

# **Networking**

mit Xing, Facebook & Co.

Christian Schmid-Egger & Caroline Krüll

## So nutzen Sie dieses Buch

Die folgenden Elemente erleichtern Ihnen die Orientierung im Buch:

### **Beispiele**

*In diesem Buch finden Sie zahlreiche Beispiele, die die geschilderten Sachverhalte veranschaulichen.*

### **Definitionen**

*Hier werden Begriffe kurz und prägnant erläutert.*

Die Merkkästen enthalten Einschätzungen, Empfehlungen und hilfreiche Tipps.

### **Auf den Punkt gebracht**

Am Ende jedes Kapitels finden Sie eine kurze Zusammenfassung des behandelten Themas.



## Inhalt

Vorwort	5
Warum netzwerken?	7
Von der Außen- zur Innengruppe	8
Beziehungen nutzen	9
„Geben ist seliger als Nehmen“	11
Beziehungen im Internetzeitalter	12
Netzwerken im Internet	15
Facebook, LinkedIn und andere Social Networks	16
Spezielle Netzwerke für Nischengruppen	28
Xing – das Netzwerk für Businesskontakte	31
Xing kurz gefasst	32
Die Funktionen sinnvoll nutzen	33
Ziele festlegen	53
Ziele mit Xing erreichen	56
Netzwerken als Angestellter	67
Das Netzwerk als Karrieresprungbrett	67
Jobsuche in Social Networks	71
Karrierekiller Social Network?	77



---

Netzwerken in der realen Welt	81
Kontakte aufbauen	82
Kontakte treffen und pflegen	91
Netzwerkveranstaltungen nutzen	103
Wertschätzender Umgang im Netzwerk	111
Netzwerke in der Übersicht	115
Businessorientierte offene Netzwerke	115
Businessorientierte geschlossene Netzwerke	118
Geschlossene Organisationen	120
Vereine und Parteien	121
Schlussbemerkung	122
Anhang: Netzwerke für Berufsgruppen	124



## Vorwort

„Nur mit Vitamin B ist man erfolgreich“, lautet eine gängige Vorstellung darüber, wie das geschäftliche Leben um uns herum funktioniert. Das ist in weiten Teilen sicher richtig. Wer etwas erreichen will, sei es im privaten oder im geschäftlichen Bereich, der muss Menschen kennen und über ein tragfähiges Netzwerk verfügen.

Das ist ganz natürlich. Sie gehen ja auch lieber zu einem Friseur oder Arzt, den Sie bereits kennen. Und wenn Sie gut essen gehen wollen, fragen Sie wahrscheinlich zuerst im Bekanntenkreis nach einem Tipp. Beziehungen sind daher einfach menschlich.

Einer der größten Irrtümer im Beziehungsdenken ist jedoch, dass nur erfolgreiche Menschen über gute Beziehungen verfügen können. Weit gefehlt. Jeder Mensch kann sich ein tragfähiges Beziehungsnetzwerk aufbauen. Durch die neuen Möglichkeiten im Internet, die unter dem Begriff „Web 2.0“ zusammengefasst werden, funktioniert dies derzeit so einfach wie noch nie.

Wie das genau geht, zeigen wir Ihnen in diesem Ratgeber. Das Buch ist dabei sowohl für den Aufbau beruflicher als auch privater Beziehungsnetzwerke über die großen „Social Networks“, die Beziehungsnetzwerke im Internet, gedacht. Sie finden bei uns Tipps, wie Sie als Selbstständiger Ihren Kundenkreis erweitern können, wie Sie als Angestellter Ihren beruflichen Erfolg verbessern oder wie Sie in Ihrer Freizeit immer Telefonnummern zur Hand haben, um Ihr Hobby auszuüben.



Wir beleuchten die Aspekte rund um das Thema „Netzwerken“ und den Aufbau von Beziehungen. Wir beginnen bei den Internetplattformen und Social Networks, widmen einen wichtigen Teil des Buches aber auch dem „persönlichen“ Netzwerken. Denn Networking spielt sich nur zum Teil im „virtuellen Leben“ im Internet ab. Irgendwann findet es seine Fortsetzung im „echten Leben“. Doch man wird nur ein erfolgreicher Netzwerker, wenn man beide Bereiche beherrscht – das Internet und den Umgang mit einem persönlichen Kontakt. Somit ist dieses Buch ein Kommunikationsbuch, das auf den Möglichkeiten der Social Networks im Internet aufbaut.

