

Thorsten Hahn

FINANCIAL TIMES
DEUTSCHLAND

77 Irrtümer des Networkings ...

... erfolgreich vermeiden



So bauen Sie Kontakte auf,
die Sie weiterbringen

FinanzBuch Verlag

Inhalt

Vorwort	11
Einleitung	15
Noch ein Buch über Networking?	15
Kapitel 1 Aller Anfang ist schwer	19
Irrtum Nr. 01: Networking ist ganz leicht	19
<i>Interview mit Ingolf Jungman</i>	24
Kapitel 2 Die Betaphase	27
Irrtum Nr. 02: Networking ist ein US-Import	27
Irrtum Nr. 03: Networking ist eine Modeerscheinung	27
Irrtum Nr. 04: Networking ist eine neuzeitliche Erscheinung	27
Irrtum Nr. 05: Es gibt Menschen, die kommen ohne Netzwerke aus	29
Irrtum Nr. 06: „Ich bin in keinem Netzwerk Mitglied“	32
<i>Interview mit Robert Abend</i>	34
Kapitel 3 Bedingungslos und großzügig	37
Irrtum Nr. 07: Networking ist Geben und Nehmen	37
Irrtum Nr. 08: Networking ist etwas Bilaterales	37
Irrtum Nr. 09: Netzwerker bekommen immer etwas zurück	44
Irrtum Nr. 10: Wer gibt, bekommt auf lange Sicht den gleichen Gegenwert (oder vielleicht sogar viel mehr) zurück	44
Irrtum Nr. 11: Networking rechnet sich	46
<i>Interview mit Ines Kolmsee</i>	49
Kapitel 4 Die eigene Einstellung	51
Irrtum Nr. 12: Networking ist eher in den angelsächsischen Ländern zu Hause	51
Irrtum Nr. 13: Networking funktioniert weltweit auf die gleiche Art und Weise	53
<i>Interview mit Matthias Kröner</i>	56
Kapitel 5 Lernen	57
Irrtum Nr. 14: Networking hat etwas mit Alter und Erfahrung zu tun ..	57
Irrtum Nr. 15: Networking ist schwierig und komplex	61
<i>Interview mit Rudolf Kahlen</i>	65

Kapitel 6 Image	67
Irrtum Nr. 16: Networking ist oberflächlich	67
Irrtum Nr. 17: Klüngel und unseriös	69
Irrtum Nr. 18: Networking = Network Marketing	69
Irrtum Nr. 19: Networking grenzt andere zu Unrecht aus	71
Irrtum Nr. 20: Networking ist unethisch	71
Irrtum Nr. 21: Networking ist schon wieder out	73
<i>Interview mit Prof. Dr. Michael Bernecker</i>	76
Kapitel 7 Networking 2.0	79
Irrtum Nr. 22: Erst das Internet und die neuen Communities ermöglichen effektives und effizientes Networking	79
Irrtum Nr. 23: Das Internet mit seinen Möglichkeiten ist ein Synonym für Networking	79
Irrtum Nr. 24: In virtuellen Netzwerken gelten andere Regeln	83
Irrtum Nr. 25: Etikette ist nur etwas für reale Netzwerke	83
Irrtum Nr. 26: Soziale Kompetenz wird in virtuellen Netzwerken nicht gefordert	83
Irrtum Nr. 27: Das Internet ist anonym und macht Networking unmöglich	89
Irrtum Nr. 28: Die besten Internetnetzwerke sind die mit möglichst vielen „Networking“-Funktionen	92
<i>Interview mit René Griemens</i>	95
Kapitel 8 Networking und die Wissenschaft	97
Irrtum Nr. 29: Networking hat etwas mit den 6 Ecken zu tun	97
Irrtum Nr. 30: Netzwerke brauchen starke Verbindungen	102
Irrtum Nr. 31: Ich muss sehr viele Menschen persönlich kennen, um ein gutes Netzwerk mein Eigen nennen zu können	102
Irrtum Nr. 32: Die Qualität des eigenen Netzwerkes steigt mit der Anzahl der persönlichen Beziehungen	104
<i>Interview mit Sven Jan Arndt</i>	106
Kapitel 9 Betriebswirtschaft	107
Irrtum Nr. 33: Networking hat etwas mit Synergien zu tun	107
Irrtum Nr. 34: In Networking muss man auch Geld investieren, sonst lohnt es sich nicht	109
Irrtum Nr. 35: Networking ist sehr zeitaufwendig	111
Irrtum Nr. 36: Man sollte Aufwand, Nutzen und Ertrag immer im Auge behalten	113
Irrtum Nr. 37: Ein bis zwei Netzwerke reichen für jeden	115
Irrtum Nr. 38: Konzentrieren Sie sich auf möglichst wenige Netzwerke	115
<i>Interview mit Uwe Loof</i>	119

