



moin

Portfolio

leonie theißen

Content



- 1. **Evolution image language XING**
- 2. **Jobs-Netzwerk campaign (B2C & B2B)**
- 3. **Seasonal campaign**
- 4. **Winning over the young'uns (Fair)**
- 5. **Rebranding B2B formats**
- 6. **Editorial**
- 7. **Smaller projects**
- 8. **Speaking/ Hosting**
- 9. **Illustration**

ahoy

1.1 Evolution image language



Right at the beginning the XING image language poses a challenge. It's comprised of random stock photos and very much represents the old working world: stiff, formal, colour-less, artificial, aloof.

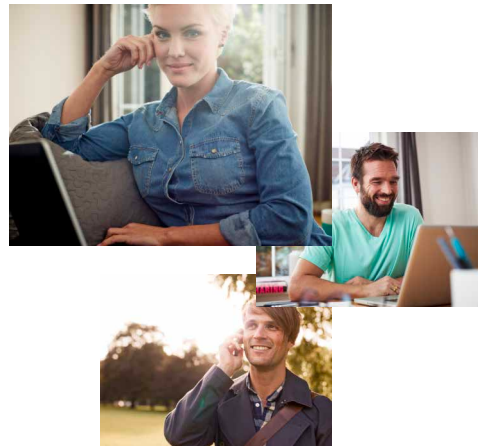
Due to my eCommerce background I have supported the very first pool shoot (2013) in order to achieve a much needed update to the brand image language: Casual instead of tie and suit, with locations wherever modern work actually happens.

From 2016 on I conduct photo shoots myself including planning, briefing, casting, stakeholder management, styling briefs and art direction while also overseeing the post production. The goal is to showcase the lived reality of professionals in all aspects of life with authenticity and simply likeable.

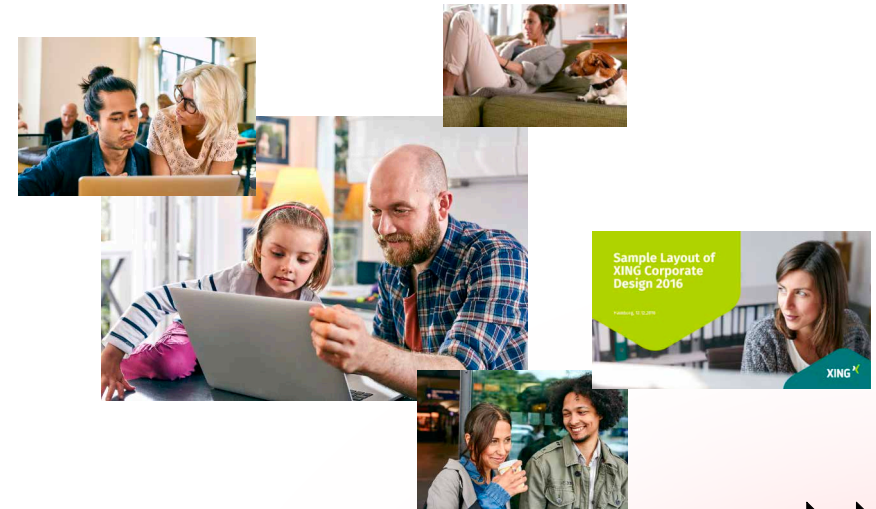
before



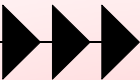
2012



2013



2016



1.2 Evolution image language

With a brand refresh a new corporate design comes up. For this I develop a new image language that takes our brand personality to the next level: bright, approachable, diverse, with vibrant splashes of colour and a high depth of field to bring an antidote to the prevalent highly polished stock image look in focussing strongly on authenticity and immediacy.

With this also comes a stronger focus on storytelling.

For this look I'm conducting a pool shoot and work with image agencies to create a bespoke brand stock pool.

User surveys show a clear preference for the new material.

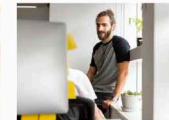
The brightly lit clarity works perfectly with the new design assets.



High depth of field without any special effects

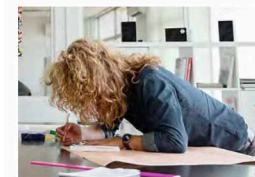
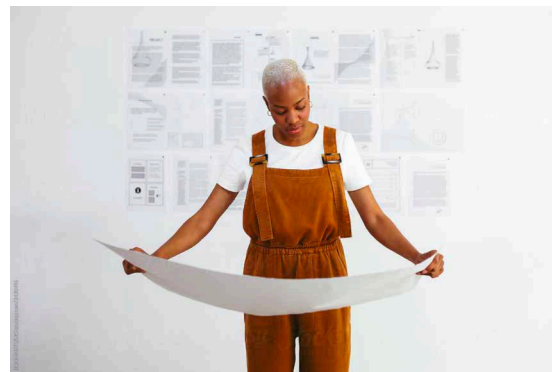


Image sequences for more storytelling

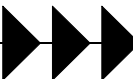


Bright with splashes of colour

Authentic, diverse, likeable, positive energy



2020



1.3 Evolution image language

The XING brand gets a strategic repositioning. With this comes a radical rejuvenation of the design. For this we need an image language that can keep up with the colourful, contrast-rich palette and the cheeky design elements.

Another challenge is to get our marketing teams ready for action fast and cost-effectively, in order to bring the perception shift on the road immediately. For this I create a curated stock image pool that assures brand consistency.

After an exploration phase with user surveys I arrive at an image language that utilises strong portraits which turn our users into the heroes of their own careers. Colourful, diverse, with strong personalities, enthusiastic but most of all: without the bullshit.