Viel Erfolg beim Netzwerken wünschen Ihnen  
Ihre Caroline Krüll und Christian Schmid-Egger



## Warum netzwerken?

Netzwerke sind ein elementarer Bestandteil unserer Kommunikation. Sie entsprechen einem Grundbedürfnis in uns allen. Wir Menschen sind soziale Wesen, die sich schon immer in Gruppen organisierten. Die Gruppe vermittelt Sicherheit, bietet Rückhalt – sorgt für ein soziales Netz. Netzwerke in Form des eigenen Stammes, der eigenen Großfamilie oder Jagdgruppe sorgten schon bei den Urzeitjägern fürs Überleben. In Notzeiten rückte man noch enger zusammen und unterstützte sich gegenseitig. Das war ein entscheidender Erfolgsfaktor für die Spezies Mensch.

Die eigene Familie, der eigene Stamm, das eigene Dorf waren für unsere Vorfahren der Lebensmittelpunkt. Diesen Menschen konnte man vertrauen, man kannte sie und konnte mit ihnen kooperieren. Psychologen bezeichnen das als „Innengruppe“.

Doch es gab auch Menschen außerhalb der eigenen Gruppe. Das waren die Fremden, die anderen. Sie wurden zunächst einmal als Feind betrachtet. Unsere Vorfahren kannten sie und ihre Absichten nicht und hielten sie erst einmal auf Abstand. Geschäfte, und wenn es nur der Tausch von Faustkeilen und Fleisch war, erfolgten nicht oder nur unter großen Sicherheitsvorkehrungen. Diese Unterscheidung in Freund und Feind war überlebenswichtig, da ein Feind häufig eine reale Bedrohung für Eigentum und Leben darstellte. Diese Unterscheidung hat sich als Erbe unserer Vorfahren fest in unserem Verhaltensrepertoire verankert. Menschen, die wir nicht kennen, gehören damit zur **Außengruppe**.



Wenn wir den Fremden allmählich näher kennenlernten, rückte er von der Außengruppe langsam in die Innengruppe vor. Irgendwann war er dann kein Fremder mehr, sondern ein Mitglied unseres Dorfes oder Stammes. Ab diesem Moment vertrauten wir ihm und bezogen ihn in unsere Rituale ein.

### **Von der Außen- zur Innengruppe**

Heute ist es immer noch so. In vielen Bereichen gibt es eine Außen- und eine Innengruppe. Wenn Sie sich bei einem Unternehmen bewerben, gehören Sie zur Außengruppe. Sie müssen alle Rituale eines Fremden durchlaufen. Sie schreiben Bewerbungen, kämpfen sich mühsam bis zu einem Vorstellungsgespräch durch, überzeugen in einem langwierigen Prozess Ihren künftigen Arbeitgeber davon, dass Sie integer, zuverlässig und fleißig sind. Vom Unternehmen werden Sie dabei äußerst kritisch durchleuchtet.

Wenn Sie den begehrten Job endlich erhalten und einige Wochen im neuen Unternehmen gearbeitet haben, wechseln Sie Schritt für Schritt in die Innengruppe über. Man beginnt, Ihnen zu vertrauen und Ihnen wichtige Informationen zu geben. Irgendwann sind Sie ein alter Hase und gehören vielleicht zum Inventar oder bestimmen selbst, wer in die engste Innengruppe vorrücken darf.

### ***Die Sache mit dem „Vitamin B“***

Doch wie ist es, wenn Sie zufällig der beste Freund oder die beste Freundin einer Führungskraft in diesem Unternehmen sind? Dann werden Sie kurzfristig eingeladen, in



einem netten Bewerbungsgespräch oberflächlich betrachtet und erhalten die Stelle meist sehr rasch und ohne sich mit lästigen Mitbewerbern herumzuschlagen zu müssen.