Kapitel 10 Networking 1.o	121
Irrtum Nr. 39: Networking = Visitenkartenpartys	121
Irrtum Nr. 40: Netzwerke sollten immer auf eine homogene Zielgruppe fokussiert sein	125
Irrtum Nr. 41: Netzwerke sollten immer auf ein Thema fokussiert sein	125
Irrtum Nr. 42: Richtig gutes Networking geht nur in Clubs, wie zum Beispiel dem Rotary Club	128
Irrtum Nr. 43: Networking-Gruppen sollten eine Zugangs- beschränkung haben	130
Irrtum Nr. 44: Geschlossene Netzwerke haben die höchste Qualität	130
Irrtum Nr. 45: Networking sollte nie einen wirtschaftlichen Bezug haben	136
Irrtum Nr. 46: Networking macht nur Sinn mit einem wirtschaftlichen Bezug	136
Irrtum Nr. 47: Kostenlose Netzwerke bringen keinen Nutzen	139
<i>Interview mit Niels Pfläging</i>	141
 Kapitel 11 Der Untergang	143
Irrtum Nr. 48: Akquisiteure unter sich	143
Irrtum Nr. 49: Internetnetzwerke machen es Fake-Usern leicht und machen Networking kaputt	148
<i>Interview mit Elischeba Wilde</i>	152
 Kapitel 12 Networking 3.o	155
Irrtum Nr. 50: Networking geht nur live	155
Irrtum Nr. 51: Networking erfordert ein hohes Maß an Beziehungsarbeit und -pflege	157
Irrtum Nr. 52: Networking ist mit einem hohen zeitlichen Aufwand verbunden	161
Irrtum Nr. 53: Aufwand und Ertrag stehen beim Networking in keinem guten Verhältnis	163
Irrtum Nr. 54: Man sollte seine Kontakte sparsam weitergeben	164
Irrtum Nr. 55: Kontakte verbrauchen sich über häufige Inanspruchnahme	164
Irrtum Nr. 56: Networking macht einen öffentlich und transparent ..	167
Irrtum Nr. 57: Datenschutz ist etwas für die Steinzeit	167
Irrtum Nr. 58: Nur moderiertes Netzwerken macht Sinn	169
Irrtum Nr. 59: Netzwerke müssen organisiert werden	169
<i>Interview mit Nico Lumma</i>	172

Kapitel 13 Der Networking-Knigge	175
Irrtum Nr. 60: Soziale Netzwerke brauchen klare Regeln	175
Irrtum Nr. 61: Networking gelingt jedem	177
Irrtum Nr. 62: Networking ist uns in die Wiege gelegt worden	177
Irrtum Nr. 63: Networking-Techniken beherrscht jeder automatisch	177
Irrtum Nr. 64: Man sollte sich von Kontakten trennen, die man nicht braucht	179
Irrtum Nr. 65: Networking ist ein Geschäft mit der Gegenwart	184
Irrtum Nr. 66: Man sollte mit Visitenkarten sparsam umgehen	184
<i>Interview mit Dr. Stefan Groß-Selbeck</i>	187
Kapitel 14 Akquise, Akquise, Akquise	189
Irrtum Nr. 67: Networking ist eine Form der Akquise	189
Irrtum Nr. 68: Akquisebeschleuniger „Networking“	193
Irrtum Nr. 69: Networking ersetzt die klassische Akquise	194
Irrtum Nr. 70: Ein guter Akquisiteur ist auch ein guter Netzwerker	197
Irrtum Nr. 71: Wer erfolgreich Verkaufsgespräche führen kann, dem liegt auch Networking	197
Irrtum Nr. 72: Akquisegesetze gelten auch in Netzwerken	200
<i>Interview mit Karl Matthäus Schmidt</i>	204
Kapitel 15 Hochmut kommt vor dem Fall	207
Irrtum Nr. 73: Man sollte beim Netzwerken auf einen hohen Anteil an Entscheidern achten	207
Irrtum Nr. 74: Qualitativ hochwertige Netzwerke haben viele Mitglieder in Führungspositionen und VIPs	211
Irrtum Nr. 75: Wichtig sind nur die wichtigen Menschen	212
Irrtum Nr. 76: Jeder Kontakt in einem Netzwerk ist ein wichtiger Kontakt	212
<i>Interview mit Jochen Ewald</i>	215
Kapitel 16 Und zu guter Letzt	217
Irrtum Nr. 77: Networking rechnet sich nicht	217
<i>Interview mit Kent Gaertner</i>	219
Glossar	221
Anhang A Interessante Online-Netzwerke	225
Anhang B Interessante Offline-Netzwerke	227
Anhang C Traditionelle Service-Clubs	229
Anhang D Interessante Netzwerktools	230
Über den Autor	233
Register	235

Einleitung

Definition Netzwerk:

Ein Netzwerk ist ein Verbund von mindestens zwei Rechnern bzw. Rechnergruppen zum Zweck des Datenaustausches bzw. der Zusammenarbeit.

Quelle: www.it-academy.cc

Überträgt man diese Definition auf soziale Netzwerke, dann beginnt ein Netzwerk schon bei zwei Personen, die zusammenarbeiten oder die Zusammenarbeit planen.

Noch ein Buch über Networking?

Ja!

Diesmal geht es nicht speziell um eine bestimmte Netzwerkplattform im Internet, in welcher sich Businessmenschen, Studenten oder Hundebesitzer virtuell treffen. Es geht im Kern aber auch nicht um tradierte beinahe angestaubte Netzwerke, welche am Eingang bestimmter Hotels oder Restaurants mit Messingtafeln auf sich aufmerksam machen. Netzwerke also, in denen sich die Mitglieder noch live, also real im echten Leben treffen. Es geht in diesem Buch nicht speziell um Online-Netzwerke, die mit StudiVZ, XING oder wer-kennt-wen.de mittlerweile sogar hier in Deutschland ein Millionenpublikum anziehen. