



Wie man Bill Clinton nach Deutschland holt

Networking für Fortgeschrittene
Von Hermann Scherer
Campus © 2006, 216 Seiten

Fokus

Führung & Management
Strategie
Marketing & Verkauf
Finanzen
Personalwesen
IT, Produktion & Logistik
▶ **Karriere**
KMU
Wirtschaft & Politik
Branchen
Regionen
Verwandte Themen

Take-Aways

- Networking ist die Fähigkeit, Kontakte so zu nutzen und zu pflegen, dass beide Seiten profitieren.
- Networking steht im Mittelpunkt des zukünftigen gesellschaftlichen und ökonomischen Lebens.
- Wenn Sie anderen bei der Problemlösung helfen, werden Sie zum Knotenpunkt in Ihrem Netzwerk und bekommen Informationen, die wiederum Ihnen helfen.
- Lassen Sie sich zur Pflege Ihrer Kontakte etwas einfallen: Treffen Sie sich in der Mittagspause, zum Angeln, Golfen oder zum sonntäglichen Brunch.
- Legen Sie sich einen „magischen Satz“ zurecht, mit dem Sie sich interessanten Menschen vorstellen und den Gesprächseinstieg schaffen.
- Wer einen neuen Kontakt geknüpft hat, sollte das Gespräch umgehend nachbereiten, Notizen machen und möglichst am nächsten Tag eine Rückmeldung geben.
- Nutzen Sie sowohl traditionelle (Berufsverband, Studentenverbindung) als auch virtuelle Netzwerke (Internetplattform).
- Bauen Sie ein Experten-Image auf und bieten Sie Problemlösungen: Dann kommen die Menschen auf Sie zu und Ihr Netzwerk knüpft sich wie von selbst.
- Erobern Sie die Bühne derjenigen, die bereits Zugang zu Ihrer Zielgruppe haben.
- Die Networking-Krone gebührt demjenigen, der Kooperationen eingetht, die nicht nur Erleichterungen bringen, sondern Nutzen potenzieren.

Rating (bester Wert: 10)

Gesamt-Rating	Umsetzbarkeit	Innovationsgrad	Stil
8	9	6	8

Um Abstracts, Abonnements oder Firmenlösungen zu erwerben, besuchen Sie bitte unsere Homepage www.getAbstract.com oder rufen Sie uns an in unserem Büro in der Schweiz (+41 41 367 5151) oder in den USA (+1 954 359 4070). getAbstract bewertet Wissen und publiziert Buchzusammenfassungen via Internet. Die vollständige redaktionelle Verantwortung für alle Komponenten des Abstracts liegt bei getAbstract. Alle Rechte vorbehalten. Auszüge aus dem Buch mit der Genehmigung des Verlages. Das Urheberrecht am Buch verbleibt beim bisherigen Rechteinhaber. Kein Teil des Abstracts darf ohne schriftliche Genehmigung der getAbstract AG (Schweiz) in irgendeiner Form reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder weiterverschickt werden.

Relevanz

Das lernen Sie

Nach der Lektüre dieses Abstracts wissen Sie: 1) wie Sie Kontakte knüpfen und pflegen, 2) wie Sie bereits bestehende Netzwerke nutzen und ausbauen und 3) wie Sie durch Kooperationen die Königsklasse des Networking erreichen.

Empfehlung

Manche Leute bringen es fertig, egal zu welchem Anlass immer wieder genau die richtige Telefonnummer aus dem Ärmel zu schütteln, um sich einen kompetenten Rat zu holen, eine wichtige Information zu erhalten oder eine üblicherweise verschlossene Tür zu öffnen. Diese Leute sind exzellente Networker. Sie wissen, wie man sich durch Kontakte das Leben erleichtert. Die notwendigen Strategien, wie man sich zu solcher Meisterschaft in Sachen „Vitamin B“ aufschwingt, verrät Hermann Scherer in seinem kurzweiligen Buch mit vielen Praxisbeispielen und launigen Anekdoten. Auch wenn man nicht gerade plant, Bill Clinton am kommenden Samstag zum Abendessen einzuladen: Ohne ein sinnvoll geknüpft und gut funktionierendes Netzwerk, in dem es nicht ums schmarotzerhafte Ausnutzen, sondern um gemeinsamen Nutzen geht, lässt sich heute beruflich wie privat kaum noch ein Blumentopf gewinnen. Deshalb legt *getAbstract* dieses Buch allen ans Herz, die es im Kontaktknüpfen zur Meisterschaft bringen wollen.