Was ist passiert? Sie starteten bereits als Mitglied der Innengruppe. Wenn Sie intern empfohlen werden, geht der Personalchef davon aus, dass Ihre menschlichen Eigenschaften in Ordnung sind und Sie zum Unternehmen passen. Er wird Sie vor allem fachlich prüfen, was Sie natürlich viel leichter überstehen als die Charakterprüfung. Der Bewerbungsprozess ist somit für beide Seiten einfacher. Natürlich ist hier „Vitamin B“ im Spiel. Viele Stellen in Deutschland werden genau auf diese Weise vergeben.

Die Kehrseite des Ganzen ist die sogenannte Vetternwirtschaft. Sie führt häufig zu Korruption und Misswirtschaft. Doch sehen Sie diesen Prozess einmal durch die Brille der Innen- und Außengruppe: Stellen Sie sich vor, dass Sie als Geschäftsführer eines großen Unternehmens eine äußerst sensible Stelle besetzen müssen. Wen würden Sie lieber einstellen: jemanden, den Sie durch eine Annonce finden, oder einen nahen Verwandten oder langjährigen Freund, dem Sie blind vertrauen? Vetternwirtschaft ist daher ein ganz natürlicher menschlicher Prozess, wobei Unternehmen oder Organisationen natürlich darauf achten sollten, deren negativen Auswirkungen zu verhindern.

## Beziehungen nutzen

Was bringt Ihnen nun das Wissen um die Wichtigkeit von Beziehungen, wenn Sie zum Beispiel eine neue Stelle suchen? Für Ihre Bewerbungsstrategie haben Sie zwei Mög-



lichkeiten. Zum einen können Sie den Weg der Außengruppe wählen: Sie werten den Stellenteil Ihrer Zeitung aus und durchforsten das Internet nach Jobangeboten. Sie schreiben viele Bewerbungen und hoffen. Je nach Stellenmarkt und Ihren Qualifikationen führt dieser Weg auch zum Erfolg. Oft ist er jedoch mühsam.

Mit Ihrer zweiten Strategie wählen Sie den Weg der Innengruppe: Sie durchforsten Ihren Freundes- und Verwandtenkreis, überlegen, wer wo arbeitet, und verbringen ein paar Tage am Telefon. Wenn Sie Glück haben, rutschen Sie auf diesem Weg ganz schnell auf eine neue Stelle. Diesen Erfolg verdanken Sie Ihrem Netzwerk.

Doch was tun, wenn Ihnen genau die Beziehungen fehlen, die Sie jetzt brauchen? Wie können Sie es schaffen, irgendwann dennoch zu einer oder mehreren Innengruppen zu gehören? Ganz einfach: Sie müssen gezielt Menschen kennenlernen, die Ihnen weiterhelfen können.

#### **Patente Studentin**

*Während unserer Studienzeiten hatten wir eine Bekannte, die Jura studierte. Marion wollte unbedingt Patentanwältin werden. Um diesem Ziel möglichst früh nahe zu kommen, beschloss sie, ihr Mittagessen nicht mehr in der Mensa der Universität, sondern in der Kantine des nahe gelegenen Patentamts einzunehmen. Ihr Kalkül war einfach: Dort speisen vor allem Patentanwälte. Beim Essen lernt man Menschen kennen. Diese Menschen haben Zugang zu Praktikumsplätzen und verfügen über nützliches Zusatzwissen. Also betrachtete Marion die Mehrinvestition des einen zusätzlichen Euros pro Mahlzeit in der Patentamtskantine als eine echte Investition in ihre Zukunft.*



Marion ist heute im Job erfolgreich. Für uns ist an dieser Geschichte wichtig, dass sich jeder Mensch neue Kontakte beschaffen kann. Treffend bringt es das folgende Zitat auf den Punkt: „Das einzig schlechte an Beziehungen ist, wenn man keine hat.“ Menschen, die ein berufliches oder privates Ziel erreichen möchten, benötigen dazu fast immer die Hilfe anderer Menschen. Und diese muss man zuerst kennenlernen, damit man nicht als Mitglied der Außengruppe von wichtigen Ressourcen abgeschnitten wird.

