

### EDITORIAL



Liebe Leserinnen,  
Liebe Leser,

man trifft sich nicht nur bei Handelsblatt.net, man kennt sich. Und wer jemanden kennt, der jemand anderen kennt, macht bekanntlich leichter Geschäfte. Mit diesem Clubmagazin möchten wir Sie auf unser Business-Netzwerk vom Handelsblatt aufmerksam machen. Hier stehen der Leser, der Nutzer und der Kunde im Mittelpunkt - mit seiner Person! Mit seinem persönlichen Business-Profil, seinen Kontakten und seinen Beiträgen.

Einige besonders engagierte Netzwerker und Forumsmoderatoren, die Sie bei Handelsblatt.net treffen und ansprechen können, möchten wir Ihnen persönlich vorstellen (Seiten 2 und 3). Und auch Sie können sich natürlich künftig im Clubmagazin präsentieren.

Wenn Sie Interesse haben, einem großen Leserkreis vorgestellt zu werden, dann mailen Sie einfach an [hb.net@vhb.de](mailto:hb.net@vhb.de). Die genauen Angaben, die Sie uns senden müssen, lesen Sie auf der folgenden Seite. Wir sind der festen Überzeugung: Beziehungssoftware wird künftig Ihr Adressbuch ablösen und sorgt dafür, dass es viel einfacher wird, Geschäftspartner zu finden.

Daher heißen wir Sie herzlich willkommen bei uns im Business-Netzwerk!

*Roland Schweins,  
Verlagsgruppe Handelsblatt*

WARUM ONLINE KONTAKTE KNÜPFEN FÜR MANAGER INTERESSANT IST

## Vitamin B per Online-Club

„Sie wurden als Kontakt hinzugefügt“, signalisierte die E-Mail. Björn Bedey, Geschäftsführer der Diplomarbeiten-Agentur Diplomatica, wunderte sich, dass ihm ein Unbekannter eine E-Mail schickte. Doch schon wenige Wochen später ging der 36-Jährige mit dem neuen Kontakt, Jakob Freund, eine Kooperation ein: Die Diplomarbeiten, die er verkauft, werden künftig auch auf der Webseite für Prozessmanagement BPM-Guide.de vorgestellt und vertrieben. Bis heute kennen sich die Geschäftspartner nicht persönlich, sondern ausschließlich aus den E-Mails, die sie auf einer Online-Kontaktbörse für Geschäftsleute wechseln. Über diese Plattform hatte Freund auch Bedey gefunden.

Immer mehr Manager profitieren von Online-Netzwerken. Virtuelle Business-Clubs erleben einen regelrechten Boom. Experten sprechen von einem Schneeball-Effekt. Nachdem sich Kontakt-Portale für die Partnerschaftssuche oder zur gemeinsamen Freizeitgestaltung etabliert haben und längst gesellschaftsfähig sind, pflegen auch Unternehmer zunehmend ihre Kontakte online im Netz.

Rund drei Millionen Menschen etwa haben sich beim US-amerikanischen Portal Linked-In registriert. In Deutschland ist Social Networking durch die Plattform OpenBC bekannt geworden. Der Kölner Personalvermittler Access startete jüngst einen Performers-Circle.

Bei der neuen Premiumplattform Handelsblatt.net meldeten sich in den ersten drei Monaten gleich mehrere tausend hochkarätige Mitglieder an.

### Die digitale Visitenkarte wird öffentlich im Netz präsentiert

Die Nutzer präsentieren sich auf den Webseiten mit Foto, Arbeitgeber, Lebenslauf, ihren Interessen und vor allem dem, wofür sie sich im Club registriert haben: ihren Kontakten. Auf diese Weise lassen sich bequem weitere Verbindungen knüpfen.

Mit dem Slogan „Jeder kennt jeden über sechs Ecken“ wirbt Handelsblatt.net auf seiner Webseite. „Viele nutzen die Netzwerke, um sich mit ihrer digitalen Visitenkarte im Internet zu präsentieren“, sagt Thomas Burg, Leiter des Zentrums für Neue Medien an der Donau-Universität Krems. Vor allem Manager, die sich noch im Aufbau ihres Beziehungsgeflechts befänden, seien in den Portalen aktiv.