Abstract

Networking ist Austausch, nicht Ausbeutung

Beziehungen zu nutzen ist keineswegs eine neue Erfindung. Nur war diese Praktik früher eher verpönt und als „Vitamin B“ und „Vetternwirtschaft“ gebrandmarkt. Obwohl das Netzwerken schon immer erfolgsträchtig war, hat man allenfalls hinter vorgehaltener Hand darüber gesprochen. Inzwischen gilt Networking als absolut gesellschaftsfähig, und wer hier ein gutes Händchen hat, für den wird aus der Karriereleiter schnell ein Karriereaufzug. Auch Personalverantwortliche entscheiden heute nicht mehr allein nach Leistung, sie schauen zu 60% (und mehr) darauf, ob und wie nutzbringend jemand Kontakte und Beziehungen pflegt.

Ein guter Networker ist aber kein Ausbeuter. Erfolgreiches Networking funktioniert auf Dauer nur, wenn beide Seiten etwas davon haben. Sie dürfen also nicht nur dastehen und die Hände aufhalten, Sie müssen auch bereit sein, etwas zu geben, sodass schlussendlich beide Seiten einen Vorteil sehen. Dabei eignet sich Networking für die Kommunikation im privaten Bereich ebenso wie im beruflichen Alltag. Trendforscher gehen sogar so weit, dass sie ein generelles Networking-Muss voraussagen, will man sich in Zukunft nicht gänzlich vom gesellschaftlichen wie ökonomischen Leben abkapseln.

Die Grundlagen erfolgreichen Netzwerkers sollte eigentlich jeder beherrschen: Reden und Zuhören. Egal wo Sie sind, was Sie tun und wer Ihr Gegenüber ist – stellen Sie Ihre Antenne auf Empfang, betreiben Sie Smalltalk und speichern Sie so viele Informationen über andere, wie Sie nur können. Die Frage, was der ein oder andere für Sie tun kann, stellen Sie zunächst ganz in den Hintergrund: Was das konkret sein kann, zeigt sich oftmals erst sehr viel später. Überlegen Sie vielmehr, wie Sie sich selbst, Ihr Wissen,

„Networking ist heute eine im Geschäftsleben völlig akzeptierte Technik und hat nichts zu tun mit Geklüngel.“

„Das Interessante am Networking ist, dass wir es ohnehin alle tun – die Frage ist nur, wie intensiv und wie strategisch wir dabei vorgehen.“

„Die Basis für Networking sind – schlicht und ergreifend – menschliche Beziehungen.“

„Sie werden letztlich erfolgreicher sein, wenn Sie Networking zunächst als Selbstzweck betrachten und keine konkreten Ziele im Hinterkopf verfolgen.“

„Während andere nach dem Mittagessen zur Zigarette greifen, greife ich zum Handy und führe mindestens ein Telefonat mit einem Menschen aus meinem Netzwerk beziehungsweise mit einem, den ich gerne in meinem Netzwerk hätte.“

„Eine Vielzahl von Preisen wird deshalb verliehen, um mit Menschen Kontakt aufzunehmen, mit denen man sonst nicht oder zumindest nicht so intensiv in Verbindung käme.“

Ihre Beziehungen und Ihre Fähigkeiten einbringen können. Wer anderen bei der Lösung ihrer Probleme hilft, macht sich in seinem Netzwerk zu einer Art Knotenpunkt, an dem Informationen zusammenlaufen, die wiederum für neue Kontakte wichtig sind. Auf lange Sicht nutzt das allen im Netzwerk. Auch deshalb ist es gar nicht nötig, für einen Tipp oder einen Dienst unmittelbar eine Gegenleistung zu erwarten. Die Gelegenheit zur Revanche kommt früher oder später ganz von allein. Das Geniale an Kommunikation ist aber nicht nur, dass man das erfährt, wonach man sucht, sondern ganz zufällig die Lösung für ein ganz anderes Problem finden kann. „Serendipity“ (etwa: glücklicher Zufall) nennt man dieses Phänomen.

