

Richtlinien für offizielle XING-Events

Event Experience

- > Das Hauptanliegen der offiziellen XING-Events ist Networking. Offizielle XING-Events bieten XING-Mitgliedern die Möglichkeit, ihre Beziehungen untereinander zu stärken, neue Leute kennenzulernen und Nicht-Mitgliedern das XING-Netzwerk vorzustellen.
- > Offizielle XING-Events dürfen weder politische noch religiöse Hintergründe oder Inhalte haben.
- > Offizielle XING-Events stehen unter dem Motto: Persönliches zählt - Geschäftliches ergibt sich.
- > Offizielle XING-Events stehen allen XING-Mitgliedern und potenziellen Neumitgliedern offen.
- > Jedes offizielle XING-Event muss einer Ambassador-Gruppe oder anderen offiziellen XING-Gruppe direkt zugeordnet sein.

Event Branding

- > Offizielle XING-Events müssen den Namen "XING" im Event-Titel enthalten und auf der XING-Website unter der Kategorie "Offizielle XING-Events" veröffentlicht werden.
- > XING muss als Marke mit seinem Namen und dem Logo bei jedem offiziellen XING-Event präsent sein. Das dazu benötigte Material wird von XING zur Verfügung gestellt.
- > Präsenz auf Druckmitteln zur Bewerbung des Events: XING wird mit Logo als erster Partner genannt. Es dürfen andere Partner / Sponsoren genannt werden.
- > Alle Materialien und Dokumente, die das XING-Logo tragen, müssen von der XING Marketing-Abteilung im Voraus genehmigt werden.

Event Partnerschaften

Offizielle XING-Events können zusammen mit Sponsoren oder Partnern veranstaltet werden, wenn die folgenden Umstände zutreffen:

- > Das Event darf nie in eine Verkaufsveranstaltung umgewandelt werden - Hauptschwerpunkt des Events ist immer Networking.
- > Der Verkauf oder die Werbung für Produkte, Dienstleistungen oder einen Partner / Sponsor dominiert weder das Programm noch den Aufbau des Events.
- > Wenn Produkte des Sponsors am Event eingesetzt werden, dürfen Angebote für diese an die Mitglieder kommuniziert werden. Das Produkt darf auf dem Event aber nicht aktiv verkauft werden (ausgenommen sind Gastronomie-Produkte). Sponsoren / Partner dürfen während der Veranstaltung keine Dienstleistungen verkaufen. XING behält sich im Einzelfall das Recht vor, die Genehmigung für Sponsoring von XING-Events aufgrund der Aktivitäten, des Ansehens oder des Rufes des jeweiligen Sponsors zu verweigern.
- > XING ist auf Werbemitteln für das Event mit Logo präsent, muss jedoch nicht an erster Stelle genannt werden.

Ausnahmen zu diesen Regeln sind möglich, müssen jedoch mit XING explizit abgesprochen werden.