### Innerhalb der Online-Netzwerke entstehen Clubs im Club

Aber auch im Netz gilt wie bei realen Beziehungsgeflechten: Wer in einem Business-Club erfolgreich agieren will, sollte einige Regeln einhalten. So führen Kontaktanfragen, die sich als Spam-Mail oder plumpe Verkäufe entpuppen, oft dazu, dass sich andere Mitglieder über den Nutzer beschweren. Bei Handelsblatt.net entscheiden die Mitglieder daher von Fall zu Fall, welche persönlichen Daten sie freigeben wollen - und auch wer sie direkt ansprechen darf.

Auch die Liste der persönlichen Kontakte lässt sich verbergen, wenn die Anfragen überhand nehmen. Gerade Manager der höheren Hierarchie-Ebene lassen nur Anfragen von Mitgliedern zu, die sie persönlich kennen oder die einem ihrer Kontakte bekannt sind. Auf diese Weise entstehen innerhalb der Netzwerke Clubs im Club.

Die Mitgliedschaft in einem Business-Netzwerk hat neben angebahnten Geschäften und neuem Vitamin B häufig auch einen weiteren wichtigen Effekt: Ehemalige Studienkollegen, die sich nach der Universität aus den Augen verloren hatten, treffen sich online wieder. Wer sich bei Handelsblatt.net registriert, kann das Netzwerk zunächst kostenlos testen.

Viel Erfolg beim Netzwerken!

Gehen Sie jetzt online:

[www.handelsblatt.net](http://www.handelsblatt.net)

ANMELDUNG AB SOFORT - MITGLIEDERTREFFEN BUNDESWEIT

## Neues Finanz-Netzwerk gestartet

Online in Kontakt bleiben ist heute selbstverständlich. Der persönliche Kontakt bleibt aber auch künftig ebenso wichtig. Daher kooperiert das Online-Netzwerk Handelsblatt.net mit dem Veranstalter Networx Consulting. Der neueste exklusive Zirkel, zu dem Sie sich gesellen können: Finance-Networx. Ab sofort können sich Geschäftsführer, kaufmännische Leiter, Controller und Mitarbeiter aus dem Rechnungs- und Finanzwesen dem Netzwerk anschließen und bundesweit kostenlos regelmäßige Mitgliedertreffen besuchen.

Auf [www.financenetworx.info](http://www.financenetworx.info) können sich Mitarbeiter aus der Finanzbranche registrieren. Auf den Veranstaltungen lernen sie in lockerer Atmosphäre Kollegen und Fachleute kennen. Vorträge über spannende Themen von Experten aus der Praxis, Dienstleistern der Finanzdienstleistungs-Branche und Know-how-Träger aus der Wissenschaft runden das Angebot ab.

Im kommenden Jahr plant Finance-Networx deutschlandweit rund 70 regionale Treffen mit insgesamt mehreren tausend Teilnehmern. Auch in Österreich und der Schweiz sind Veranstaltungen vorgesehen. Für kommende Treffen können sich Handelsblatt.net-Mitglieder kostenfrei anmelden; Finanzdienstleister benötigen eine kostenpflichtige MemberCard. Diese kostet für zahlende Mitglieder von Handelsblatt.net statt 125 nur 80 Euro.

Die nächsten Termine im Überblick:  
19.09. Düsseldorf: Entgeltflexibilisierungen  
21.09. Karlsruhe: Sarbanes Oxley  
26.09. München: Basel II  
13.10. Nürnberg: Forderungsmanagement  
19.10. München: Wertorientierte Unternehmensführung  
20.10. Frankfurt: Forderungsmanagement  
20.10. Hamburg: Basel II  
15.11. München: Unternehmensnachfolge

Jetzt kostenlos registrieren unter:  
[www.financenetworx.info](http://www.financenetworx.info)