Kontakte pflegen heißt ständig am Ball bleiben

Gute Vorsätze allein genügen nicht; wer sein Netzwerk am Leben erhalten will, muss es kontinuierlich pflegen. Das fängt damit an, dass Sie Namen und Adressen speichern, z. B. auf Karteikarten, besser aber in einer Datenbank. Alles, was an Informationen dazukommt, wird hier vermerkt und ist im Bedarfsfall sofort abrufbar. Der zweite wichtige Schritt ist, den Kontakt zu halten, also sich immer wieder zu melden, telefonisch, per Mail oder mit einem Brief – natürlich ohne dem anderen auf die Nerven zu gehen oder aufdringlich zu wirken. Je wichtiger eine Person in Ihrem Netzwerk ist, umso regelmäßiger sollten Sie sich mit ihr treffen, sei es zur gemeinsamen Mittagspause, zum Angeln, Golfen oder zum sonntäglichen Brunch.

Diejenigen aus Ihrem Netzwerk, die Sie nicht täglich, wöchentlich oder monatlich treffen, dürfen Sie dennoch nicht vergessen. Es gibt genügend Anlässe, sich bei ihnen ins Gedächtnis zu rufen, vom Geburtstag über Weihnachten, Ostern und Valentinstag bis hin zu selbst kreierte Festtagen, wie z. B. dem Jahrestag Ihrer Zusammenarbeit. Schwieriger ist es oft, an die entscheidenden Kontakte überhaupt erst dranzukommen. Aber auch dafür gibt es Strategien:

- **Clubbing:** Als Mitglied in Verbänden, Vereinen und Clubs können Sie relativ einfach Kontakte knüpfen und sich selbst und Ihre Ideen ins Gespräch bringen.
- **Dreier-Brief:** Schicken Sie z. B. einen Angebotsbrief an drei Entscheider innerhalb eines Unternehmens (und vermerken Sie das auch auf den Briefen). Keiner traut sich dann, den Brief gleich in den Papierkorb zu werfen, und die Wahrscheinlichkeit, dass sich einer von den dreien meldet, ist deutlich größer.
- **Preisverleihung:** Verleihen Sie eine Auszeichnung – und suchen Sie sich diejenigen als Preisträger aus, die Sie gerne kennen lernen möchten.
- **Um Rat fragen:** Was spricht dagegen, denjenigen, den Sie in Ihr Netzwerk hineinknüpfen möchten, als Experten zu einem Thema um einen Rat zu fragen?
- **Big Event:** Es mag zwar teuer sein, aber wer einen tollen Event plant und ein hochkarätiges „Zugpferd“ dafür verpflichtet, dem bieten sich viele andere kostenlos an, weil sie auch dabei sein wollen.

Zur richtigen Zeit am richtigen Ort

Jede Veranstaltung ist eine Kontaktbörse. Gehen Sie genau dorthin, wo auch die Leute anwesend sind, die Sie kennen lernen möchten. Kommen Sie weder zu spät noch im unpassenden Outfit: Ein schlechter erster Eindruck lässt sich nicht mehr korrigieren. Stehen Sie nun nicht schweigend in einer Ecke, sondern gehen Sie offen auf die Men-

„Informieren Sie sich am besten bei Kollegen, Bekannten und Geschäftspartnern über empfehlenswerte Netzwerke in Ihrer Region und über mögliche spannende Veranstaltungen.“

„Für viele steckt die größte Hürde im Gesprächseinstieg. Auf der Suche nach einem intelligenten Start lassen sie dann womöglich das ganze Vorhaben fallen.“

„Für ein gelungenes Nachspiel habe ich einen Laptop mit UMTS-Karte. So kann ich meist am gleichen Tag, Abend oder noch in der Nacht besprochene Dinge bestätigen, in die Wege leiten oder Angebote versenden.“

„Die neuen Formen der Netzwerke funktionieren ähnlich wie virtuelle Partnerbörsen, nur dass sich die Angebote ausschließlich an Geschäftsleute richten.“

schen zu, stellen Sie sich und Ihre Tätigkeit mit einem „magischen Satz“, den Sie sich zu Hause überlegt haben, vor. Seien Sie dann gewappnet, um bei Nachfragen innerhalb von Sekunden gerade so viel von sich zu erzählen, dass Ihr Gesprächspartner Interesse daran findet und neugierig wird.

