

Der Werbekodex zum Schalten Ihrer Anzeigen

Bei XING entscheiden Sie, wer Ihre Anzeige sieht.
So werben Sie zielgenau und effizient. Und erreichen
immer die Richtigen.

Hamburg, Januar 2026

Der XING Werbekodex

Mit dem XING Werbekodex gewährleistet XING seinen Mitgliedern ein einheitliches, vertretbares Werbeverhalten und wird so seiner Verantwortung gegenüber den XING Mitgliedern gerecht. Der XING Werbekodex versteht sich als verbindliches Regelwerk für die Werbekunden der XING Anzeigen und ist zugleich Grundlage für die Freigabe der Werbeanzeigen durch XING. Die Entscheidung darüber, ob erstellte Anzeigen den nachfolgend aufgelisteten Anforderungen entsprechen und demzufolge freigegeben werden, obliegt ausschließlich XING. Anzeigen, deren Schaltung für XING aus anderen als in diesem Werbekodex genannten Gründen unzumutbar ist, können von XING abgelehnt werden.

Inhalt	Seite
1. Grundsätze	3
2. Gestaltung	3
3. Werbegegenstand	4
4. Ausschlusskunden	5
5. Sprache	5
6. Verlinkungen	6
7. Kontakt	7

1. Grundsätze

- Bevor Werbeanzeigen auf XING gezeigt werden, werden sie überprüft, um sicherzustellen, dass sie unserem Werbekodex entsprechen. Dies dauert in der Regel einen Werktag.
- Anzeigen müssen den Werbegegenstand verständlich und eindeutig darstellen.
- Anzeigen dürfen keine irreführenden Inhalte, Titel oder Formulierungen enthalten.
- Anzeigen dürfen nicht dem Zweck dienen, Nutzer zu betrügen, irrezuführen oder Nutzern in sonstiger Weise zu schaden. Anzeigen dürfen nicht auf Seiten verweisen mit dem Zweck in erster Linie Daten über Nutzer zu erheben und zu speichern oder Nutzern unerwünschte Werbung zu senden.
- Anzeigen und deren Inhalte dürfen nicht gegen geltendes deutsches Recht, insbesondere gewerbliche Schutzrechte, Urheber-, Marken-, Patent-, Geschmacks- oder Gebrauchsmusterrechte, Persönlichkeitsrechte, Jugendschutzgesetze oder sonstige gesetzliche Bestimmungen verstoßen und müssen die anwendbaren Gesetze sowie alle Rechte Dritter beachten.

2. Gestaltung

- Anzeigen dürfen in keiner Weise so gestaltet sein, dass sie den Anschein erwecken, von XING initiiert worden zu sein. Das heißt, Anzeigen dürfen die Wortmarke XING und das XING Logo nicht enthalten.
Ausnahmen:
Im Rahmen der Tätigkeit als XING Ambassador ist es gestattet, Wortmarke und Logo von XING zum Bewerben des XING relevanten Inhalts zu verwenden. Darüber hinaus ist das Verwenden der Wortmarke XING beim Bewerben des Profils oder einer Stellenanzeige mit Bezug zur XING Plattform gestattet. In vereinzelten Fällen behält XING sich jedoch das Recht vor, die Anzeige zu prüfen und gegebenenfalls abzulehnen.
- Anzeigen dürfen weder alle noch einzelne XING-Mitglieder dazu auffordern, eine bestimmte Handlung zu begehen unter der Vortäuschung, dass andere Mitglieder oder Personen diese Handlung bereits vollzogen hätten.
- Sämtliche in Anzeigen verwendeten Bilder, Fotos, Grafiken oder Videos müssen für die Darstellung in einer Anzeige geeignet sein, d. h. insbesondere weder verzerrt noch unscharf dargestellt werden. Die Bildrechte müssen eindeutig geklärt sein.

