

XING Sala Bim: Der Tag danach

Ich hoffe, die Meisten hatten inzwischen Gelegenheit, eine Nacht über XING zu schlafen.

Diesen Beitrag möchte ich benutzen, um die [gestrigen Ereignisse](#) ein wenig zu reflektieren und gewisse Themen, die angeschnitten wurden, zu kommentieren.

Auswirkungen

Es mag vielleicht naiv klingen, aber bei meiner Veröffentlichung hab ich die Auswirkungen unterschätzt (Dietrich Dörner könnte ein Lied davon singen). Ich liebe Marken (um dies zu illustrieren: Die 500 bekanntesten Marken der Welt sind derzeit meine Nachtlektüre). Und als ich von XING erfahren habe, war die Freude über den neuen Namen so gross, dass ich es einfach nicht für mich behalten konnte und [Ayom](#) davon erzählen musste (der Thread bei Ayom hat mich im übrigen dazu inspiriert, nach eingetragenen Marken zu suchen). Ich bin überzeugt davon, dass XING openBC langfristig global in eine neue Liga katapultieren und den grossen Brands dieser Welt in nichts nachstehen wird.

Positive Auswirkungen:

- [Technorati](#) quillt über und hat XING zwischenzeitlich auf Platz 3 der [meistgesuchtesten Begriffe](#) katapultiert
- openBC kann in der geplanten Kommunikation von nächster Woche bereits sehr intensiv auf das Feedback eingehen

Negative Auswirkungen:

- Anstatt ruhiges Wochenende gibt es wahrscheinlich Überstunden in der Zentrale
- Die [umfassenden Diskussionen](#) wären bereits jetzt auf die geplante Kommunikation angewiesen. Stattdessen scheinen openBC die Hände gebunden und die dringend nötigen Erklärungen und Argumente können nicht umgehend platziert werden (meines Erachtens die verheerendste negative Auswirkung). Oder ist man bereits vorbereitet und wird bereits Anfang Woche mit der Kommunikation beginnen?

Über Ethik, Plaudertaschen und Co.

Dass mich vielleicht manche als Plaudertasche bezeichnen, kann ich ihnen nicht übel nehmen. Dass ethische Bedenken aufkommen, auch nicht. Ich bin offen für eine konstruktive Diskussion, die uns hoffentlich allen (und mir insbesondere) eine Lehre sein wird.

Stimmen

Die tolle News ist eben eine Woche vorher durchgesickert. **Viele Blogger haben es bereits lange im Vorfeld selbst recherchiert und beschlossen nicht darüber zu bloggen.** Wir werden nach wie vor aller Voraussicht nach Ende der Woche umfassender kommunizieren und einen ersten Einblick auf Logo und die neue Plattform zeigen.

Quelle: [Daniela Waschow](#)

Leider habe ich davon nichts mitbekommen.

[Remo Uherek](#) schreibt später in als Kommentar (klingt für mich wie die Nachwirkung nach einer hochnotpeinlichen Befragung, oder Androhung von Höllenstrafen)

“Im Nachhinein frage ich mich tatsächlich, ob es gescheit war, dieses “offensichtliche Geheimnis” (Anmerkung: z.B. offene Registrierung WIPO) öffentlich auszuplaudern. Vielleicht hätte ich mich zuerst mit openBC in Verbindung setzen sollen ... “

Na ja, vielleicht um OpenBC (dem Unternehmen) Gelegenheit zu geben, dazu Stellung zu nehmen, aber doch bitte hoffentlich nicht, um eine Erlaubnis für die Veröffentlichung zu erhalten ...

Anlaß—vielleicht?—sich über einen Codex ‘Blogger-Ethik’ Gedanken zu machen?

[Quelle](#)

Bloggerethik, gute Idee. Darüber habe ich mir ehrlich gesagt noch gar keine Gedanken gemacht (ich bin ja schliesslich ein Blogging-Greenhorn, welches erst seit dem 3. August 2006 in der Blogosphäre rumschwirrt). Der [Bloggers’ Code of Ethics](#) sieht ja auf den ersten Blick ganz vernünftig aus.

[Der/diejenige](#) hat damit zwar OpenBC keinen Gefallen getan, aber Karma. Ich habe zwar keine Eisen im Feuer bei OpenBC, aber so erfährt man wenigstens auch über das Medium Blog, wem man tunlichst im one-to-one [nix erzählen sollte](#), weil seine detektivische Ader mit ihm durchgeht :)

[Quelle](#)

Wenn man etwas unter dem Deckel halten will, sollte man vermutlich auch im one-to-one **niemandem** davon erzählen. Viele Menschen sind neugierig und wie man sieht genügt eine unvorsichtige Plaudertasche zur Lüftung eines Geheimnisses :-).

Kritik am Namen und meine Meinung

1. *Keine Einbeziehung der Community in den Entscheidungsprozess*
(u.a. [Comdao](#))

Obwohl das natürlich sehr wünschenswert wäre, stelle ich es mir EXTREM schwierig vor. Wie will man 1.5 Millionen Menschen, die 16 Sprachen sprechen, demokratisch auf eine Linie bringen? Vergleiche dazu z.B. das [Condorcet-Paradox](#), das [Arrow-Theorem](#) oder ganz allgemein die [Public Choice Theorie](#). Kleines Szenario zur Veranschaulichung: Angenommen, openBC hätte 3 Namen zur

Auswahl gestellt (und somit den dreifachen finanziellen Aufwand für Domainkäufe und Markeneintragungen gehabt). Und angenommen, jeder Name hätte 1/3 Zustimmung erhalten, dann wäre es egal, für welchen Namen man sich entscheidet, bei jeder Variante müsste man 2/3 der Mitglieder enttäuschen. Obwohl ein Einbezug der Community löblich wäre, finde ich, dass Branding eine Sache der Geschäftsleitung, des Aufsichtsrats und vielleicht noch allfälligen Grossaktionären sein sollte. Alles andere ist in meinen Augen Ideologie.

Wo man die Community wiederum sehr gut einbeziehen kann, ist in die Kommunikation. Leider scheint openBC derzeit nicht auf umfassende Kommunikation vorbereitet zu sein (woran ich ja offenbar nicht ganz unschuldig bin). Ich bitte alle Diskussionsteilnehmer und Kritiker bis nächste Woche zu warten und openBC eine Chance zu geben, den Schritt umfassend zu erklären.

2. XING ist nicht einzigartig

(u.a. [Comdao](#))

Bei einem vierbuchstabigen Namen ist es heutzutage fast unmöglich, wirklich einzigartig zu sein. Ich stimme zu, dass es nicht ganz optimal ist, dass es bereits so viele verschiedene XINGs gibt. Dennoch ist die Einzigartigkeit mit den Domains [xing.com](#), [xing.de](#) und den eingetragenen Wortmarken zumindest in den für XING relevanten Markenklassen meines Erachtens gewahrt. Ausserdem bin ich überzeugt, dass früher oder später noch die restlichen relevanten Länderdomains gekauft werden können.