### So funktioniert Matchmaking

Jeder, der schon einmal auf einer großen Veranstaltung war, kennt das: Zwar sind viele interessante Gesprächspartner anwesend, aber die sind schwer zu finden. Die Lösung: Matchmaking. Wo viele Unternehmen und Entscheider zusammentreffen, sorgt Matchmaking dafür, dass jeder einzelne zwischen vier und zehn terminierte Gespräche mit passgenau ausgewählten Partnern führen kann. Dr. Uta Blankenfeld (Profil Seite 3) hat ihre ersten Matching-Veranstaltungen bereits im Jahr 2002 organisiert. Ihr neues Unternehmen Matchworker geht über das Online-Matching hinaus und stellt das persönliche Kennenlernen von Unternehmen und Entscheidern in den Mittelpunkt. Matchmaking ist ein Mehrwert für Veranstaltungen, Messen, Konferenzen und Kundenveranstaltungen. Die erste Veranstaltung für Entscheider findet am 11. November in Hamburg statt. Anmeldungen sind möglich unter: [www.matchworker.de](http://www.matchworker.de).

### Wir bringen Sie groß raus!

Liebes Handelsblatt.net-Clumitglied, künftig sind Sie nicht ausschließlich online präsent. Sie können sich auch in diesem Clubmagazin vorstellen - sofern Sie dies möchten. So erreichen Sie eine große Öffentlichkeit, die Ihr Business-Profil bequem im Netz findet und Sie ansprechen kann. Gleichzeitig können auch Sie das Clubmagazin zur Kundenakquise einsetzen - und zwar online wie auch als gedrucktes Exemplar. Wie in einem klassischen Branchenbuch werden wir künftig interessante Mitglieder vorstellen. Für die zweite Ausgabe genügt eine Mail an [hb.net@vhb.de](mailto:hb.net@vhb.de) mit 60 Zeichen zur Beschreibung Ihrer Tätigkeit. Ab der dritten Ausgabe steht der Service dann allen Premium-Mitgliedern zur Verfügung. In dieser Ausgabe möchten wir vor allem die zahlreichen Forumsmoderatoren vorstellen; und Ihnen als Leser empfehlen: Sehen Sie sich die spannenden Mitgliederprofile online an!



JOCHEN EWALD

Franchise Business Club

Franchise, Buchhaltung, Finanz- und Lohnbuchhaltung, Rechnungswesen



FRANK NIEBISCH

Verlagsgruppe Handelsblatt

Medien-Partnerschaften, Vorträge zum Thema Online-Journalismus



VERA VON LANDEMBERG

Öffentliche Verwaltung

Dipl.-Jur., Europarecht, Internetrecht, Business-Networking



UDO PEILICKE

Consulting in Berlin

Telefonmarketing, Telefontraining und CRM

Kontaktieren Sie das Club-Mitglied und erfahren Sie mehr unter:  
[www.handelsblatt.net](http://www.handelsblatt.net)



MARTIN FLEMMING

dtms AG

Telefon- und Marketing Services, Branchen Handel und Automotive



IRIS WUNDER

netucate systems GmbH

Leiterin und Dozentin „Professional Certificate in Management“ (MBA)



THOMAS GÖNNER

Bank Sal. Oppenheim jr. &amp; Cie.

Senior Relationship Manager, Luxemburg



CHRISTIAN RIEMANN

Managing Director

Acquisition Services Christian Riemann &amp; Associates



DR. GERHARD ZAPKE-SCHAUER

EuRatio Akademie

Berät Top-Führungskräfte von Global Playern zum Thema Leadership



DR. BETTINA BINDER

Horvath &amp; Partner

Benchmarking in Controlling &amp; Finance



D. EMANUEL SUCHEFORT

GulfExchanges.com

IR / PR für nationale und internationale Börsenunternehmen



PROF. DR. TOBIAS KOLLMANN

Universität Duisburg-Essen

Professor für E-Business und E-Entrepreneurship



JÖRG SEIDL

Ropardo

Prokurist, Leiter Consulting IT, Banken, Touristik



**TJALF NIENABER**  
**networx consulting GmbH**  
Veranstaltungen, Events, Seminare,  
Workshops, [www.networx.info](http://www.networx.info)



**MIRIAM GODAU**  
**PR 2 GO**  
Warum PR für unsere Bildung?  
[TrainingClub.de](http://TrainingClub.de)



**MARCO RIPANTI**  
**Die Bildungsgruppe**  
Online-Marktplätze MIT Wissen  
[www.bildungsgruppe.de](http://www.bildungsgruppe.de)