Colours

„lime, mint, purple & friends“

„no filter“

„contrasts & vibrancy“

Cast & Styling

„confident“

„authenticity“

„diversity“

„no obvious styling“

Poses & Composition

„no artificial posing“

„center stage for personality“

„look alive“

„storytelling“

Attitude

„energetic“

„positive“

„fluid“

„lifelike“



2024

2. Jobs-Netzwerk campaign (B2C & B2B)

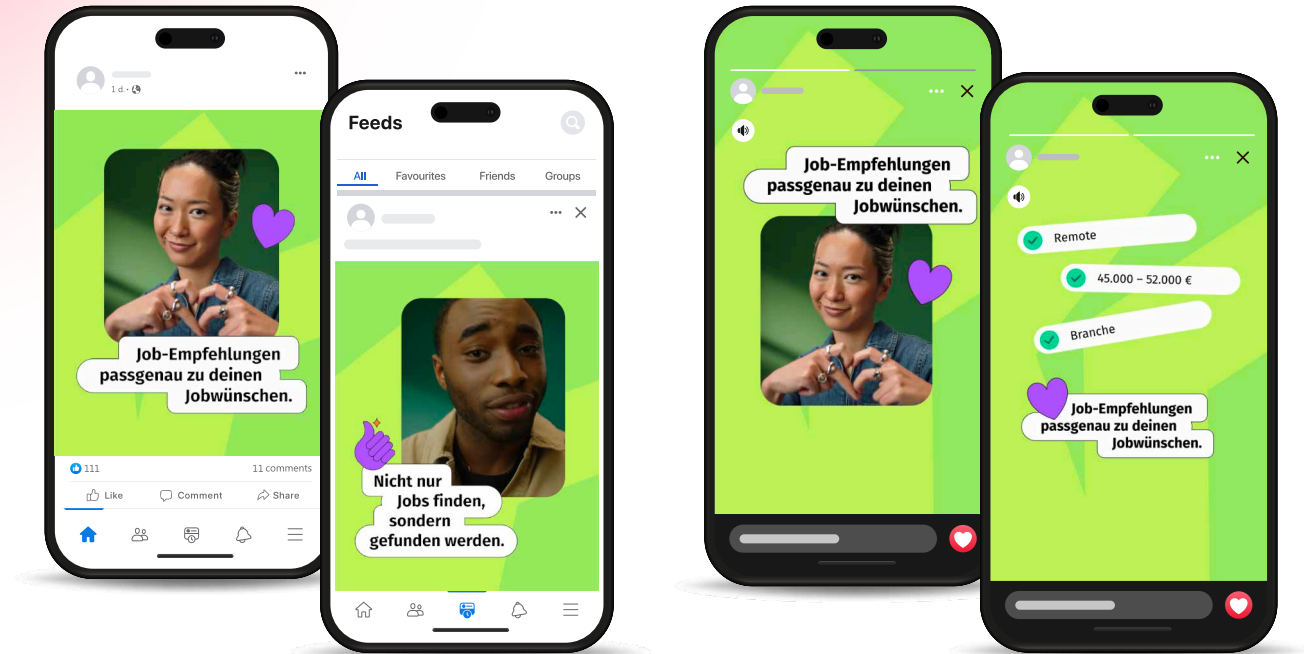
XING as repositioned itself on the market, from a traditional professional network to a jobs platform under the new work movement banner that stands for exactly one thing: Finding jobs (B2C) and finding talents (B2B).

The claim "XING — Das Jobs-Netzwerk" (XING, the jobs network) is the umbrella for a twin campaign with a new, fresh and most of all approachable look that aims to clearly communicate to job seekers and recruiters:

XING has changed! Less of the jabbering and the ego stroking more of what matters: perfectly matching jobs and talents.

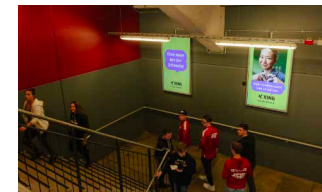


2.1 Jobs-Netzwerk campaign (B2C)



For the B2C segment we launched a 360° campaign including TV, online spots, wurden neben den TV und Online-Spots social media posts, paid social and content material.

In addition we incorporated our sponsoring for the Baller League. By branding the live stream as well as the event hall we told the mainly younger audience (16 - 27yo) about the XING fresh up and to raise awareness on all things job search.



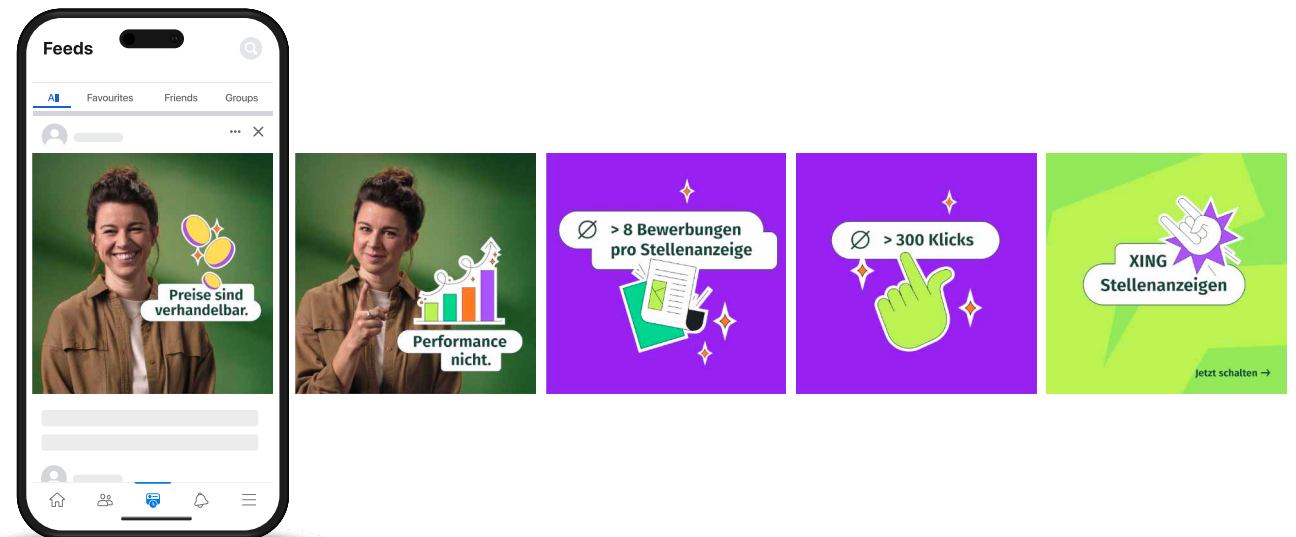
2.2 Jobs-Netzwerk campaign (B2B)



The twin campaign for the B2B segment focusses especially on online marketing, social media and paid social extension.

