

# PC Magazin

Unternehmensführung

10.01.2013

## Business Relationship Management

Der Aufbau und die Pflege tragfähiger Geschäftskontakte erfordert viel Zeit und Energie. Zehn wertvolle Expertentipps zeigen, wie es richtig funktioniert. von Barbara Liebermeister

Google-Anzeigen

[Effiziente Kundenakquise](#) [www.neukunden.com](http://www.neukunden.com)

Sichern Sie sich 14h geballtest Know-how zur Neukundenakquise.



Von nichts, kommt nichts – das gilt auch für das Networking. Denn nicht nur das Knüpfen von Kontakten, sondern auch deren Pflege erfordert sehr viel Zeit und persönliches Engagement. Deshalb geben wir Ihnen hier einige Tipps, worauf Sie beim **Business Relationship Management**, also beim systematischen Auf- und Ausbau Ihrer Geschäftsbeziehungen, achten sollten.

### Tipp 1: Nicht blind draufloskontakten

Der Begriff Business Relationship Management deutet es bereits an: Der Beziehungsaufbau und die Beziehungspflege im Business-Kontext ist nie zweckfrei. Vielmehr lautet das übergeordnete Ziel: Ihr Geschäft – und das Ihres **Netzwerkpartners** – soll hierdurch mittel- oder langfristig profitieren.

Analysieren Sie deshalb genau, bevor Sie mit dem Networken beginnen: Zu welchen Personen und Organisationen könnte sich ein Beziehungsaufbau direkt oder indirekt lohnen? Zum Beispiel, weil sie selbst lukrative Kunden werden könnten? Oder weil sie aufgrund ihres Netzwerks wichtige **Empfehlungsgeber** sein könnten? Oder weil ich von ihrem

**Know-how** profitieren könnte?

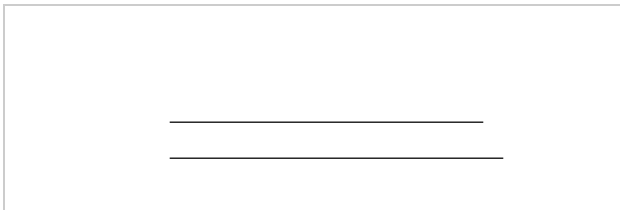
## Tipp 2: Weniger Masse, mehr Klasse

Aufbau und Pflege persönlicher Beziehungen kosten Zeit. Entsprechend wichtig ist es, nicht mit Gott und der Welt Beziehungen zu pflegen. Studien belegen: Zu mehr als 150 Menschen kann niemand intensive Beziehungen unterhalten. Mögen es im Einzelfall auch ein Dutzend mehr Kontakte sein, so bleibt doch die Tatsache bestehen: **Ihre Zeit ist begrenzt**. Investieren Sie diese lieber in wenige fruchtbare als viele unfruchtbare Kontakte.

Definieren Sie für sich Kriterien, anhand derer Sie entscheiden: Mit diesen Personen oder Organisationen will ich eine enge (Geschäfts-)Beziehung aufbauen und mit jenen nicht. Und überlegen Sie sich zum Beispiel vor und zu Beginn von Kongressen (anhand der Teilnehmerliste): Mit wem möchte ich warum Kontakt aufnehmen?

Sonst ist die Gefahr groß, dass Ihre neuen Kontakte **Zufallsbekanntschaften** sind, die Ihnen geschäftlich nichts nützen. Und haben Sie keine Angst davor, eine Kontaktanfrage – zum Beispiel via Xing – auch einmal abzulehnen. Denn auch für das Netzwerken in Social Media gilt: Nicht die Masse, sondern die Klasse der Kontakte macht's.

## Tipp 3: Zeit fürs Networking einplanen



Ein gutes Netzwerk fällt nicht vom Himmel. Sie müssen es sich erarbeiten. Beschließen Sie deshalb zum Beispiel: Künftig investiere ich zehn Prozent meiner Arbeitszeit in den Auf- und Ausbau von **Business-Kontakten**. Denn wer aus Zeitmangel nie ein Verbandstreffen besucht, kann dort auch keine Personen kennenlernen. Und wer Bekannte nie „einfach mal so“ anruft, besucht oder


einlädt, baut zu ihnen auch keine persönliche Beziehung auf. Im Gegenteil: Die Beziehung erkaltet mit der Zeit.

Dies gilt übrigens auch für **Stammkunden**. Auch diese sollten Sie öfter mal „anlasslos“ kontaktieren – und nicht nur, wenn eine Vertragsverlängerung ansteht. Denn sonst ist die Gefahr groß, dass zwischenzeitlich ein Mitbewerber eine immer engere Beziehung zu Ihrem Kunden aufbaut. Mit der Konsequenz: Sie sind Ihren Stammkunden irgendwann los.