Der Einstieg in ein Gespräch fällt nicht jedem leicht. Wenn Sie keine bahnbrechende Aussage parat haben, mit der Sie Ihr Gegenüber auf sich aufmerksam machen, tut es eine ganz einfache, nette Bemerkung auch, gefolgt von ein wenig Smalltalk. Suchen Sie dabei nach gemeinsamen Interessen, bauen Sie dann das Gespräch aus – und lassen Sie auch Ihren Gesprächspartner zu Wort kommen. Reden und Zuhören sollte sich also in etwa die Waage halten. Beißen Sie sich nicht in das Gespräch fest, 20 Minuten sind genug, dann widmen Sie sich anderen interessanten Gästen.

Wenn Sie nach einer Veranstaltung nach Hause kommen, bereiten Sie Ihre Gespräche möglichst umgehend nach, auch wenn Sie erschöpft sind. Man glaubt zwar, sich alles merken zu können, aber es ist sehr peinlich, wenn Sie später Hans Müller von der Personalabteilung eine Einladung zum Golfen schicken, mit besten Grüßen an seine Gattin, und es stellt sich heraus, dass er Heinz Meier heißt, in der Marketingabteilung arbeitet, Tennis spielt und unverheiratet ist. Das ist ebenso unprofessionell wie sich erst so spät wieder zu melden, dass z. B. die Hauszeitschrift, für die Sie eine hervorragende Druckerei gewusst hätten, längst fertig ist. Dagegen beweisen Sie echte Klasse, wenn Ihr Gesprächspartner bereits am nächsten Morgen eine Mail von Ihnen vorfindet, in der Sie sich bedanken oder ihm das zukommen lassen, was für ihn wichtig ist.

Bestehende Netzwerke: Bewährtes nutzen

Bevor Sie sich mühsam ein eigenes Netzwerk aus dem Boden stampfen, ist es nicht verkehrt, das zu nutzen, was längst Bestand hat. Finden Sie zunächst heraus, wo Sie am besten aufgehoben sind: in einem traditionellen Netzwerk (z. B. Berufsverband, Studentenverbindung, Business-Club) oder in einem virtuellen Netzwerk, das Kontakte auf einer Internetplattform bietet? Beider Vorteil ist es, dass Sie auf ein bereits funktionierendes Netzwerk zurückgreifen können und vom Tag Ihres Beitritts an über alle darin vorhandenen Kontakte verfügen. Das spart eine Menge Arbeit.

Zu traditionellen Netzwerken ist es allerdings mitunter schwierig, Eintritt zu erhalten – gerade die exklusiven Clubs bleiben halt gerne exklusiv –, was Sie aber nicht davon abhalten sollte, sich zu bewerben. Eine vielleicht ungewöhnliche, aber dadurch Erfolg versprechende Idee wäre es, Ihr soziales Engagement anzubieten und z. B. den Erlös einer Tombola dem Club zu spenden. Auf jeden Fall müssen Sie für ein traditionelles Netzwerk wie z. B. die Rotarier Zeit und Geld aufwenden, bei den Veranstaltungen präsent sein und Aufgaben übernehmen.

Beim virtuellen Netzwerk haben Sie die Wahl zwischen offenen Systemen mit mehr Möglichkeiten und geschlossenen Systemen mit mehr Sicherheit. Das virtuelle Netzwerk kostet Sie weniger Zeit. Allerdings: Engagieren müssen Sie sich hier wie dort. Wirklich sinnvoll für Ihr berufliches Weiterkommen ist es, die beiden Netzwerksysteme kombiniert zu nutzen und sie als zweite und dritte Stufe hinter der persönlichen Kontaktpflege anzusiedeln.

