



15 Jahre Xing Ambassador Community Verpackung

„Wir bringen die Branche virtuell zusammen“

Vor nunmehr 15 Jahren entstand die heutige Xing Ambassador Community Verpackung.
Bild: Andreas Prott + art-nata – stock.adobe.com

Es ist nun bereits eineinhalb Dekaden her, da erblickte erstmals eine Gruppe zum Thema Verpackung das Licht der digitalen Xing-Welt. Mittlerweile zur Ambassador-Gruppe erhoben, wurden mehr als 6.700 Beiträge gepostet und diese auch eifrig kommentiert. Zum Jubiläum finden Sie hier ein kleines Interview mit Michael Dosch, Geschäftsführer der Beratungsgesellschaft Knox und Gründer der Xing-Gruppe.

neue verpackung: Herr Dosch, Ihre Xing-Ambassador-Gruppe Verpackung ist mittlerweile 15 Jahre alt – und damit nur zwei Jahre jünger als Xing selbst. Mit welcher Intension haben Sie die Gruppe damals gegründet?

Michael Dosch: Ja, vor ziemlich genau 15 Jahren habe ich die erste Gruppe für Verpackung in Xing, damals noch Open BC, gegründet. Ziel war es, Verpackungsspezialisten eine Möglichkeit zu geben, digital in Kontakt zu treten und sich miteinander auszutauschen. In den ersten Monaten nach der Gründung entwickelten sich die Mitgliederzahlen eher träge, da wir wohl viel zu früh den Start der Gruppe gewagt hatten. Für viele war das Internet noch nicht der zentrale Angelpunkt der Kommunikation, und Portale wie Xing waren noch nicht in der breiten Masse etabliert. Stellen Sie sich vor, zur Grün-

dung der Gruppe kam gerade das erste I-Phone auf den Markt, und Angela Merkel wurde Kanzlerin.

neue verpackung: Im Digitalbereich gilt ja oft „the winner takes it all“ – und mit mehr als 11.000 Mitgliedern kann man Ihre Gruppe wohl als dominierende Kraft in Sachen Verpackung auf Xing bezeichnen. Was war hierfür aus Ihrer Sicht ausschlaggebend? Gab es ein bestimmtes Ereignis oder einen bestimmten Faktor, die den Ball so richtig ins Rollen gebracht hatten?

Dosch: Ich denke, ein entscheidender Faktor des Erfolges ist es, dass das Netzwerk beständig und langfristig den Gruppenmitgliedern sowohl eine Kommunikationsplattform im Internet als auch auf Messen und bei sogenannten Packaging-Treffs in unterschiedlichsten

Städten anbietet. Ebenso finden Mitglieder der Gruppe es sehr spannend, sich auch mal mit Spezialisten aus anderen Bereichen unserer Branche auszutauschen. Wenn ich die eher klassischen Verbände anschau, sind die meisten sehr auf einen Teil unserer Branche, in der Regel eine Verpackungsart, spezialisiert – seien es Folien, Kunststoff- oder Metallverpackungen. Dazu kam, dass wir im Jahre 2011 von Xing offiziell zur Ambassador-Gruppe für die Verpackungsbranche ernannt wurden. Die Gruppe wird seitdem offiziell von Xing beworben, und die Zahl der Gruppenteilnehmer stieg im Laufe der Jahre stetig weiter.

neue verpackung: Wer ist eigentlich ein typisches Mitglied der Gruppe, aus welcher Ebene im Unternehmen kommen die Personen?

Dosch: Im Gegensatz zu den klassischen Verbänden ist in der Gruppe jeder herzlich willkommen, wenn er beruflich mit dem Thema Verpackung zu tun hat. Gerade dieses breite Spektrum der Mitglieder macht das Netzwerk und dessen Veranstaltungen so einzigartig. In den letzten Jahren zeigte sich auch, dass alle Altersstufen und Ebenen an den Events Interesse haben. Oft sitzt der Student in lockerer Runde neben einem alten Hasen unserer Branche. Schon so manche Kooperation fand ihren Anfang in unserer Verpackungs-Runde...

neue verpackung: Gab es in den vergangenen 15 Jahren etwas wie einen roten Faden, der sich durch die Diskussionen gezogen hat?

Dosch: Derzeit steht das Thema Nachhaltigkeit weit oben in den Diskussionen. Da unsere Branche aber so breit gefächert ist, hat jedes Teilsegment zeitweilig ein anderes Hauptthema. Die einen diskutieren über Recycling, die anderen über Digitaldruck und die Auswirkungen der digitalen Wirtschaft.

neue verpackung: Wo nun seit vielen Monaten die klassischen physischen Kontaktpunkte ausfallen mussten: Welche Auswirkungen hatte der Lockdown auf die Dynamik der Gruppe?

Dosch: Im Jahr 2020 konnten wir noch zwei Treffs am Anfang des Jahres organisieren. Danach konzentrierte sich die Kommunikation auf den digitalen Raum innerhalb der Gruppe. Manchmal ist ein Rückschlag ja auch gut, um neue Konzepte zu erarbeiten. Sobald sich die Situation wieder entspannt, werden wir die Gruppe mit einer etwas modifizierten Strategie weiter in eine spannende Zukunft führen.

neue verpackung: Um den Blick zurück durch einen Blick nach vorne zu ergänzen: Wie viele Mitglieder hat die Gruppe in 15 Jahren? Und welche Meilensteine haben Sie sich, abgesehen von bestimmten Mitgliederzahlen, sonst noch vorgenommen?

Dosch: Willy Brandt sagte mal: „Der beste Weg, die Zukunft vorauszusagen, ist, sie zu gestalten.“ Ziel ist es, die Gruppe so zu entwickeln, dass Sie noch mehr zum zentralen Knotenpunkt unserer Branche wird. Wenn ich die letzten 15 Jahre zurückblicke, hat sich schon unglaublich viel verändert, und wir können sicher davon ausgehen,



Michael Dosch, Geschäftsführer der Beratungsgesellschaft Knox.

dass in den nächsten Jahren die digitale netzwerkbasierende Kommunikation nochmals drastisch zunimmt und ihre Bedeutsamkeit nicht mehr wegzudenken ist. Nichtsdestotrotz sucht der Mensch auch den persönlichen Austausch, und auch wir blicken der Zeit entgegen, wenn wir wieder regionale Events in Deutschland, Österreich und der Schweiz ermöglichen können. Bis dahin – und darüber hinaus – bringen wir die Branche virtuell zusammen. Und das vielleicht auch mit neuen Formaten, an denen wir arbeiten. Wer auf dem Laufenden bleiben will oder auch sich selbst einbringen will, ist in der Xing-Gruppe jederzeit herzlich willkommen. ●

Zur Gründung der Gruppe kam gerade das erste I-Phone auf den Markt, und Angela Merkel wurde Kanzlerin.

Die Fragen stellte Philip Bittermann, Chefredakteur neue verpackung und Mitglied der Xing Ambassador Community Verpackung

Über Knox

Knox ist eine Unternehmens- und Personalberatungsgesellschaft, deren Engagement der Verpackungs- und Druckindustrie gilt, sei es in der Produktion, im Handel oder im Dienstleistungsbereich. Das Team von Knox berät seit mehr als zehn Jahren in Deutschland, Europa und

darüber hinaus Unternehmen in diesem Branchenumfeld bei strategischen Herausforderungen, insbesondere auch durch die umfangreiche Betreuung und den erfolgreichen Abschluss von Unternehmenstransaktionen.