### **„Geben ist seliger als Nehmen“**

Diese Regel halten wir für die allerwichtigste, wenn Sie ein guter Netzwerker werden wollen: Unterstützen Sie Ihre Kontakte und tun Sie etwas für sie. Dann werden Ihre Kontakte auch Sie unterstützen.

Wir weisen gleich zu Anfang des Buches auf diese Regel hin, weil wir immer wieder festgestellt haben, dass viele Menschen in Netzwerken vor allem nehmen wollen. Doch das funktioniert nicht. Man hält sich bei solch einseitigen Netzwerkpartnern im Lauf der Zeit meist zurück oder beendet den Kontakt sogar. Gutes Netzwerken funktioniert anders, nämlich indem man sich für seine Partner einsetzt. Das ist meist nicht sehr aufwendig, sondern bedeutet vor allem, dass man für seine Partner mitdenkt und ihnen Gelegenheiten vermittelt. Nur so kann ein echter Nutzen für das Netzwerk entstehen.

Für das Geben haben wir folgende Tipps:

- ▶ Versorgen Sie Ihre Netzwerkpartner mit Informationen. Wenn Sie irgendwo eine Information aufschnappen, die



einen Ihrer Partner interessieren könnte, dann reichen Sie diese an ihn weiter. Ihr Partner wird sich sehr freuen, und Sie haben einen Pluspunkt bei ihm gesammelt.

- ▶ Bringen Sie Menschen zusammen. Wenn Sie wissen, dass einer Ihrer Netzwerkpartner beispielsweise einen Grafiker sucht, dann empfehlen Sie Ihren eigenen Grafiker an ihn weiter. Beide werden sich freuen: der Grafiker über die Empfehlung, Ihr Partner darüber, dass er vielleicht nicht mehr suchen muss.
- ▶ Beantworten Sie Anfragen. Wenn jemand in Ihrem Netzwerk eine Frage hat, dann kümmern Sie sich darum. Beantworten Sie sie selbst oder empfehlen Sie jemanden, der es wissen könnte. So schaffen Sie sich einen Ruf als kompetenter und hilfsbereiter Mensch.

! Wenn Sie oft und gerne geben, bekommen Sie auch mehr zurück. Probieren Sie es einfach mal aus!

## Beziehungen im Internetzeitalter

Was hat sich im Internetzeitalter und vor allem seit der Entwicklung des Web 2.0 beim Thema „Networking“ geändert? Für uns sind zwei Trends deutlich erkennbar:

1. Es ist einfacher geworden, Kontakte zu finden. Inzwischen gibt es fast für jede Interessengruppe und jeden regionalen Bezugsraum in den Industriestaaten eine eigene Gruppe oder ein Forum. Wird man dort Mitglied, erhält man in der Regel eine Unmenge von Informatio-



nen und Kontakten. Dies war vor der Entwicklung des Web 2.0 in dieser Form kaum möglich.

### Web 2.0

*Eric Knorr, Chefredakteur des amerikanischen Computer-Magazins InfoWorld, stellte den Begriff „Web 2.0“ im Dezember 2003 erstmalig der Öffentlichkeit vor. Heute versteht man darunter – kurz gefasst – die Einbeziehung der Nutzer in die Gestaltung von Internetseiten. Gab es zuvor nur statische Seiten, die man lediglich lesen konnte, so bieten inzwischen zahlreiche neue Technologien jedem Nutzer die Möglichkeit, selbst Inhalte ins Netz zu stellen und mit anderen Nutzern zu kommunizieren. Dies funktioniert beispielsweise über Blogs, Foren, Wikipedia und ähnliche Dienste oder eben mit den Social Networks. Die Technologien des Web 2.0 haben das Internet, aber auch die reale Welt grundlegend verändert.*

2. Kontakte werden immer beliebiger, Quantität geht vor Qualität. Ein fleißiger Kontaktesammler kann es beispielsweise bei Xing schnell auf ein paar Hundert oder Tausend Kontakte bringen. Doch ist die Qualität dieser Kontakte häufig oberflächlich. Denn oft kennt man viele seiner Web-2.0-Kontakte nicht persönlich, weiß nicht, was diese Menschen auszeichnet oder wo ihre Stärken liegen. Man wird mit ihnen daher auch nur schwer netzwerken können. Wenn Sie wirklich einen praktischen Nutzen aus Ihren Kontakten ziehen wollen, müssen Sie diese daher qualifizieren, näher kennenlernen und wahrscheinlich auch wieder reduzieren. Natürlich gibt es Ausnahmen von dieser Regel.



