


## BEZIEHUNGSPFLEGE

# Nett-working für Einsteiger

Täglich treffen wir auf Gäste, Geschäftspartner und Führungskräfte, die für uns oder das Unternehmen wertvoll sind. Wer die Gelegenheit für ein Gespräch nutzt, knüpft damit erste, vielleicht wichtige Kontakte – die sich langfristig zu einem effektiven Netzwerk ausbauen lassen.

 Viele Menschen verstehen unter „Networking“ den Begriff „Verkaufen“, was aber Networking“ im ursprünglichen Sinne überhaupt nicht meint. Beim „Networking“ stehen „Geben und Nehmen“ sowie die Frage nach dem persönlichen Nutzen eines jeden Einzelnen im Vordergrund. Ob Sie extrovertiert oder introvertiert sind, es kommt darauf an, dass jeder für sich den passenden Weg findet. Dass aus Ihren Kontakten eine Geschäftspartnerschaft entstehen kann oder dass Sie selbst Menschen miteinander in Kontakt bringen, sind wunderbare Ziele, die aber einiger Anstrengungen bedürfen.

## Kleines Gespräch, große Verbindung

In den Salons des 19. Jahrhunderts übte man sich in gepflegter Konversation. Kommunikationsmedien gab es damals noch nicht, und so war es das persönliche Gespräch, das für den Austausch von Neuigkeiten, Meinungsbildung und für die Selbstdarstellung genutzt wurde. Aus diesen Gesprächen ging der so genannte Smalltalk hervor.

Auch heute vergeht kein Tag ohne Smalltalk. Er ist ein „Eisbrecher“, der den Weg zu – eventuell – dauerhafter oder intensiver Verbindung bahnen soll. Die obligatorische Frage nach der Anreise, eine Bemerkung übers Wetter zu Beginn eines Gesprächs sind durchaus ein gutes „Warm-Up“. Spricht man bei einer Veranstaltung lobend über den gerade servierten Imbiss, so wird dieser „Ball“ vom Gegenüber in der Regel gern aufgenommen. Daraus kann sich beispielsweise ein Smalltalk über Esskulturen, über Hobbies wie das Kochen oder übers Reisen ergeben.

Eine optimale Vorbereitung auf gekonnten Smalltalk ist das regelmäßige Lesen von Zeitungen, wobei sich hier insbesondere die Wissenschaftsbeilage und das Feuilleton eignen. Smalltalkfähige Themen finden sich in den Bereichen Sport, Kultur, Freizeit; Katastrophenmeldungen oder Klatschgeschichten sind mit Vorsicht zu genießen.

## Networking braucht Zeit

Um herauszufinden, welchen Nutzen Ihnen Networking bringen kann, sollten Sie sich vergegenwärtigen, welche Ziele Sie mit Netz-

werken verfolgen. Ziele können sein: Freundschaft, Hilfe oder Unterstützung, Informationen erhalten, Empfehlungen bekommen, Kooperationen oder Zusammenarbeit oder auch Menschen miteinander bekannt machen. Neben einer Bestandsaufnahme Ihres aktuellen Netzwerks gehört darüber hinaus auch Zeiteinteilung dazu, denn Networking braucht „Zeit“.

Grundlage ist eine Bestandsaufnahme Ihrer Kontakte. Dabei können nicht nur die Kontakte ersten Grades, also Ihre direkten Kontakte, sondern auch die Kontakte zweiten und dritten Grades (Verbindungen Ihrer Kontaktpersonen) für Sie sehr wertvoll sein. Der New Yorker Wissenschaftler Stanley Milgram hat 1967 die These aufgestellt, dass jeder mit jedem anderen über eine Verbindungslinie, die aus höchstens sechs Personen besteht, bekannt ist. Man stelle sich das vor!

Im Rahmen Ihres Kontaktmanagements ist es hilfreich, die einzelnen Beziehungen zu priorisieren. Hierbei geht es um die Kontakthäufigkeit, die Sie persönlich für angemessen erachten.

Verwalten können Sie Ihre Kontakte in ganz normalen Adressbüchern oder in EDV-Kontaktverwaltungsprogrammen wie Outlook. In solchen Programmen können mehrere Kategorien einem Kontakt zugeordnet werden, beispielsweise „Kunde“ oder „privat“, aber auch nach Priorität. Kategorien erleichtern das Selektieren von Daten, insbesondere dann, wenn Sie beispielsweise Einladungen versenden wollen.

Nach einer Bestandsaufnahme Ihrer Kontakte und der Vergegenwärtigung Ihrer Absichten und Ziele können Sie mit dem Networking anfangen.

Beginnen Sie zum Beispiel mit einem Mittagessen einmal die Woche. Wenn Sie mögen, können Sie dies durch den Besuch von abendlichen Veranstaltungen intensivieren. Sollten Sie an einem Networking-Event mit Fachvortrag teilnehmen, so kann der Fachvortrag für eine anschließende Unterhaltung sehr nützlich sein.