**THORSTEN VOGEL**  
**Thales IS**  
Consulting mit Schwerpunkt Versi-  
cherungen



**DR. UTA BLANKENFELD**  
**Matchworker**  
Matchmaking-Veranstaltungen  
für Entscheider



**JAKOB FREUND**  
**BPM-Guide.de**  
Eine Plattform für Geschäftsprozess-  
management



**DANIEL R. J. STECHER**  
**Lufthansa Systems**  
Weltweiter Vertrieb des Frachtabferti-  
gungssystems ELWIS



**A. PETER KUNZWEILER**  
**ProConception Consulting**  
Unternehmer für Messemarketing  
und Messetraining



**ALEXANDER SOELLNER**  
**GermanPersonnel e-search**  
Unsere HR-Solutions verbinden  
Mensch und Arbeit



**DOREEN BRÜGGEMANN**  
**Travello**  
Reiseportale und Touristikprojekte,  
[www.travello.de](http://www.travello.de)



**FLORIAN SIGMUND**  
**Freier Landschaftsarchitekt**  
Wir entwerfen, planen und realisieren  
traumhafte Gärten



**JENS RICHTER**  
**Richter Unternehmensberatung**  
Wertorientierte Lösungen für den  
kleinen Mittelstand



**MICHAEL EHLERS**  
**Der-Rhetoriktrainer.de**  
Michael Ehlers Training,  
Rhetorik- & Verkaufstrainer, BDVT



**KLAUS ECK**  
**econcon**  
Content Business-Agentur. PR-Blog-  
ger Eck konzipiert Corporate Blogs



**YVONNE LAAGE**  
**IMMOnetworx**  
Events, Veranstaltungen, Organisati-  
on, Networking



**PIRMIN BRAUN**  
**seat-1 Software**  
Unternehmenssoftware - ERP mit  
individueller Ausgestaltung



**DR. ROLF MEIER**  
**Seminare & Konzeptionen**  
Management- und Business Coach,  
[www.drmeier-coaching.de](http://www.drmeier-coaching.de)



**JÖRG MARTIN**  
**DS Deutsche Stiftungsagentur**  
Gründer und Geschäftsführer, der  
Stiftungen berät, gründet, verwaltet



**ANNELIE SEIDEL**  
**Fidestas Capital**  
IHRE Finanzen - sicher, innovativ,  
erfolgreich



**DANIEL GÖRS**  
**FinanceScout24**  
PR-Manager & Pressesprecher der  
FinanceScout24 AG



**MARKUS O. HUBER**  
**Conpeo Communications**  
Consulting für neue IT- und Kommuni-  
kations-Technologien



**ARNE KRIEDEMANN**  
**ArsDigita**  
Standardkonformes Webdesign mit  
XHTML und CSS



**ODA HEISE**  
**HKS Heise KommunikationsService**  
Agentur für Kommunikationsbera-  
tung, Presse- und Werbetext



**ULRICH WOLFF**  
**i&k Service GmbH**  
Beratung und Service für KMU,  
Privatdozent



**THORSTEN HAHN**  
**BANKforum & bankingCLUB**  
Networking unter Gleichgesinnten für  
die Branche „Bank“



**ILKA HOEPNER**  
**indialogo**  
Gesellschaft für Marketing- und  
Dialog-Beratung



**DR. WALTER THEYMANN**  
**Christliche Kooperationsbörse**  
Forumsdiskussionen: christlich-ethi-  
sches Verhalten im Geschäftsleben



**PATRICK MÖNNIGHOFF**  
**Verlagsgruppe Handelsblatt**  
Journalist mit den Schwerpunkten  
Finanzen und Asien



**DIRK REJAHL**  
**Valtech**  
Beratung im Bereich Geschäfts-  
prozess- und System-Integration



**KARIN H. SCHLEINES**  
**Schleines Unternehmensberatung**  
Risikomanagement, Wiesbaden;  
Forum Business-Etikette



**ANDREAS DENSTORF**  
**Internethilfe, S.L.**  
Projektmanagement  
[www.Lokalzeitung.de](http://www.Lokalzeitung.de)



**JÜRGEN VON BOMSDORFF**  
**Finanzmanagement J. von Bomsdorff**  
Finanzmanagement, Vermögensbera-  
tung, strategische Finanzplanung