The visuals are picking up the TV spots and visually align with the B2C campaign, albeit with a stronger focus on performance optimisation and lead generation.

The consistency throughout both campaign strengthens the message: XING is the go-to address for both sides of the job market.



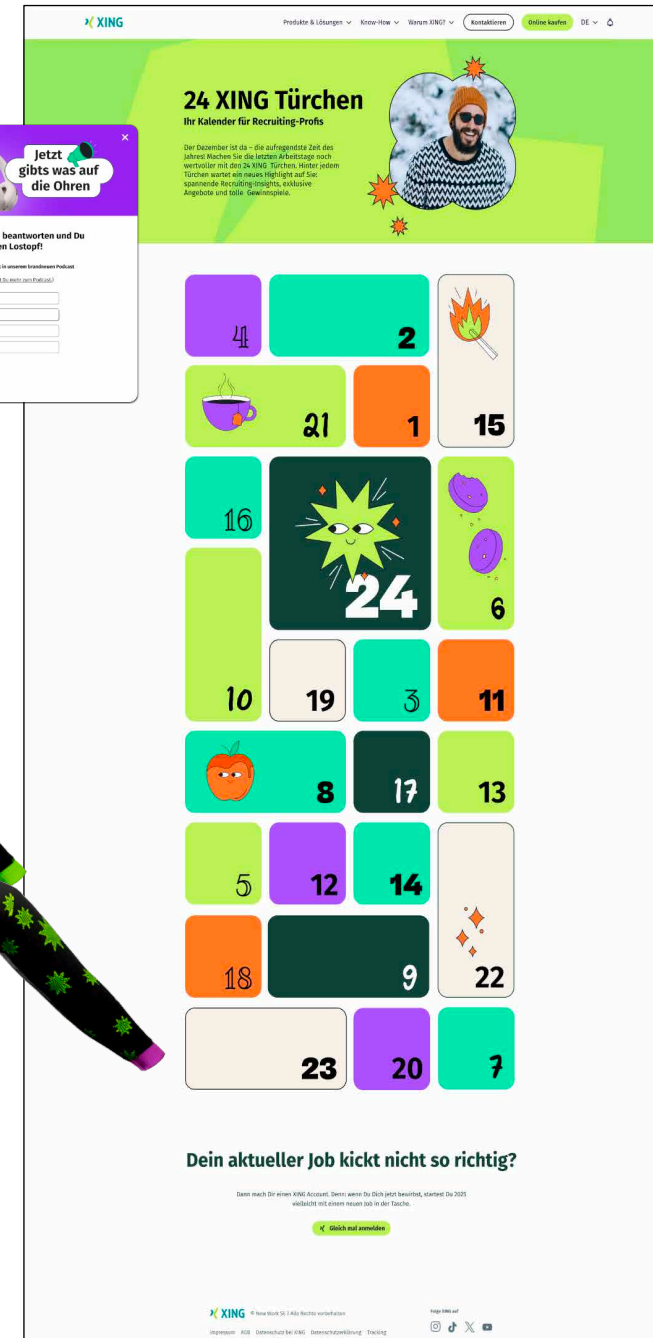
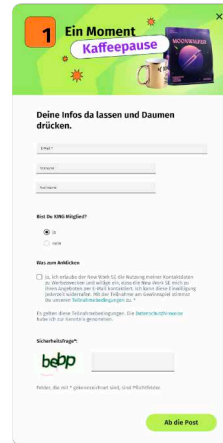
3. Seasonal campaign (B2C & B2B)



Just before the winter break we're dealing out the christmas spirit. Prize draws, memes and tips on how to navigate christmas time at the office are to be discovered behind the doors. Each tailor-made to fit the interests of the respective target audience, B2C users and B2B customers in fun and exciting ways.

My job was concept and design of both the website and the calendar iFrame and handover to the development agency, as well as quality assurance, UI of the door overlays and matching campaign assets.

And under my supervision my junior designer has designed two incredibly charming ugly christmas sweaters for the main prize, I think.



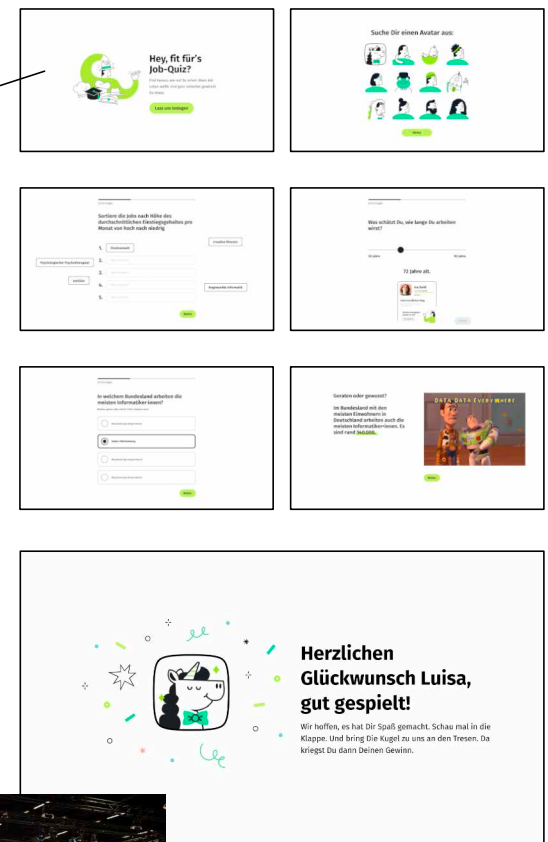
4. Winning over the young'uns (Fairs)

XING has a strong interest in students as a target audience and is using job fairs to address young talents. It's important to hit the right notes with a mixture of tips for entry level jobs, prize draws and interactive games without being cringe.