**Auf den Punkt gebracht**

- ▶ Netzwerken entspricht unserem natürlichen Bedürfnis nach Kommunikation und Zugehörigkeit.
- ▶ Wir unterscheiden zwischen Außen- und Innengruppe. Wichtige Geschäfte machen wir nur mit Mitgliedern der Innengruppe.
- ▶ Netzwerken ist die Möglichkeit, sich eine eigene Innengruppe aufzubauen oder sich einer bestehenden anzuschließen. In einem funktionierenden Netzwerk erhalten Sie Aufträge, Informationen oder einen Job, ohne erst Ihre Loyalität beweisen zu müssen.
- ▶ Wenn Sie etwas erreichen möchten, sind Sie meist erfolgreicher, wenn Sie es über Ihr Kontaktnetzwerk und über persönliche Empfehlungen versuchen.
- ▶ Kontakte können Sie sich aufbauen. Dies erfordert Geduld und die richtige Strategie.
- ▶ Im Internetzeitalter und besonders mit dem Web 2.0 ist es so einfach wie nie, neue Kontakte zu finden.
- ▶ „Geben ist seliger als Nehmen“. Tun Sie auch etwas für Ihre Kontakte, dann tun diese auch etwas für Sie.



## Netzwerken im Internet

Dieses Buch hat seinen Schwerpunkt bei den großen Internetnetzwerken wie Xing, LinkedIn oder Facebook. Diese spielen in der aktuellen Geschäftswelt eine immer größere Rolle und weiten sich zunehmend auch in den privaten Bereich hinein aus.

Doch das Internet ist nur Mittel zum Zweck. Denn letztendlich wollen Sie ja Menschen aus Fleisch und Blut treffen, einen richtigen Job erhalten oder Geschäftspartner zum Anfassen kennenlernen. Also dienen Xing und andere Social Networks vor allem dazu, diese Kontakte zu finden und vorab zu prüfen, ob Sie damit etwas anfangen können. Im nächsten Schritt steht dann in aller Regel ein persönliches Treffen an.

### *Internet und reales Leben*

*Sie sind über Xing auf jemanden aufmerksam geworden, der eine interessante Dienstleistung anbietet, die sich mit Ihrer Geschäftsidee kombinieren lässt. Also tauschen Sie erst einige Nachrichten aus und klären ein paar Einzelheiten. Schon recht bald treffen Sie sich mit dieser Person. Erst im persönlichen Gespräch fällt dann die Entscheidung, ob Sie beide wirklich etwas zusammen unternehmen werden.*

*Oder Sie sind Mitglied einer Freizeitgruppe in einem virtuellen Netzwerk. Am Sonntag wird eine Radtour veranstaltet. Die Hinweise und die Anmeldung finden über das Web statt. Doch am Sonntag stehen Sie natürlich persönlich in sportlicher Kluft und mit Fahrrad am Treffpunkt und freuen sich auf viele neue Menschen.*



So greifen die neuen Möglichkeiten des Web 2.0 und die althergebrachten Kontaktrituale der Menschheit ineinander. Daran wird sich auch in Zukunft nichts ändern. Denn wir Menschen sind in erster Linie soziale Wesen, die sich nur im direkten Kontakt mit anderen wirklich wohlfühlen. Auch die vielen technischen Möglichkeiten der Telekonferenzen oder Meetings via Webcam haben nichts daran geändert, dass Tag für die Tag die Züge, Flugzeuge und Autobahnen voll sind mit Menschen, die manchmal nur für einen kurzen Termin quer durch Deutschland oder die Welt reisen. Denn Geschäfte macht man immer noch am liebsten von Angesicht zu Angesicht. Die Bundespost hatte vor einigen Jahren einen Werbespot, der sinngemäß lautete: „Sie können alles im Internet bestellen, doch wer bringt Ihnen diese Dinge letztendlich ins Haus?“