Die Pflege Ihrer Kontakte ist von großer Relevanz. Stellen Sie sich die Frage, welche Stärken Sie haben, was Sie anderen bieten und wie Sie anderen helfen können. Möglichkeiten der Kontaktpflege können sein: Ein Empfang, die Gratulationen zu einem Jubiläum oder Geburtstag, einen interessanten Zeitungsartikel an



### Ihre Kontakte können Sie wie folgt einteilen:

#### A-Kontakte:

Sie sind am betreuungsintensivsten (zum Beispiel wichtige vorhandene und potenzielle Kunden, Kooperationspartner, Personen, die Multiplikatoren sein können): Auf diese Kontakte sollten 80 Prozent der Zeit für Kontaktpflege entfallen.

#### B-Kontakte:

Sie sind weniger betreuungsintensiv. Das können Kunden sein, bei denen eine Betreuung in standardisierter Form ausreichend ist. Die Kontaktpflege erfolgt etwa ein- bis zweimal im Jahr.

#### C-Kontakte:

Eine Zusammenarbeit ist eher unwahrscheinlich. Sie sollten es dem anderen überlassen, auf Sie zuzugehen.

#### D-Kontakte:

Diese Kontakte werden nicht erfasst, weil eine Vertiefung nicht gewünscht ist.

jemanden versenden, der für ihn relevant sein könnte. Auch die Flasche Wein des Reisebüros auf Ihrem Hotelzimmer ist eine Art, sich seitens des Reisebüros wieder bei Ihnen positiv ins Gedächtnis zu rufen.

Im Vergleich zu früher sind die Möglichkeiten des Networkings heute mannigfaltig. Das Internet leistet dazu seinen Beitrag, denn es wird immer mehr zur Koordination von Treffen genutzt. Online-Netzwerke haben sich gebildet, Vereine und Verbände richten zusätzlich zu regelmäßigen Treffen Internet Foren ein - dadurch wird die Kommunikation per Mail oder der Informationsaustausch in einem Forum möglich.

### **Wichtig: Visitenkarten-Management**

Im Anschluss an eine Veranstaltung oder an einen Messebesuch, bei denen Sie viele Kontakte knüpfen konnten, sollten entsprechende Aktivitäten folgen. Hier einige Tipps:

- \_ Visitenkarten sichten und Entscheidung fällen, mit welcher Person Sie den Kontakt vertiefen möchten und als „Kontakt“ in Ihre Datei aufnehmen.
- \_ Daten zur Person sowie weitere Ansätze zum Kontaktaufbau notieren und die Person innerhalb einer Woche nach Veranstaltung kontaktieren
- \_ Haben Sie einer Person versprochen, ihr Informationen zukommen zu lassen, so sollten Sie dies schnellstmöglich tun.

### **Das passende Netzwerk**

Interessieren Sie sich für ein bestimmtes Netzwerk oder einen Verein, informieren Sie sich am besten vorab, zum Beispiel durch einen Anruf oder im Internet. Fragen Sie, ob Sie einmal „hineinschnuppern“ können. Die meisten Vereine / Verbände bieten dies teilweise kostenfrei an. Um etwas Geeignetes für sich zu finden, können folgende Punkte hilfreich sein:

- \_ Ziel und Nutzen
- \_ Kosten
- \_ Erreichbarkeit / Ort
- \_ zeitlicher Aufwand
- \_ Mitgliederstruktur
- \_ Satzung / Regeln
- \_ Erfolgsaussichten des Netzwerks / Verbands für Sie?
- \_ Möchten Sie aktiv im Verband mitarbeiten?

So interessant das Networking auch sein kann: Denken Sie daran, dass Sie sich neben all dem „Geben und Nehmen“ nicht durch Beitritt in viele verschiedene Gruppen oder Netzwerke überfordern oder gar von anderen Personen, die sich von Ihnen einiges erhoffen, ausgenutzt werden. Lieber einmal ein freundliches „Nein“ sagen, das gehört zum Netzwerken dazu. ←

Karin H. Schleines, Unternehmensberaterin

[www.mondibp.com](http://www.mondibp.com)



# Wer die Inspiration sucht, druckt auf Color Copy.

**Color Copy – the leading paper.**

Gestochen scharfe Ausdrücke, begeisternde Farbtreue, gleichmäßige Toner-Übertragung, umweltfreundliche Herstellung, einzigartige Laufeigenschaften und Geräteschonung – machen Sie sich am besten selbst ein Bild von diesem meisterhaften Farblaser-Papier.

**Kontaktieren Sie uns:** [deutschland.info@mondibp.com](mailto:deutschland.info@mondibp.com)