But most importantly we needed to turn around the preconception that XING is just for well-established professionals. For this I design event material, digital ads, merchandise and building signage.

But one of the elements was a particular joy to create: a retro style game console that lets students learn facts about the job market and how XING can help them in a fun and immersive way. And of course, there was swag to win, too.

For this I design the console and the game interface as well as the surrounding communication material. Since then the consoles are being brought along to each new student fair.



5. Rebranding B2B formats

The B2B brand onlyfy is being strategically re-merged with the XING brand, which from then on is serving both sides of the job market (job search and recruiting).

This means that all CRM assets under the umbrella of the New Hiring Academy need to be rebranded, starting with the New Hiring Academy logo and the redesign of all ad templates.

Up until then the templates used the onlyfy brand palette pretty much at random. After comprehensive conversations with the B2B marketing team I decide to map specific looks and formats to the respective steps in the customer funnel:

See (Awareness, first contact)



Think (share knowledge, build connections)



Do (Onboarding, product introductions)



Care (Customer success management)

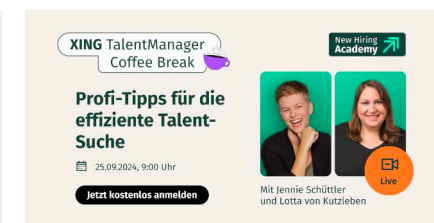
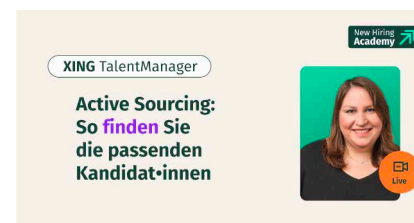
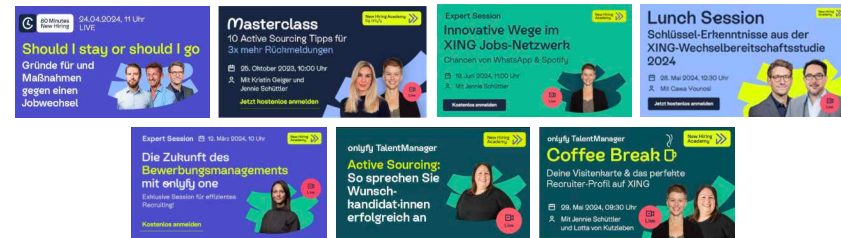
1. See
Grabbing the attention

2. Think
Focus on content

3. Do
Visuals connecting to the product

4. Care
Smooth upskilling for existing customers

onlyfy assets



6.1 Editorial

(Print magazine)



In 2024 XING was going to enter the recruiting fair "Zukunft Personal" with a bang. Bringing with them our first print magazine for recruiters:

HIRE. Packed with compelling, interesting and entertaining content that all have the same message: XING knows recruiting, we know your daily business, we speak your language.

My aim for the design was: loud, delicious and immersive. Clearly a XING vehicle but with its own editorial flavour that moves away from advertorial content.

You can download a digital copy here: <https://recruiting.xing.com/de/downloads/hire-magazin-e-paper/>

Here you can find a short interview with me on the topic (in German): <https://new-work.se/en/career/lets-talk-about-brand-with-leonie>



6.2 Editorial

(Digital)



Erfolgreicher Vertrieb auf XING

In fünf Schritten zur perfekten Kontaktaufnahme mit XING ProBusiness.



Kalkquise gehört selten zu den Lieblingsaufgaben eines Vertrieblers. Mit XING wird Ihre Vertriebsarbeit effizienter und die Suche nach dem perfekten Ansprechpartner noch einfacher – auch die Resonanzquote von 15 bis 50 % spricht für sich.

Aber wie sollen Bestands- und Neukunden über XING angesprochen werden und wie finden Sie diese überhaupt? Passende Leads sind die Grundlage für erfolgreichen Vertrieb, dazu muss der perfekte Ansprechpartner aber erst einmal identifiziert und überzeugend kontaktiert werden.

Optimieren Sie die Formulierungen Ihrer Kontaktaufnahme und finden Sie unter über 18 Millionen XING Mitgliedern schnell und einfach genau den richtigen Kontakt für Ihr Anliegen. Die Erstsprache ist die wichtigste Basis für eine erfolgreiche Kundenbeziehung. Lernen Sie in den folgenden fünf Tipps, worauf es beim Verfassen einer Nachricht ankommt und warum das Timing der Kontaktaufnahme eine so wichtige Rolle spielt. Wir zeigen Ihnen, wie eine korrekte Anfrage im besten Fall aussieht.

1/10 XING ProBusiness

Welche Recruiting-Methode passt zu mir?

Für jede Recruiting-Challenge die richtige Methode - mit dem XING Wegweiser



Whitepapers tailored to customer interests are an important acquisition and retention tool for the B2B segment.

These are two examples of the last 5 years (before and after the design update).

On the left is a whitepaper extension from the 1st edition of the HIRE magazine (see previous page).