## Tipp 4: Eine gute Vorbereitung ist das A und O

„Wie spreche ich die Person nur an?“ „Und worüber rede ich mit ihr?“ Das fragen sich Menschen oft, die jemand kontaktieren möchten – zum Beispiel auf einer Fachtagung. Dabei können die Kontaktaufnahme und Themenwahl ganz einfach sein, wenn Sie sich adäquat vorbereiten.

Angenommen, Ihre Zielperson ist Geschäftsführer einer mittelständischen Firma. Dann schauen Sie doch mal auf die **Firmenwebseite**: Wie präsentiert sich Ihre Zielperson dort? Wirkt sie für einen Geschäftsführer eher locker oder steif? Und steht auf der Webseite eventuell ihr Lebenslauf? Wenn nicht, sehen Sie nach bei Xing oder LinkedIn.

Und googeln Sie, was im Internet über Ihre Zielperson und sein [Unternehmen](#)  steht. Vielleicht hat sie ja Fachartikel geschrieben. Dann könnte ein Gesprächseinstieg sein: „Herr/Frau Meyer, vor Kurzem las ich einen Artikel von Ihnen zum Thema X in der Zeitung Y. Der hat mich sehr inspiriert, weil ...“ Ein solcher Gesprächseinstieg schmeichelt fast jedem, und schon ist das Eis gebrochen.

## Tipp 5: Wer gut drauf ist, kommt gut an

Bevor Sie jemanden persönlich kontaktieren, sollten Sie sich fragen: Bin ich überhaupt in der Stimmung dafür? Denn wenn Sie schlecht gelaunt sind und eigentlich keine Lust auf **Smalltalk** haben, dann spürt Ihr Gegenüber dies sofort – nicht nur anhand Ihrer (Körper-)Sprache. Besonders verräterisch sind Ihre Augen. Lassen Sie das Netzwerken also sein, wenn Sie nicht gut drauf sind.

Oder versetzen Sie sich zuvor in eine gute Stimmung. Zum Beispiel, indem Sie zwei, drei Minuten an ein schönes

Erlebnis denken. Beispielsweise an Ihren letzten Urlaub oder einen tollen geschäftlichen Erfolg. Dann verbessert sich auch Ihre Laune, und Sie gehen frohen Mutes auf andere Leute zu.

## Tipp 6: Wertschätzend kommunizieren

Denken Sie beim Netzwerken stets daran: Ziel ist nicht, kurzfristig einen Deal unter Dach und Fach zu bringen. Vielmehr geht es darum, tragfähige, auf **wechselseitige Wertschätzung** beruhende Beziehungen zu anderen Menschen aufzubauen. Das setzt voraus, dass Sie ein echtes Interesse an der Zielperson haben.

Ihre Hauptbotschaft sollte sein: „Ich finde Sie und das, was Sie tun, interessant.“ Diese Botschaft können Sie Ihrem Partner nicht vermitteln, wenn Sie fortwährend von sich und dem, was sie tun, erzählen. Hören Sie Ihrem Gesprächspartner zu, **stellen Sie weiterführende Fragen**. Und versuchen Sie Gemeinsamkeiten herzustellen. Zum Beispiel, indem Sie, wenn Ihr Partner von einer Erfahrung berichtet, sagen: „Das kenne ich auch. Auch ich war mal in der Situation.“

### Ratgeber: So organisieren Sie Smartphones und Tablets von Mitarbeitern

Und denken Sie daran: Jeder Mensch ist für Lob empfänglich. Sagen Sie deshalb, wenn Ihr Partner einen interessanten Gedanken äußert: „Das ist ein interessanter Aspekt. So habe ich die Sache noch nicht gesehen.“ Doch Vorsicht! **Werden Sie nicht zum plumpen Schmeichler**. Denn wichtig ist, dass Sie auf Augenhöhe kommunizieren. Schließlich wollen Sie ein attraktiver Partner sein. Das setzt voraus, dass Sie situationsabhängig auch Dinge von sich preisgeben.

Zum Beispiel, indem Sie sagen: „Als Vater zweier Kinder weiß ich, dass ...“ Oder: „In unserem Betrieb haben wir die Erfahrung gesammelt, dass ...“ Damit senden Sie an Ihren Gesprächspartner das Signal: Ich bin bereit, mich mit Ihnen über mehr als den letzten Vortrag zu unterhalten. Auf dieses Angebot kann Ihr Gegenüber, sofern gewünscht, eingehen, und Sie haben den Grundstein für ein Vertiefen des Kontaktes oder der Beziehung gelegt.