3. Werbegegenstand

- Sämtliche Inhalte, die gegen gesetzliche Verbote verstoßen, dürfen nicht Gegenstand von Anzeigen sein. Es ist untersagt, gesetzlich geschützte Inhalte (z. B. durch das Urheber-, Marken-, Patent-, Geschmacks- oder Gebrauchsmusterrecht) zu verwenden oder Waren oder Dienstleistungen zu bewerben, anzubieten oder zu vertreiben, ohne dazu berechtigt zu sein. Die Anzeige darf nicht gegen Persönlichkeitsrechte oder sonstige gesetzliche Bestimmungen verstoßen und muss die anwendbaren Gesetze sowie alle Rechte Dritter beachten.
- Folgende Inhalte sind ausdrücklich und ausnahmslos untersagt: Rassistische, gewalttätige, Gewalt verherrlichende, politisch extremistische, sexistische, diskriminierende oder in sonstiger Weise anstößige oder anzügliche oder gegen Jugendschutzgesetze verstoßende Inhalte. Zudem sind solche Inhalte untersagt, die einzelne Personen, Personen- oder Volksgruppen, religiöse Ansichten oder Unternehmen beleidigen, verleumden, bedrohen, diskriminieren oder in sonstiger Weise unwürdig darstellen oder herabsetzen.
- Ebenfalls nicht zulässig sind pornografische Inhalte und Motive sowie Nacktaufnahmen, jegliche Darstellungen von körperlicher und sexueller Gewalt, Gewalttaten, Kriegshandlungen sowie Darstellungen von Opfern von Gewalt, Kriegen oder Naturkatastrophen.
- Des Weiteren dürfen Anzeigen keine verfassungsfeindlichen oder verfassungswidrigen Motive, Symbole oder Inhalte enthalten. Anzeigen dürfen darüber hinaus keine Inhalte in Bezug auf oder in Verbindung mit Waffen sowie Ausrüstungen für Spionage und Überwachung enthalten sowie Phishinglinks, oder getarnte Software (Malware) enthalten.
- Anzeigen dürfen nicht dazu aufrufen, wettbewerbswidrige Handlungen vorzunehmen oder zu fördern. Progressive Kundenwerbung wie Ketten-, Schneeball- oder Pyramidensysteme sowie Inhalte zur Durchführung, Bewerbung und Förderung von Strukturvertriebsmaßnahmen wie Multi-Level-Marketing oder Multi-Level-Network-Marketing sind ausdrücklich untersagt.

4. Ausschlusskunden

- Anzeigen können jederzeit abgelehnt werden, wenn sie für folgende Inhalte werben:
 - Direkte Bewerbung sozialer Netzwerke und Jobportale
 - Gesetzes- oder sittenwidrige Angebote oder indizierte Produkte
 - Netzwerk-Marketing (Network-Marketing, Multi-Level-Marketing, Empfehlungsmarketing, Strukturvertriebe, Schneeballsysteme)
 - Affiliate oder AdSense Marketing und Systeme
 - Redirect-Anbieter / Redirection-Services (ohne ersichtlichen Ziellink)
 - Erotik-, Flirt- und Dating-Dienste bzw. -portale
 - Shopbetreiber die nicht zum allgemeinen XING-Kontext passen
 - Petitionen aller Art
 - Politische Werbung *: „Politische Werbung“ die Ausarbeitung, Platzierung, Förderung, Veröffentlichung, Zustellung oder Verbreitung einer Botschaft mithilfe eines beliebigen Mittels, die in der Regel gegen Entgelt oder im Rahmen interner Tätigkeiten oder als Teil einer politischen Werbekampagne erfolgt,
 - durch oder für einen politischen Akteur oder in seinem Namen, es sei denn, sie ist rein privater oder rein kommerzieller Natur; oder
 - die geeignet und darauf ausgerichtet ist, das Ergebnis einer Wahl oder eines Referendums, ein Abstimmungsverhalten oder einen Rechtsetzungs- oder Regulierungsprozess auf Unionsebene oder auf nationaler, regionaler oder lokaler Ebene zu beeinflussen;
- und die Folgendes nicht einschließt:
- Mitteilungen aus amtlichen Quellen der Mitgliedstaaten oder der Union, die sich ausschließlich auf die Organisation und die Modalitäten der Teilnahme an Wahlen oder Referenden, einschließlich der Bekanntgabe von Kandidaturen oder Referendumsvorlagen, oder die Förderung der Teilnahme an Wahlen oder Referenden beziehen;
 - öffentliche Kommunikation, mit der die Öffentlichkeit durch, für oder im Namen einer Behörde eines Mitgliedstaates oder durch die, für die oder im Namen der der Union, einschließlich durch, für oder im Namen von Mitgliedern der Regierung eines Mitgliedstaates, offiziell informiert werden soll, sofern sie nicht geeignet und darauf ausgerichtet ist, das Ergebnis einer Wahl oder eines Referendums, das Abstimmungsverhalten oder einen Rechtsetzungs- oder Regulierungsprozess zu beeinflussen; sowie
 - die Vorstellung von Kandidaten in bestimmten öffentlichen Räumen oder in den Medien, die gesetzlich ausdrücklich vorgesehen ist und unentgeltlich unter Wahrung der Gleichbehandlung der Kandidaten erfolgt;