Schritt 1 Das Fundament

Die passenden Ansprechpartner identifizieren

Bevor Sie eine Kontaktaufnahme anstoßen, sollten Sie sich zunächst mit dem Unternehmen auseinandersetzen. Ein Blick auf die Website, LinkedIn oder andere Kanäle kann Ihnen wertvolle Informationen liefern. Achten Sie auf die Größe des Unternehmens, die Branche und die Unternehmenskultur. Dies hilft Ihnen, die richtigen Ansprechpartner zu identifizieren.

Tipps für die Umsetzung: Nutzen Sie die Suchfunktion von XING, um nach Mitarbeitern mit bestimmten Fähigkeiten oder Titeln zu suchen. Achten Sie auf die Profilangaben der Mitarbeiter, um herauszufinden, ob sie mit Ihrem Unternehmen zusammenhängen.

Schritt 2 Personalisierung der Anfrage

Wichtig ist, dass die Anfrage persönlich und auf den Empfänger zugeschnitten ist. Vermeiden Sie generische, kopierte Nachrichten. Zeigen Sie, dass Sie sich mit dem Unternehmen und dem Empfänger auseinandergesetzt haben.

Tipps für die Umsetzung: Erwähnen Sie spezifische Details aus dem Profil des Empfängers oder aus den Unternehmensnews. Zeigen Sie, wie Ihr Unternehmen oder Ihre Dienstleistung mit den Interessen des Empfängers übereinstimmt.

Schritt 4 Richtiger Aufbau der Kontaktaufnahme

Die Struktur Ihrer Nachricht ist entscheidend für den Erfolg. Eine klare, prägnante und freundliche Formulierung ist das Fundament für eine erfolgreiche Kontaktaufnahme.

1. Vorstellung: Begrüßen Sie den Empfänger und stellen Sie sich kurz vor.

2. Pitch: Kurze, prägnante Beschreibung Ihres Unternehmens oder Ihrer Dienstleistung.

3. Call-to-Action: Klare Aufforderung zum Handeln, z.B. ein Gespräch oder eine Präsentation.

4. Next Steps: Festlegung der nächsten Schritte und Zeitpunkte.

Schritt 5 Richtiges Nachfassen

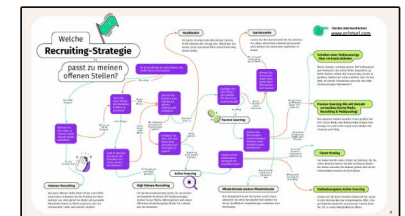
Ein Follow-up ist ein wichtiger Bestandteil der Kontaktaufnahme. Es zeigt Ihr Interesse und Ihre Geduld. Achten Sie auf das Timing und die Formulierung des Nachfassens.

Tipps für die Umsetzung: Warten Sie einige Tage, bevor Sie nachfassen. Seien Sie freundlich und verständnisvoll. Bieten Sie weitere Informationen an, falls erforderlich.

Editorial

Recruiting-Magazine sind ein wichtiges Instrument für Unternehmen, um sich als Arbeitgeber zu präsentieren. Sie bieten eine Plattform, um die Unternehmenskultur, die Arbeitsbedingungen und die Karrierechancen zu kommunizieren.

Tipps für die Umsetzung: Machen Sie das Magazin attraktiv und leicht lesbar. Nutzen Sie hochwertige Bilder und Texte. Bieten Sie konkrete Informationen und Tipps für Bewerber an.



Internes Recruiting

Internes Recruiting ist eine Methode, bei der neue Mitarbeiter aus der bestehenden Belegschaft rekrutiert werden. Es hat viele Vorteile, wie z.B. geringere Kosten und höhere Loyalität.

Vorteile von internem Recruiting:

- Keine Einstellungsanzeigen
- Keine Kosten für die Werbung
- Keine Kosten für die Einarbeitung
- Keine Kosten für die Schulung
- Keine Kosten für die Integration

Nachteile von internem Recruiting:

- Keine neue Ideen und Perspektiven
- Keine neue Fähigkeiten und Kenntnisse
- Keine neue Motivation und Engagement
- Keine neue Kultur und Werte
- Keine neue Strukturen und Prozesse

Mitarbeitende werben Mitarbeitende

Mitarbeiter sind eine wichtige Quelle für neue Talente. Durch gezielte Maßnahmen können Sie Ihre Belegschaft vergrößern und die Qualität der Mitarbeiter verbessern.

Vorteile von Mitarbeitenden-Programmen:

- Keine Einstellungsanzeigen
- Keine Kosten für die Werbung
- Keine Kosten für die Einarbeitung
- Keine Kosten für die Schulung
- Keine Kosten für die Integration

Nachteile von Mitarbeitenden-Programmen:

- Keine neuen Ideen und Perspektiven
- Keine neuen Fähigkeiten und Kenntnisse
- Keine neue Motivation und Engagement
- Keine neue Kultur und Werte
- Keine neuen Strukturen und Prozesse

XING Recruiting-Lösungen für den schönsten Moment im Arbeitsleben!

XING bietet eine Vielzahl von Recruiting-Lösungen, die Ihnen helfen, die besten Talente für Ihr Unternehmen zu finden. Von der Identifizierung der richtigen Kandidaten bis zur finalen Einstellung.

Leistungsversprechen:

- Keine Einstellungsanzeigen
- Keine Kosten für die Werbung
- Keine Kosten für die Einarbeitung
- Keine Kosten für die Schulung
- Keine Kosten für die Integration

Kontakt, Links & Impressum

Alle Informationen zum Kontakt, den Links und das Impressum sind hier zu finden. Bitte beachten Sie, dass die Informationen nur für den persönlichen Gebrauch bestimmt sind.