## Facebook, LinkedIn und andere Social Networks

### *Social Network*

*Social Networks sind Internetplattformen, über die sich Menschen kennenlernen und vernetzen können: Man legt ein Profil von sich an, bildet mit Bekannten, Freunden oder Gleichgesinnten ein eigenes Netzwerk oder lernt neue Menschen kennen. Zusätzlich gibt es in den Networks vielfältige Möglichkeiten, Informationen auszutauschen, eigene Mitteilungen zu veröffentlichen oder sich an Diskussionsforen zu beteiligen.*

Es gibt viele Social Networks auf dem Markt, die meist ähnlich aufgebaut sind, wie z. B. Xing oder Facebook. Wir



stellen Ihnen hier einige der wichtigen Netzwerke weltweit kurz vor und geben Ihnen anschließend eine Einschätzung über deren praktischen Nutzen. Natürlich basiert diese Einschätzung vor allem auf unseren eigenen Erfahrungen sowie dem, was wir über Bekannte sowie durch Recherchen im Internet erfahren konnten. Im Zweifel sollten Sie daher eine neue Community oder Kommunikationsplattform einfach ausprobieren. In der Regel merken Sie sehr schnell, ob das Netzwerk für Sie lohnend ist oder nicht.

### **Xing: [www.xing.com](http://www.xing.com)**

Xing wurde 2003 unter dem Namen OpenBC (Open Business Club) von Lars Hinrichs gegründet und zählt laut eigenen Angaben vom März 2009 rund sieben Millionen Benutzer. 550.000 davon besitzen einen Premium Account, das heißt, sie sind zahlende Mitglieder, denen alle Funktionen offenstehen. Betrieben wird die Plattform von der Hamburger Xing AG, die Aktien werden seit dem 7. Dezember 2006 an der Börse gehandelt.

Um Ihnen das Potenzial eines solchen Unternehmens vor Augen zu führen, hier ein paar Zahlen: Im Geschäftsjahr 2008 erzielte Xing Umsatzerlöse von 35,3 Millionen Euro und lag damit 80 Prozent über dem Umsatz des Geschäftsjahres 2007. Das Unternehmen hatte am 31. Dezember 2008 insgesamt 174 Mitarbeiter aus 19 Nationen.

Die Umwandlung von „OpenBC“ zu „Xing“ erfolgte, damit sich Xing international besser vermarkten kann. Das Wort „Xing“ bedeutet auf Chinesisch „es ist möglich“. Xing dominiert derzeit den Netzwerkmarkt im deutschsprachigen Raum und neuerdings auch in der Türkei, wäh-



rend in den meisten übrigen europäischen Ländern sowie in Amerika LinkedIn deutlich vorne liegt.

#### Unsere Einschätzung

Im deutschen Markt ist Xing Marktführer und daher ein Muss für jeden, der Business- oder Freizeitkontakte im Internet sucht. So stellten wir in den letzten Monaten z. B. auf Existenzgründerveranstaltungen im Raum Berlin regelmäßig fest, dass im Schnitt jeder zweite Teilnehmer bei Xing einen Account besitzt. Soweit wir das beurteilen können, bietet Xing derzeit zudem die meiste Aktivität und die besten Chancen, in kurzer Zeit ein interessantes Netzwerk aufzubauen.

#### LinkedIn: [www.linkedin.com](http://www.linkedin.com)

LinkedIn wurde 2003 in Kalifornien, USA, gegründet. Es ist mit über 32 Millionen registrierten Nutzern (Dezember 2008) eines der größten Social Networks und gehört zu den weltweit meistbesuchten Websites: Im März 2009 lag LinkedIn in den USA auf Rang 43 der frequentiertesten Websites, weltweit auf Rang 146. Seit dem 4. Februar 2009 ist das Netzwerk auch in deutscher Sprache verfügbar. Bis dato hat der Anbieter in Deutschland nach eigenen Angaben rund 500.000 Mitglieder. Sein Ziel ist es, diese Zahl bis Jahresende zu verdoppeln, wie der LinkedIn-Europa-Chef Kevin Eyres im Februar verlauten ließ.