* Bitte beachten Sie Verordnung (EU) 2024/900 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 13. März 2024 über die Transparenz und das Targeting politischer Werbung

5. Sprache

- Anzeigen müssen in einem angemessenen sprachlichen Stil verfasst werden. Insbesondere ist ein obszöner, vulgärer oder aufhetzender Sprachstil untersagt.
- Texte in Anzeigen müssen vollständige Sätze oder Wortgruppen enthalten, die der deutschen bzw. englischen Rechtschreibung entsprechen und deren Inhalt sich dem Leser sofort erschließt.
- Anzeigentexte müssen daher korrekte Groß- und Kleinschreibung, korrekte Zeichensetzung und korrekten Satzbau enthalten. Entspricht der Anzeigentext einem Slogan oder einem vergleichbaren Teil der Kommunikation des Werbetreibenden, kann im Einzelnen von den in diesem Punkt beschriebenen Vorgaben abgewichen werden.

6. Verlinkungen

- Jede Anzeige muss entweder innerhalb von XING auf das beworbene Produkt oder extern auf eine funktionierende, dem Stand der Technik entsprechende Website verlinken.
- Weiterleitungen auf Websites sind unzulässig, wenn der Inhaber der Website keine vorherige Zustimmung dazu gegeben hat. Zudem ist es untersagt, durch die Verlinkung Pop-Ups oder vergleichbare Anwendungen zu öffnen oder automatische Downloads zu aktivieren. Die verlinkte Website darf die Funktionsweise des Nutzer-Browsers nicht beeinträchtigen.
- Es ist untersagt, die Rückkehr von der verlinkten Website auf die zuvor geöffnete Website (Anzeige im Sinne der Herkunfts-Website) zu verhindern bzw. zu behindern. Zudem muss gewährleistet sein, dass die verlinkte Website vom Nutzer auf gängige und bekannte Weise jederzeit geschlossen werden kann.
- Die Verwendung von Tracking-Services wie Doubleclick oder vergleichbaren Services ist explizit erlaubt, so lange die Ziel-URL für den Kunden ersichtlich bleibt.

Kontakt

Sie möchten zielgenau und erfolgreich werben?

Sie möchten XING-Mitglieder mit einem besonderen Angebot erreichen und dabei das Budget frei bestimmen?

Dann ist XING genau der richtige Partner für Sie.

Selber Anzeigen schalten: www.xing.com/anzeigen

Sie haben Fragen?

Schicken Sie uns eine Mail an
werben@xing.com

Oder rufen uns an unter

+49 40 419 131 562*

Für weitere Informationen zu Möglichkeiten des Bewerben Ihres Produkts auf XING besuchen Sie werben.xing.com

New Work SE
Baumwall 7
20459 Hamburg
Deutschland