Kontakt:

Telefon: +49 (0) 201 123 4567
E-Mail: info@xing.com
Web: www.xing.com

Links:

LinkedIn: linkedin.com/company/xing
Facebook: facebook.com/xing
Twitter: twitter.com/xing

Impressum:

XING AG
Königsplatz 1
40226 Düsseldorf
Deutschland

7.1.1 Smaller projects

(Branding general practitioner)



Pictures from the photo shoot with real staff members and patients



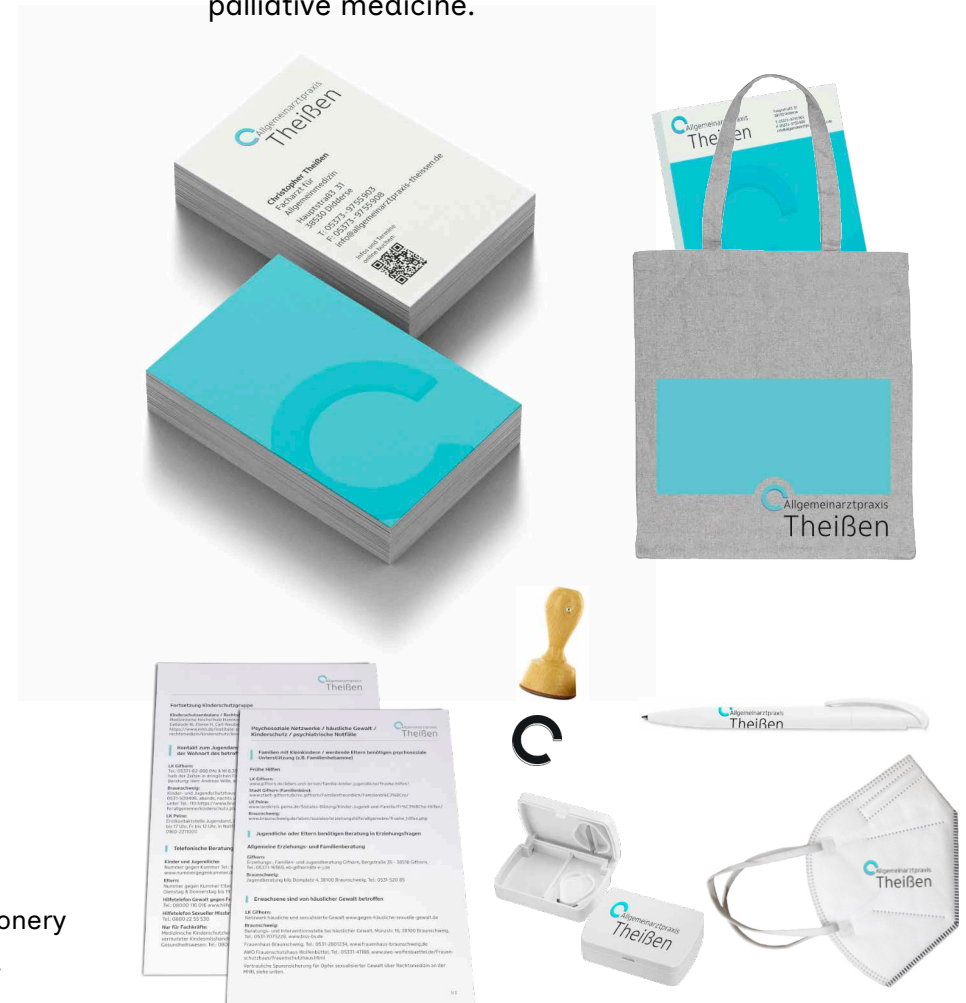
Illustrations for the patient screen

A nice side challenge: my brother has opened a general practice for which I create the entire branding, including logo, stationery, a photo shoot, merchandise and the patient room waiting screens.

_holistic
_open
_layered
_fresh

Allgemeinartzpraxis Theißen

Three logo colours uniting his three competence fields: general practice, flight medicine and palliative medicine.



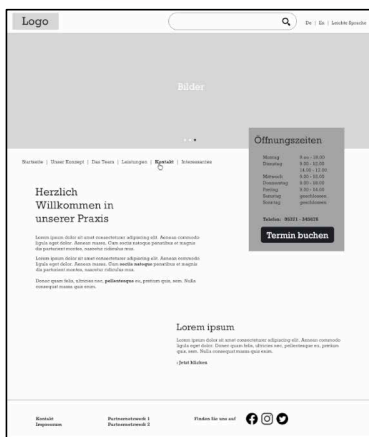
Branded stationery and patient giveaways for the opening



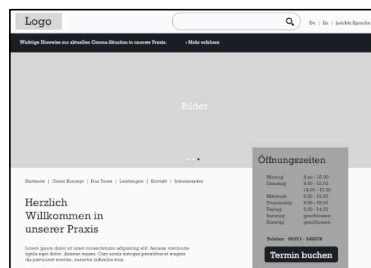
7.1.2 Smaller projects

(Website general practice)