Werden Sie ein gefragter Experte

Es muss nicht sein, dass Sie auf einem Gebiet alles wissen – es reicht, wenn die anderen das Gefühl haben, dass es so wäre. Natürlich dürfen Sie nicht als Schaumschläger auftreten, Sie müssen schon wirkliche Lösungen parat haben und diese eben auch ent-

„Sie lösen erfolgreich ein Problem, und – schwupps – haben Sie das nächste Problem auf dem Tisch und immer so weiter, bis Sie genau auf diesem Gebiet zum absoluten Experten avancieren, an dem niemand mehr vorbeikommt.“

„Um Kooperationspotenziale zu entdecken, empfiehlt es sich, die eigenen Probleme oder die von Kunden geschilderten Schwierigkeiten zu untersuchen.“

sprechend verkaufen. Setzen Sie sich und Ihre Leistungen ins rechte Licht, damit Sie als Experte auf Ihrem Gebiet anerkannt werden. Das Schöne daran: Die Kontakte kommen künftig von selbst auf Sie zu, man wird Sie einladen, um Rat und Hilfe fragen und Ihr Können weiterempfehlen. So baut sich Ihr Netzwerk weiter aus. Nun mag es schwierig scheinen, sich aus der Masse derer hervorzuheben, die mit guten Leistungen um Anerkennung bei Vorgesetzten und Kunden buhlen. Wer schlau ist, sucht sich deshalb – im übertragenen Sinne – seine eigene Bühne, auf der er seine Kompetenzen unter Beweis stellt. Dafür gibt es drei Möglichkeiten:

1. **Bühne besuchen:** Auch wenn andere bei Veranstaltungen im Rampenlicht stehen, können Sie die Gelegenheit nutzen, am Rand Kontakte zu knüpfen und Ihre eigenen Problemlösungen anzubieten.
2. **Bühne bauen:** Wer nicht warten will, bis man ihn als Redner oder zu einem Interview einlädt, der organisiert selbst einen Workshop, eine Talkrunde o. Ä., oder er bietet einer Zeitung, Zeitschrift oder dem Radio einen Artikel an.
3. **Bühnen erobern:** Wissen Sie, wer Ihre Zielgruppe bereits anspricht? Derjenige hat die Bühne also schon gebaut und somit ist es gleichsam der Königsweg, sie für Ihre Zwecke zu nutzen. Verwechseln Sie das nicht mit einer kriegerischen Attacke! Sie sollen sich lediglich z. B. als Vortragsredner anbieten und dabei dann Ihre Dienstleistung oder Ihr Produkt – ohne plump zu wirken – einfließen lassen.

Kooperationen beflügeln Ihr Netzwerk

Effektiver kann Networking nicht sein: Wenn Sie es schaffen, eine Kooperation aufzubauen, die für beide Seiten Nutzen bringt, beherrschen Sie die hohe Schule des Networking. Nicht jede Kooperation erfüllt aber diesen Anspruch: Es gehört viel Fingerspitzengefühl, ein wasserfester Vertrag und eine partnerschaftliche Organisationskultur dazu. Schließlich will man sich nicht gegenseitig ausbooten oder übervorteilen, sondern vom Erfolg des anderen profitieren. Deshalb gelingen Kooperationen durchaus auch mit der Konkurrenz, wie z. B. die Star Alliance zeigt, die der damalige Lufthansa-Vorstand Jürgen Weber (übrigens ohne Verträge) initiiert hat.

Die attraktivste Kooperation ist sicher die, bei der Sie einen Experten gewinnen, der die Kompetenz mitbringt, die Ihnen noch fehlt. So verbessern Sie Ihr Angebot und schaffen sich Zeit für Ihr Kerngeschäft. Eine andere Idee ist es, mit demjenigen zu kooperieren, der ein Folgeproblem löst, beispielsweise könnte eine selbstständige Hundefriseurin mit einer Hundepension zusammenarbeiten. Viele Unternehmen suchen sich auch einen Partner, der eine für sie interessante Zielgruppe anspricht, oder sie handeln Rabatte für ihre Kunden aus. Möglichkeiten gibt es viele. Denken Sie quer, bringen Sie Ihre Kreativität ein und profitieren Sie letztlich von einem Netzwerk, in dem alle für Sie hochkarätigen Namen enthalten sind.

Über den Autor

Hermann Scherer ist Business- und Networking-Experte. Sein Können auf diesem Gebiet stellte er 2001 unter Beweis, als er Bill Clinton zum ersten Mal nach dessen Amtszeit als Redner nach Deutschland holte. Scherer hält Vorträge zu den Themen Persönlicher Erfolg und Unternehmenserfolg und hat bereits mehrere Bücher veröffentlicht, u. a. *Ganz einfach verkaufen*.