**HENDRIK WEIAND**  
**Vodafone D2**  
Telemarketing: Verkaufssteuerung  
von vier Callcentern



**STEFAN SPIELER**  
**Freier Online-Marketing-Berater**  
Marketing-Beratung für eine erfolgrei-  
che Website



**SILJA FLEISSNER**  
**Selbständige Researcherin**  
Recherchiert Wirtschafts-  
informationen



**STEPHAN MEYER**  
**denkstelle unternehmensentwicklung**  
Wie wollen Sie in fünf Jahren leben?  
Diskutieren Sie!

Kontaktieren Sie das Club-Mitglied  
und erfahren Sie mehr unter:  
[www.handelsblatt.net](http://www.handelsblatt.net)



**MICHAEL KLITZKE**  
**Plansecur Unternehmensgruppe**  
Forums-Moderator „Führung und  
Werte“, Zielgruppe: Führungskräfte



**STEFAN SCHRIDDE**  
**Schridde Consulting**  
16 Jahre Projektmanagement, hohe  
Lösungskompetenz



**DR. FRANK DINTER**  
**FAMIS**  
Aufbau, Organisation und Leitung der  
Vertriebsniederlassung NRW



**RALF ZMÖLNIG**  
**onMarketing**  
Konzeption, Vermarktung und Opti-  
mierung von Online-Auftritten



**TORSTEN J. SCHRIMPF**  
**Warth & Klein, Wirtschaftsprüfung**  
Prüfung, steuerliche und betriebswirt-  
schaftliche Beratung Mittelstand

# Gute Kontakte.

Das Netzwerk für Finanzmanagement, Unternehmensfinanzierung und Kapitalmärkte.



bid: photocase, realisierung: recruitwerk gmb

Kompetente Fachvorträge,  
inspirierender Praxisaustausch,  
networking mit anderen.

Für Finanzprofis - von Finanzprofis.

[www.FINANCEnetworx.info](http://www.FINANCEnetworx.info)

  
**FINANCEnetworx**  
Wir vernetzen Kompetenz.

in Kooperation mit:

**DIS AG**  
Viel mehr als Zeitarbeit.

**FINANZ  
BETRIEB**

**Handelsblatt**  
.net

  
**recruit werk**  
Manufaktur für Personalmarketing

## Nutzen Sie den Eventmanager

Sie möchten zu einem öffentlichen oder privaten Termin einladen? Unter dem Menüpunkt „Termine“ in Handelsblatt.net können Sie Treffen und Veranstaltungen organisieren. Laden Sie als Organisator Interessenten inner- und außerhalb von Handelsblatt.net ein und verwalten Sie die Zu- oder Absagen. Sie können den Termin auch so einstellen, dass Sie selbst entscheiden, ob Anmeldungen akzeptiert oder abgelehnt werden.

### ANZEIGE

#### UNTERNEHMEN FÜR INVESTOREN / NACHFOLGER GESUCHT

Suche für MBI, Tradesale oder Beteiligung mittelständisches Unternehmen aus den Bereichen Maschinenbau, (Auto-) Zulieferindustrie, Halbleiter, RFID oder Defence / Aerospace. Software (ERP / CRM) wäre interessant falls Potential klar erkennbar ist. Umsatzgröße von etwa 4 Mio - 50 Mio, internationale Positionierung, anspruchsvolle Produkte / Technologie. Erwünscht ist, nach Vorgesprächen, eine Mandatierung vom Verkäufer.

Kontakt: Christian Riemann  
Acquisition Services & Associates  
Tel. 089 30 777 454  
christian.riemann@acquisition-services.de

Jetzt Kontakt aufnehmen unter:

[www.handelsblatt.net/hp/Christian\\_Riemann/](http://www.handelsblatt.net/hp/Christian_Riemann/)

© Alle Rechte vorbehalten. Das Magazin darf vielfältig genutzt werden. Kein Teil dieses Magazins darf ohne schriftliche Genehmigung verändert werden.