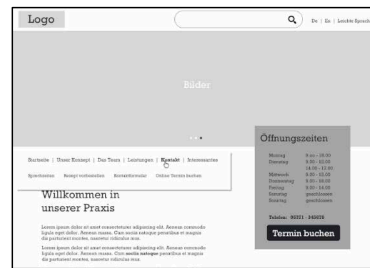
Wireframe Desktop view



with notification



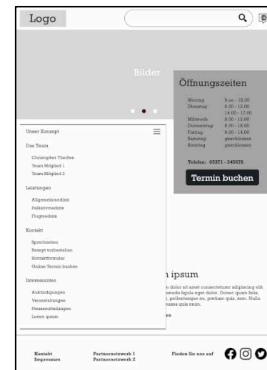
Navigation



Wireframe Tablet view



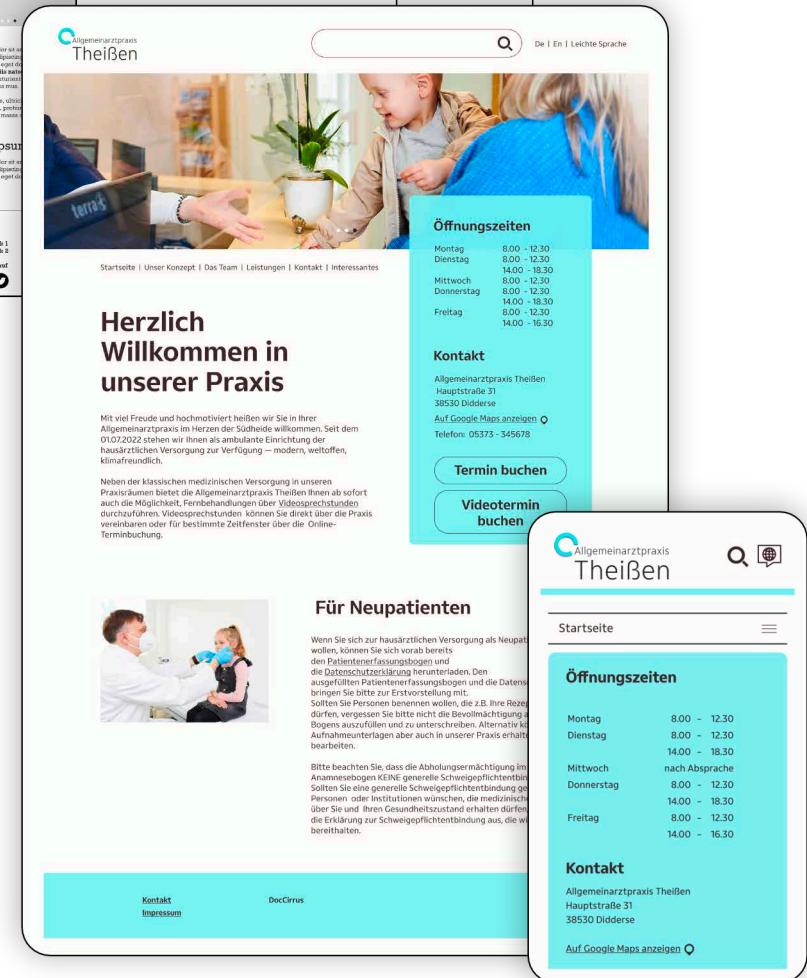
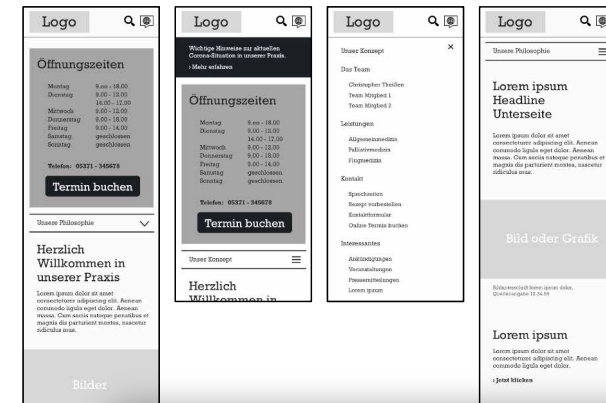
Navigation



For the general practice of my brother I have conceived and designed a website and collaborated with a frontend developer. It is still WIP since some areas are yet to be set up incrementally.

Finished start page layout

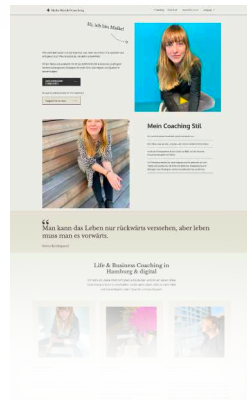
Wireframe Mobile view with a focus of quick access to the most important information



7.2 Smaller projects

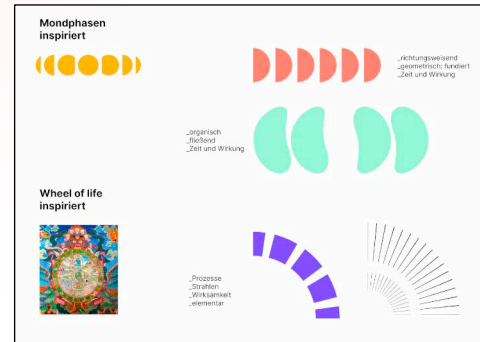
(Branding leadership coach, WIP)

Old website

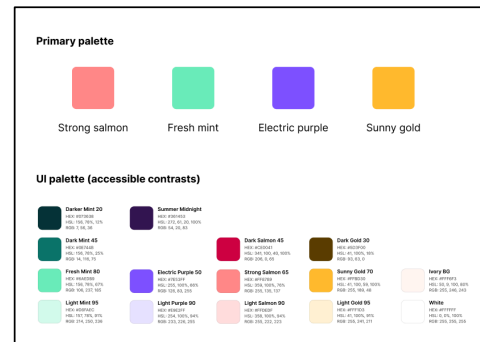


Maïke Wendel is a life and career coach with long years of experience. Her goal is now to grow into the segment of leadership coaching. For this she needs a modern, powerful and fresh branding that reflects her personality and her methods. While Maïke looks at life in a holistic manner, the new online presence needs to mainly showcase her clarity, power and competence.

For this I have started developing a bespoke, modular corporate design and presented some first looks on solutions.



