



Barbara Liebermeister,
Leiterin des Instituts für
Führungskultur
im digitalen Zeitalter

Von nichts, kommt nichts

10 Tipps für das Networking im digitalen Zeitalter

Der Aufbau und die Pflege werthaltiger Geschäftsbeziehungen erfordert Zeit und Energie. Entsprechend systematisch sollten Unternehmer, Führungskräfte und Vertriebler beim Auf- und Ausbau ihres beruflichen Beziehungsnetzwerks vorgehen. Nicht nur das Knüpfen von Kontakten, sondern auch deren Pflege erfordert Zeit und Energie. Barbara Liebermeister, Leiterin des Frankfurter Instituts für Führungskultur im digitalen Zeitalter (IFIDZ) gibt hier einige Tipps, worauf beim systematischen Auf- und Ausbau von Geschäftsbeziehungen zu achten ist.

1. Planen

Nicht blind drauflos kontakten! Der Begriff Business Relationship Management deutet es an: Der Aufbau geschäftlicher Beziehungen und deren Pflege ist nie zweckfrei. Vielmehr lautet das übergeordnete Ziel: Ihr Geschäft - und das Ihres Netzwerkpartners - sollen davon profitieren. Analysieren Sie deshalb genau: Zu welchen Personen und Organisationen könnte sich ein Beziehungsaufbau lohnen? Zum Beispiel, weil sie lukrative Kunden werden könnten? Oder weil sie wichtige Empfehlungsgeber sein könnten? Oder weil sie über wertvolles Know-how verfügen?

2. Auswählen

Nicht Masse, sondern Klasse! Das Aufbauen und Pflegen von Beziehungen kostet Zeit. Deshalb ist es gerade im digitalen Zeitalter wichtig, sich nicht mit Gott und der Welt zu vernetzen. Studien belegen: Zu mehr als 150 Menschen kann niemand intensive Beziehungen unterhalten. Definieren Sie also Kriterien, anhand derer Sie entscheiden: Mit diesen Personen oder Organisationen will ich eine enge (Geschäfts-)Beziehung aufbauen und mit jenen nicht. Und lehnen Sie Kontaktforderungen, z.B. via Xing, Facebook oder LinkedIn, auch mal ab. Denn auch für das Netzwerken in

den Social Media gilt: Nicht die Masse, sondern die Klasse der Kontakte macht's.

3. Zeit investieren

Zeit fürs Networking einplanen! Ein gutes Netzwerk fällt nicht vom Himmel. Sie müssen es sich erarbeiten. Beschließen Sie deshalb z.B.: Künftig investiere ich 10 % meiner Arbeitszeit in den Auf- und Ausbau von Business-Kontakten. Wer Bekannte nie „einfach mal so“ anruft, besucht oder einlädt, baut zu ihnen keine persönliche Beziehung auf. Im Gegenteil: Die Beziehung erkaltet mit der Zeit. Dies gilt auch für Stammkunden. Auch diese sollten Sie nicht nur kontaktieren, wenn eine Vertragsverlängerung ansteht.

4. Vorbereiten

Eine gute Vorbereitung ist das A und O! „Wie spreche ich die Person an? Und worüber rede ich mit ihr?“ Das fragen sich Menschen oft, die jemanden kontaktieren möchten - z.B. auf einer Verbandstagung. Dabei ist die Kontaktaufnahme ganz einfach. Angenommen Ihre Zielperson ist Geschäftsführer einer mittelständischen Firma. Dann schauen Sie vorab doch mal auf





die Firmenwebseite? Wie präsentiert sich Ihre Zielperson dort? Steht dort eventuell ihr Lebenslauf? Wenn nicht, schauen Sie mal bei Xing oder LinkedIn. Und googeln Sie, was im Internet über Ihre Zielperson und deren Unternehmen steht. Zum Beispiel in der Rubrik „News“ von Google? Vielleicht hat sie Fachartikel geschrieben. Dann könnte ein Gesprächseinstieg sein: „Herr Meyer (oder Frau Müller), ich las vor kurzem einen Artikel von Ihnen zum Thema x. Der hat mich inspiriert, weil“ Ein solcher Gesprächseinstieg schmeichelt fast jedem, und schon ist das Eis gebrochen.

5. Positiv sein

Wer gut drauf ist, kommt gut an! Bevor Sie jemanden persönlich kontaktieren, sollten Sie sich fragen: Bin ich in der richtigen Stimmung dafür? Denn, wenn Sie schlecht drauf sind und eigentlich keine Lust auf Smalltalk haben, spürt Ihr Gegenüber dies - nicht nur anhand Ihrer (Körper-)Sprache. Besonders verräterisch sind Ihre Augen. Lassen Sie das Netzwerk also, wenn Sie schlecht drauf sind, sein. Oder versetzen Sie sich zuvor in eine gute Stimmung.

6. Wertschätzen

Wertschätzend kommunizieren! Das Ziel beim Netzwerken ist es nicht, kurzfristig einen Deal unter Dach und Fach zu bringen. Vielmehr geht es darum, tragfähige Beziehungen aufzubauen. Das setzt voraus, dass Sie ein echtes Interesse an der Zielperson haben. Ihr sollten Sie signalisieren: „Ich finde Sie und das, was Sie tun, interessant.“ Doch Vorsicht! Werden Sie nicht zum plumpen Schmeichler. Kommunizieren Sie auf Augenhöhe, denn sie wollen ja ein attraktiver Partner sein.

7. Vorleistung erbringen

Zuerst geben, dann nehmen! Selbstverständlich geht es beim Business Relationship Management letztlich ums Geschäft. Doch überstürzen Sie nichts. Geschäftsbeziehungen müssen wachsen. Und wer stets etwas will, jedoch 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.

8. Ausbauen

Kontakte systematisch ausbauen! Einmal geknüpft Kontakte müssen Sie pflegen, sonst erkalten sie. Das erfordert Zeit - Zeit, die Ihnen im Arbeitsalltag oft fehlt. Tragen Sie deshalb bei Personen, die Ihnen wichtig

sind, z.B. 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.

9. Vernetzen

Vernetzen Sie Ihre Kontakte! Ein Netz ist keine Schnur, sondern es besteht aus vielen kreuz und quer miteinander verwobenen Fäden. Wirken Sie deshalb daran mit, auch Beziehungen zwischen Ihren Netzwerkpartnern zu knüpfen - z.B. indem Sie bei Bedarf einen Partner einem anderen empfehlen.

10. Ausmisten

Misten Sie Ihre Kontakte ab und zu aus! Lassen Sie Business-Kontakte, die Ihnen nichts bringen, gezielt einschlafen. Denn auch das Pflegen solcher Kontakte kostet Zeit - Zeit, die Ihnen zum Auf- und Ausbau anderer wertvoller Beziehungen fehlt.

Die Autorin

Barbara Liebermeister,

Leiterin des Instituts für Führungskultur im digitalen Zeitalter

Diesen Beitrag können Sie auch in der Wiley Online Library als pdf lesen und abspeichern:

<https://doi.org/10.1002/citp.201901004>

Kontakt

Institut für Führungskultur im digitalen Zeitalter (IFIDZ), Frankfurt
Barbara Liebermeister - www.ifidz.de