### Redaktion:

Roland Schweins (verantwortl.)  
Layout: Anna Galinski  
Internet: www.handelsblatt.net  
Email: hb.net@vhb.de  
Tel.: +49 (0) 211 - 887-1086

### Verlag und Anzeigen:

Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH  
Kasernenstr. 67, 40213 Düsseldorf  
Anzeigen: GWP online marketing  
Carsten Schwecke (verantwortl.)  
Internet: www.gwp-online.de

## Aus dem Forum: Warum Pünktlichkeit zählt

Von Karin H. Schleines

Es gibt Menschen, die sehen Unpünktlichkeit als rücksichtslos an, andere wiederum halten - aufgrund der Tatsache, dass doch fast jeder im Dauerstress ist - Unpünktlichkeit für keinen großen Fauxpas. Gerade wegen unserer schnelllebigen Zeit gehört Pünktlichkeit zu einer der wichtigsten Höflichkeitsformen. Gewiss, jeder kann durchaus in die Lage kommen, nicht rechtzeitig zu einem Termin zu erscheinen, weil er für eine Anreise - um einen Stau auf der Autobahn zu vermeiden - extra den Zug gewählt hat und dennoch zu spät erscheint, weil die Lokomotive einen Schaden hatte und der Zug eineinhalb Stunden zwischen Weinbergen festgesteckt hat. Hier kann dann von Nachlässigkeit keine Rede sein. Unhöflich verhält sich aber jemand, der Zeiten grundsätzlich knapp kalkuliert, keine Zeitpuffer einbaut und meint, der Geschäftspartner würde das nicht so eng sehen. Im Gegensatz zu privaten Einladungen können Sie zu geschäftlichen Terminen etwas vor der vereinbarten

Zeit erscheinen. Bei sehr wichtigen Gesprächen testen Sie - falls es sich um eine Ihnen wenig vertraute Wegstrecke handelt - die genaue Fahrzeit, entsprechende Parkmöglichkeiten im Umfeld oder auch die Zeit, die Sie benötigen, um zu Fuß zum Ort des Geschehens zu kommen. Bei sehr guten Geschäftsbeziehungen kann man z.B. auch einen „Etwa-Termin“ vereinbaren. Der Gesprächspartner kann dann in die Lage versetzt werden, eventuell notwendige Zeitfüller zu planen. Bei offiziellen Einladungen werden hingegen manchmal Kürzel verwendet.

Ein Beispiel: Sie erhalten eine Einladung, auf der steht: „Beginn des Festaktes um 18 Uhr s.t.“ „S.t.“ = sine tempore und bedeutet: Die Veranstalter möchten, dass Sie Punkt 18 Uhr Ihren Platz eingenommen haben. Würde dort stehen: „18 c.t.“ (c.t. = cum tempore) dann hieße es, dass die Veranstaltung exakt um 18.15 Uhr beginnt. Wie steht es um Ihre Auffassung von Pünktlichkeit? Diskutieren Sie mit Forumsmoderatorin Karin H. Schleines im Forum „Business-Etikette“.

## Wo sich Immobilien-Experten treffen

Handelsblatt.net hat künftig einen weiteren neuen Kooperationspartner: IMMONetworx. Bei IMMONetworx treffen Handelsblatt.net-Mitglieder in zahlreichen deutschen Städten regelmäßig Immobilien-Entscheider, Makler und Dienstleister.

Hier lernen Sie Kollegen und Fachleute kennen und hören Vorträge über interessante Themen von Immobilienprofis, Entscheidern und Dienstleistern aus der Praxis sowie aus Wissenschaft und Politik.

Durch innovative und fachlich ansprechende Veranstaltungen haben Sie die Möglichkeit, Kollegen kennenzulernen, Erfahrungen und best practices auszutauschen.

Informieren Sie sich über IMMONetworx-Treffen in Ihrer Stadt und melden Sie sich an. Für Immobilienentscheider ist die Teilnahme kostenfrei; Dienstleister aus dem Immobilienbereich benötigen eine MemberCard.

Dienstleister, die zugleich zahlendes Handelsblatt.net-Mitglied sind, erhalten die Membercard ermäßigt für 80 statt für 125 Euro. Alle Termine und ein Anmeldeformular zur kostenlosen Teilnahme für die nächsten Mitgliedertreffen finden Sie unter:

Das Netzwerk für Immobilienprofis:

[www.immonetworx.info](http://www.immonetworx.info)