Brand Shape Set



Colours

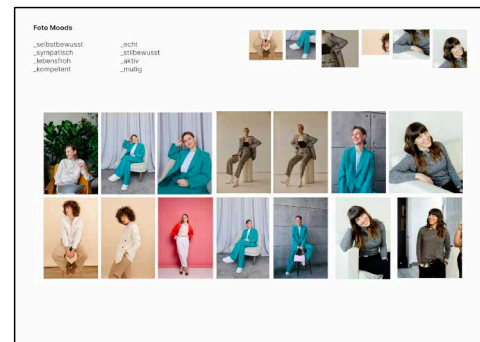
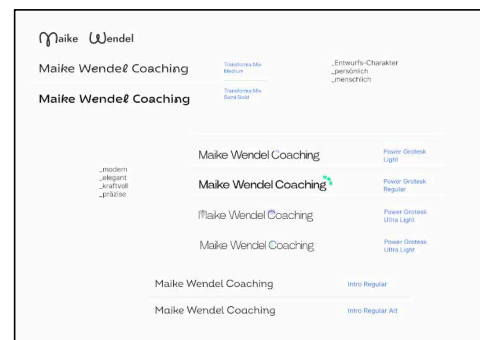
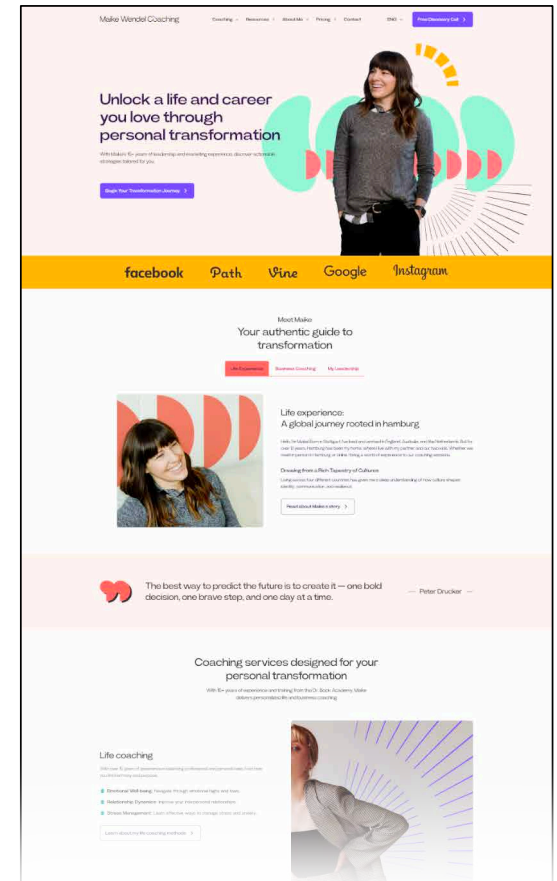


Image style and framing

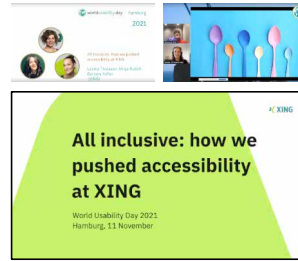


First drafts on logos



First draft on new website

8. Speaking & Hosting



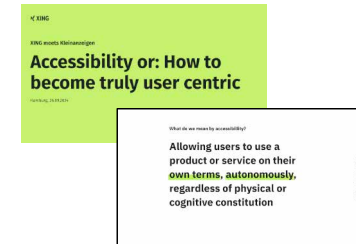
WUD HH



Empathy Circle Training



UX Camp Main Sponsor



Kleinanzeigen Remote Workshop



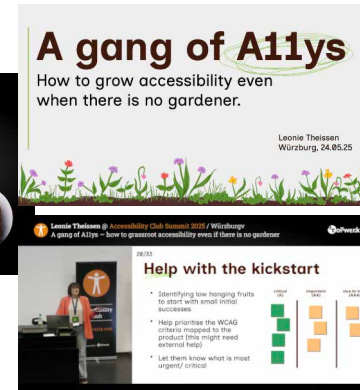
TRKKN Exploration Meetup



New Work Creative workshop (ca. 50 participants)



Accessibility Club Summit



Here are some examples of talks and workshops I have held, created and facilitated:

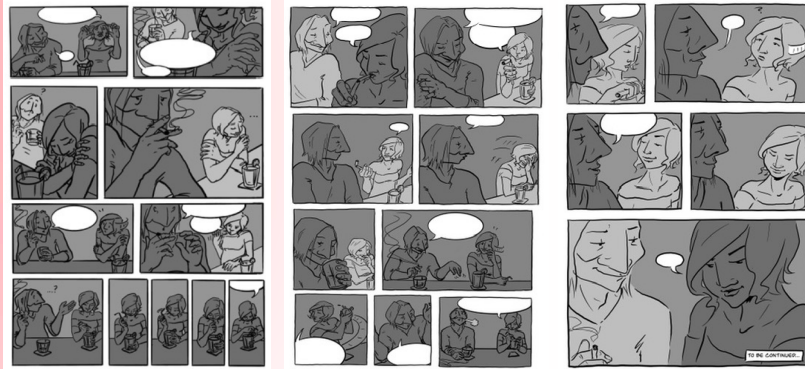
Speaking:

- World Usability Day Hamburg 2021 (Accessibility)
- UX Camp Hamburg 2023 (Sponsor Representation)
- TRKKN Exploration Meetup April 2025 (Accessibility)
- Accessibility Club Summit 2025 (Accessibility)

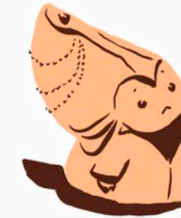
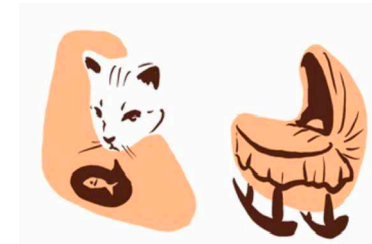
Workshop Hosting:

- XING UX Summit 2022 („Empathy Circle Training“)
- MOIA Design Bites 2023 („Empathy Circle Training“)
- Kleinanzeigen Teamworkshop 2023 (Accessibility)
- New Work Culture Days 2024 (Kreativworkshop)

9. Illustration



Private Comic project,
forever a WIP :)



Shapes



Current hobby project
"Barrieria", a browser
based escape game to
learn about
accessibility.

The team consists of a
web designer, a game
developer and me
providing illustrations.



Thank
you
see ya