

## Presseinformation

# Xing informiert am besten

- **Ausstrahlende Reputation: Xing-Nutzer zeigen besonders hohes Vertrauen in Informationen aus ihrem Netzwerk – nicht nur bei beruflichen Themen**

*Fast jeder vierte Xing-Nutzer tauscht sich zu beruflichen Themen aus*

**Hamburg, den 29. Juni 2016 – Thema Nr.1 auf Xing ist Berufliches: 23 Prozent der Nutzer dieses Sozialen Netzwerkes tauschen sich hier aktiv über arbeitsbezogene Themen wie Jobangebote, Schulungen und Büroangelegenheiten aus. Kein Wunder, schließlich ist der ehemalige „Open Business Club“ ein geschäftliches Netzwerk. Erstaunlich ist aber: Auch bei anderen Themen sehen sich Xing-Nutzer besser informiert als die anderer Sozialer Medien. Das zeigt der online-repräsentative „Social Media-Atlas 2015/2016“ der Hamburger Kommunikationsberatung Faktenkontor und des Marktforschers Toluna.**

*Hohes Vertrauen bei Xing in Informationen zu Unternehmen als Arbeitgeber*

81 Prozent der Nutzer, die sich auf Xing über die Arbeitgeberqualitäten von Unternehmen informieren, zeigen ein hohes Vertrauen in die Informationen, die sie dort erhalten. Das ist deutlich mehr als bei anderen Web-2.0-Kanälen: Der direkte Konkurrent LinkedIn erreicht nur 72 Prozent, Facebook gerade einmal 56 Prozent.

*Xing auch Vertrauens-Führer bei Bank- und Versicherungsdienstleistungen*

Solch einen Vertrauens-Vorsprung gewähren Xing-Nutzer ihrem Berufsnetzwerk aber auch bei Themen, die abseits der Kernkompetenz des Dienstes liegen. Zum Beispiel ist das Vertrauen der Xingler in ihr Netzwerk beim Thema Bankdienstleistungen stärker ausgeprägt als bei allen anderen Social-Web-Kanälen: 72 Prozent der Nutzer, die auf Xing Informationen zu Bankdienstleistungen suchen, stufen diese als sehr vertrauenswürdig ein. Ebenfalls in dieser Hinsicht führend ist Xing mit 73 Prozent bei dem Thema Versicherungsdienstleistungen.

*Beim Thema Krankenhäuser nur Foren vor Xing*

Nicht an erster Stelle, aber ebenfalls ganz vorn mit dabei ist Xing, wenn es um Krankenhäuser geht: 72 Prozent der Nutzer, die auf Xing nach Informationen über Krankenhäuser suchen, bringen diesen hohes Vertrauen entgegen. Nur Internet-Foren erreichen hier mit 73 Prozent einen noch besseren Wert.

*Zitat Dr. Roland Heintze*

„Xing genießt bei seinen Nutzern in seinem Kernbereich ‚berufliches Netzwerken‘ eine so gute Reputation, dass diese auch auf andere Themen abfährt“, erklärt Dr. Roland Heintze vom Faktenkontor dieses Phänomen. „Unternehmen sollten deswegen bei der Entwicklung ihrer Social-Media-Strategie berücksichtigen, welchen Ruf die Kanäle genießen, auf denen sie aktiv zu werden planen.“

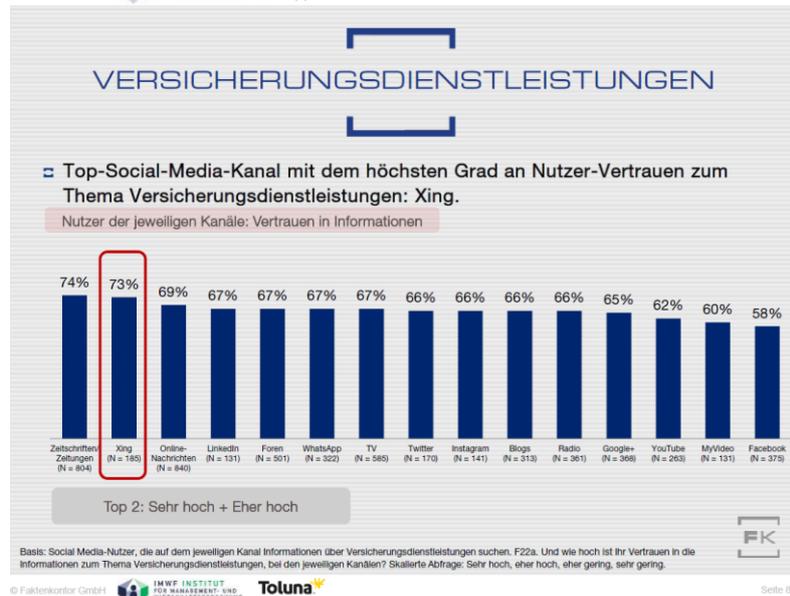
Grafik: Auf Xing tauschen sich Nutzer vor allem über berufliche Themen aus.



Grafik: Beim Thema „Unternehmen als Arbeitgeber“ genießt Xing das höchste Vertrauen der Nutzer...



Grafik: ...aber nicht nur dort: Auch bei anderen Themen wie z.B. Versicherungsdienstleistungen lässt Xing andere Soziale Medien hinter sich



*Studiengrundlage:  
Online-  
repräsentative  
Panel-Befragung*

Die Studie „Social Media-Atlas 2015/2016“ (Hamburg, Januar 2016) wurde im Auftrag der Beratungsgesellschaft Faktenkontor und des Marktforschers Toluna in Kooperation mit dem IMWF – Institut für Management- und Wirtschaftsforschung durchgeführt. 3.518 nach Alter, Geschlecht und Bundesland online-repräsentative Internetnutzer ab 14 Jahren wurden in Form eines Online-Panels zu ihrer Social-Media-Nutzung befragt. Erhebungszeitraum war das vierte Quartal 2015. Die Ergebnisse sind auf ganze Zahlen gerundet. Die komplette Studie mit allen Ergebnissen kann unter <http://www.faktenkontor.de/faktenkontor-studien/> gegen eine Schutzgebühr von 280,- Euro zzgl. MwSt. bestellt werden.

*Faktenkontor:  
Berater für  
Unternehmens-  
und Vertriebs-  
kommunikation*

Faktenkontor ist der Berater für Unternehmens- und Vertriebskommunikation. Branchenerfahrene Experten unterstützen Unternehmen aus Finanzdienstleistung, Gesundheitswirtschaft sowie der Beratungs- und Technologie-Branche darin, ihre Zielgruppen über klassische und digitale Medien sowie im persönlichen Kontakt zu erreichen. Neben Medienberatung gehören Konzeption und Umsetzung von Kampagnen sowie Social-Media-Strategien zum Leistungsspektrum. Das Faktenkontor ist zertifiziertes Mitglied der Gesellschaft der führenden PR- und Kommunikationsagenturen (GPRA) und zertifiziertes Mitglied des Hamburger Consulting Club e.V. (HCC).

**Besuchen Sie unsere Website: [www.faktenkontor.de](http://www.faktenkontor.de).**

**Faktenkontor GmbH · Ludwig-Erhard-Straße 37 · 20459 Hamburg**

Ansprechpartner: Dr. Roland Heintze, Tel.: 0 40/253 185-110, Fax: 0 40/253 185-310  
E-Mail: [Roland.Heintze@faktenkontor.de](mailto:Roland.Heintze@faktenkontor.de) Internet: [www.faktenkontor.de](http://www.faktenkontor.de)