In Europa ist LinkedIn vor allem in Großbritannien, Frankreich, Italien, Spanien und den Niederlanden stark etabliert, während Xing in Deutschland, Österreich und interessan-



terweise auch in der Türkei den Netzwerkmarkt dominiert. Die Mitgliederzahl von LinkedIn in Europa beläuft sich auf acht Millionen. Die Mitgliedschaft bei LinkedIn ist relativ teuer und umfasst Accounts, die von monatlich etwa 20 bis 200 US-Dollar kosten.

#### Unsere Einschätzung

LinkedIn ist die einzige ernst zu nehmende Alternative zu Xing, jedoch in Deutschland noch stark unterrepräsentiert. Die Aktivität auf den Seiten ist eher gering. Es bleibt abzuwarten, wie erfolgreich sich LinkedIn in Deutschland entwickeln und ob die Plattform hier die Bedeutung von Xing erreichen wird. Für deutschsprachige Businesskontakte ist LinkedIn daher im Moment sicher nur zweite Wahl. Ganz anders sieht es natürlich aus, wenn man Kontakte im übrigen Europa oder in Amerika sucht. Hierfür ist LinkedIn die erste Adresse und unbedingt zu empfehlen. Der Nachteil von LinkedIn gegenüber Xing ist eindeutig der verhältnismäßig hohe Preis. Viele Nutzer besitzen daher nur einen kostenlosen Account, mit dem man jedoch praktisch keine Nachrichten austauschen kann.

#### Facebook: [www.facebook.com](http://www.facebook.com)

Facebook wurde von Mark Zuckerberg im Februar 2004 an der Harvard University entwickelt. Ursprünglich sollte die Seite nur der Vernetzung der dortigen Studenten dienen, wurde später jedoch für Studenten in den gesamten USA geöffnet. Später kamen Angestellte von Unternehmen

dazu, im September 2006 konnten sich dann auch Studenten aus dem amerikanischen Ausland bei Facebook anmelden. Seit dem Frühjahr 2008 wird die Seite auch in deutscher Sprache und 30 weiteren Sprachen angeboten.

Nach eigenen Angaben hat Facebook derzeit (Mai 2009) 200 Millionen aktive Nutzer und ist weltweit die am häufigsten besuchte Kontaktwebsite. Täglich werden 30 Millionen Bilder hochgeladen. Die meisten Nutzer stammen aus den USA und sind jünger als 25 Jahre.

Facebook verfügt über ähnliche Funktionen wie die übrigen Netzwerke. Jeder Benutzer stellt sich auf einer Profilseite vor und kann zudem Fotos oder Videos hochladen. Auf der Pinnwand des Profils können Besucher allgemein sichtbare Nachrichten hinterlassen oder Notizen sowie Blogs veröffentlichen. Alternativ zu öffentlichen Nachrichten können Benutzer sich gegenseitig persönliche Nachrichten schicken oder chatten. Freunde können zu Gruppen und Events eingeladen werden. Facebook verfügt über einen Marktplatz, auf dem Benutzer Kleinanzeigen aufgeben und einsehen können. Facebook-Nutzer sind in verschiedene Kategorien wie Schul-, Universitäts-, Job- oder Regionalnetzwerke eingeteilt.

Als Besonderheit gegenüber anderen Netzwerken hat Facebook seit Mai 2007 seine Plattform für Anwendungen von Drittanbietern geöffnet. Entwicklern steht über die „Facebook Platform“ eine Programmierschnittstelle zur Verfügung, mit der sie Programme schreiben können. Diese passen sich dem Design von Facebook an und können nach Erlaubnis der Nutzer auf deren Daten zugreifen. Facebook-Mitglieder können die angebotenen Programme einfach in ihre Profilseite integrieren. Die Bandbreite reicht von Spie-

