

Samstag, 5. Januar 2008

Die XING-Kirche im Dorf lassen ?

Also, ich möchte da mal eine Lanze für XING brechen. Da sind viele Tausende von mehr oder weniger ungeladenen Gästen, die nichts zahlen, aber ständig herumnörgeln und den Kühlschrank leer futtern. Und dann räumen sie nicht mal auf und lassen jede Meinung einfach so links liegen. XING ist nicht die Caritas. XING ist eine AG. Somit ist die Empörung über den Versuch, zusätzlich Geldmittel zu erzielen, eigentlich unverschämt. Wenn alle nur 1 € im Monat zahlen würden, bliebe XING auf diese Art und Weise sicher bis auf weiteres werbefrei. Obwohl ich für diese These meine Hand nicht in warmes Wasser legen würde. Das mit der Habgier ist so eine Sache. Wer hat denn bis dato den größten Nutzen von XING? Diejenigen, die nichts zahlen, aber ordentlich Networking betreiben und Geschäfte für - nothing - realisieren. Wo gibts das noch? Wo gibts denn so was? Nichts ist billiger als XING, wenn man kein Premium Mitglied ist. Ich bin aber eins. Dumm gelaufen. Darum habe ich schleunigst meine Premium Mitgliedschaft gekündigt. Denn auch ich will dann doch lieber zu den Gewinnern zählen, als zu den Deppen, die dafür bezahlen, dass andere, die nichts dazu beisteuern, davon profitieren können. Somit ist die Zeit des virtuellen Freibiers auf Kosten des Hauses und der Premium Mitglieder und der Sponsoren vorbei. Mit Recht. Gesundshrumpfen scheint die Strategie. Mit allen Konsequenzen. Denn warum soll jemand die Kirche im Dorf lassen, wenn er an fünf Fingern abzählen kann, wann ihm das Wasser bis zum Hals steht? Über das wie lässt sich vortrefflich streiten, aber warum? Es ist deren Plattform. Es ist deren Party. Somit stellt sich letztendlich auch XING die Frage, was bringen die Mitglieder eigentlich mit zur Party? Die meisten nichts. Das ist ein Problem und das wird auf Dauer zu teuer. Somit muss man leider für die Vorgänge großes Verständnis aufbringen. Aber das tue ich für Radio Arabella, Tele 5 und RTL 2 auch. Was sollen die Armen denn machen? Wenn der relevante Kundennutzen nicht ausreicht, dann sieht die Quote der Premium Mitglieder und der Geldfluss der Sponsoren eben so aus, wie er aussieht - erbärmlich. Und wie die Sender, muss man dann alle Werbeformen nutzen und erfinden, um den letzten Euro aus der Sache zu pressen...Ruf mich an...Die Ideen für XING und deren profitable Zukunft liegen somit auf der Hand. Der Vermarktungs-marathon beginnt. Stünde da e.V. und nicht AG hinter der Namensgebung, könnte man sich das ersparen. Aber so läuft es nun mal. So und nun reicht es mit der Lanze, zurück zur eigentlichen Haltung. Ich persönlich empfinde die Idee, Werbung auf den Profilen zu schalten, als eine Verletzung des Persönlichkeitsrechts. Das geht nicht. Daran will ich mich nicht gewöhnen. Man stelle sich mal vor, bei der nächsten Bundestagswahl kommt eine Partei, die nicht die meine ist, auf die Idee, auf meinem Profil Werbung zu schalten!?!? Aber die Idee, dass XING neue Ertragsquellen erschließen will und muss, empfinde ich als wesentlich und wichtig. Aber warum muss eine neue Idee auf ausgetretenden Pfaden wandeln und das auch noch so plumb, dumm, wackelig und orientierungslos? Warum geht XING nicht mit gutem Beispiel voran und entwickelt innovative neue Vermarktungsformen? Vermarktungsformen, welche die Networking-Führerschaft unterstreichen, erlebbar machen. Also, ich würde erst mal am relevanten Kundennutzen arbeiten. Und zwar so hart, dass die Anzahl der Premium Mitglieder rasant ansteigt. Damit die Kooperationspartner aus der Wirtschaft Schlange stehen. Auch hier gilt, die bessere Idee gewinnt. Wird gewinnen.

Geschrieben von Christof Hintze in Spontaneitäten um 12:13

Hallo Christof,

das Problem ist nicht die Werbung per se. Das Problem ist eher das die Werbung seit 12.12.07 bei allen Profilen - auch zahlenden Premium-Mitgliedern - einfach angezeigt wurde. Das Ganze natürlich klammheimlich ohne Vorabinform. Die unzähligen Blogbeiträge zeigen das ganz gut. Zudem kommt das zB. bei Mitarbeitern von Bank A Werbung von Bank B erscheint - auf dem Profil. D.h. Die Bank A Mitarbeiter haben eine Bank B Werbung auf der Rückseite ihrer Visitenkarte.

Wäre kein Protest gekommen gäbe es jetzt auch keinen "opt-out" Button für Premium Mitglieder - wobei opt-out auch schon wieder so eine hinterlistige Geschichte ist. Also falls du die Werbung noch nicht explizit deaktiviert hast - wird sie noch immer auf deinem Profil geschaltet - auch wenn du sie nicht siehst

<http://blog.mywhitelist.de/?p=161>
<http://www.werbeblogger.de/2008/01/03/xing-vergraetzt-premium-kunden-mit-werbung/>
<http://www.werbeblogger.de/2008/01/03/xing-rudert-ins-kommunikative-bermuda-dreieck/>

Eine schöne Übersicht gibt es hier:
<http://seo-is-out.blogspot.com/2008/01/xing-am-tag-danach.html>

Meiner Meinung nach hat Xing einfach das wirkliche Potential - die Mitglieder nicht erkannt. Auf alle Fälle ein Lehrstück - wie man es nicht machen sollte. Dafür bin ich dankbar.

LG,
Andreas
Anonym am Jan. 6 2008, 10:54

freut mich, dass du das bild verwenden konntest. liebe gruesse peter
Anonym am Jan. 6 2008, 20:36

Vielleicht ist die bei Xing angebotene freie Mitgliedschaft etwas zu rudimentär. Werbung bei zahlenden Mitgliedern zu schalten, kann dann auch als Schuss nach hinten los gehen. Persönlich würde ich sporadisch schon für die Nutzung von Xing zahlen, aber nicht eben gleich automatisch verlängernd für weitere 3 Monate, sondern eben bei Bedarf einmalig für kurze Zeit, ich nutze den Service ja nicht täglich. Ansonsten verliert Xing doch sehr im Vergleich mit eher kleineren geschlossenen Communities wie Cyre Club oder ASmallWorld

Anonym am Feb. 4 2008, 20:55