connection" steht der geschäftliche Nutzen nicht im Vordergrund. Die mehr als 2000 Mitglieder der Gruppe haben sich sozialem Engagement verschrieben. "Es gibt so viele Leute, die sich gerne gesellschaftlich engagieren möchten, die aber keinen Ansatzpunkt finden. Den versuchen wir zu organisieren", sagt Eich. Um auch rechtlich auf der sicheren Seite zu sein, befindet sich ein Verein in Gründung, über den Spenden gesammelt werden sollen.

Alles gut also in der schönen neuen Netzwerkwelt? Nicht ganz, denn wie im realen Leben gibt es auch hier Grenzen, Tabus und Nerverei. Streng untersagt sind Werbemails, und Bettelbriefe sind nicht gern gesehen. Diese Belästigungen halten sich also in Grenzen. Allerdings geht es manchmal in den Foren recht ruppig zur Sache, bis hin zu persönlichen Beleidigungen.

Die Offenlegung der teilweise sehr persönlichen Daten ist ebenfalls gewöhnungsbedürftig. Die Tatsache, dass die Daten nur freigeschalteten Mitgliedern zugänglich sind, schützt vor Missbrauch. Negative Erfahrungen hat auch Angelika von Hubatius noch keine gemacht, im Gegenteil, die Trainerin schwört auf Xing, wie viele ihrer Kollegen aus dem Bildungsbereich. Sie sammelt eifrig Kontakte, aktuell sind es 143, und kann nun ihre Seminarangebote gezielt vermarkten. Das Engagement geht aber darüber hinaus. "Ich will den Austausch mit netten Menschen pflegen." Offenbar findet man die eher im Internet als im urbanen Alltag.