## Tipp 7: Erst geben, dann nehmen


Selbstverständlich geht es beim **Business Relationship Management** letztlich ums Geschäft. Doch überstürzen Sie nichts. Auch Geschäftsbeziehungen müssen wachsen. Und wer stets etwas will, aber selten etwas gibt, wirkt schnell unsympathisch. Damit andere Menschen zu Ihnen Vertrauen fassen, müssen Sie zu Vorleistungen bereit sein. Zum Beispiel, indem Sie im Gespräch Wissen preisgeben.

Angenommen Ihr Partner erzählt, er habe Probleme mit der Steuerung eines Projektes, dann können Sie erwidern: „Wir hatten dieses Problem auch. Da hat es sich bewährt ...“ Oder: „Haben Sie schon von der Methode X gehört? Die hat das Unternehmen Y vor einiger Zeit erfolgreich angewendet, um ...“ Und wenn Sie selbst keinen Rat wissen? Dann können Sie eventuell den Kontakt zu einer Person oder Organisation herstellen, die helfen kann. Durch solche Gefälligkeiten sammeln Sie **Pluspunkte**. Und Ihre Kontaktperson ist ebenfalls zunehmend zu solchen Gefälligkeiten bereit.

## Tipp 8: Kontakte mit System ausbauen

Ein Kontakt ist noch keine Beziehung. Erst aus vielen einzelnen Kontakten erwächst in der Regel eine tragfähige Beziehung. Das heißt: Einmal geknüpfte Kontakte sollten Sie pflegen, damit sie nicht erkalten. Das erfordert Zeit – Zeit, die Ihnen im Arbeitsalltag, wenn stets etwas Dringendes zu erledigen ist, schnell fehlt.

Entsprechend systematisch sollten Sie bei der Kontaktpflege und dem Beziehungsaufbau vorgehen. Tragen Sie also bei Personen, die Ihnen wichtig sind, zum Beispiel ein Jahr im Voraus alle zwei Monate im Kalender ein: „Müller anrufen“. Sonst ist, ehe Sie sich versehen, ein halbes Jahr verstrichen und der lauwarmer Kontakt ist wieder kalt. Und überlegen Sie sich, wie Sie sich den Ihnen wichtigen Personen **zwischenzeitlich immer wieder in Erinnerung bringen** können – ohne stets ein großes Event zu planen.

Dafür gibt es einfache Wege. Angenommen, Ihr Netzwerk-Partner ist Geschäftsführer eines IT-Unternehmens mit 50 Mitarbeitern, und Sie lesen in der Zeitung einen Artikel darüber, vor welchen Herausforderungen mittelständische [IT-Unternehmen](#)  stehen. Was spricht dann dagegen, diesen Artikel einzuscannen und dem Geschäftsführer zu mailen? Etwas mit einem kurzen Anschreiben wie: „Am Wochenende las ich in der Zeitung X den Artikel Y. Dabei musste

ich an Sie denken. Vielleicht enthält der Artikel ein, zwei Anregungen für Sie.“

Und schon haben Sie sich beim Gegenüber wieder in Erinnerung gebracht. Doch nicht nur dies! Sie haben sich auch einen Gesprächsaufhänger für ein mögliches Telefonat geschaffen, in dem Sie fragen: „Konnten Sie mit dem Artikel etwas anfangen?“

## Tipp 9: Kontakte vernetzen

Ein Netz ist keine Schnur, sondern es besteht aus vielen kreuz und quer miteinander verwobenen Fäden. Deshalb sollten Sie auch daran mitwirken, **Beziehungen zwischen Ihren Netzwerkpartnern** zu knüpfen. Angenommen, ein befreundeter Manager möchte die Webseite seines Unternehmens neu gestalten und wendet sich an Sie. Doch Sie bieten diese Leistung nicht an.

Was spricht dann dagegen, ihm einen Webdesigner zu empfehlen, mit dem Sie gute Erfahrungen gesammelt haben? Das Ergebnis: Zwei Personen sind Ihnen dankbar. Der Manager, weil er eine Empfehlung bekam, und der Webdesigner, weil Sie ihn bei einem potenziellen Kunden ins Gespräch brachten. Davon profitieren indirekt auch Sie. Denn beide werden sich irgendwann revanchieren. Sei es, indem Sie Ihnen ebenfalls einen Kontakt vermitteln oder Ihnen einen anderen Gefallen tun.

## Tipp 10: Regelmäßig ausmisten

Lassen Sie (Business-)Kontakte, die Ihnen nichts bringen, gezielt einschlafen. Denn auch das Pflegen solcher Kontakte kostet Zeit – Zeit, die Ihnen anschließend zum Auf- und Ausbau wirklich wertvoller Beziehungen fehlt.

---

			
<hr/>	<hr/>	<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>	<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>	<hr/>	<hr/>

---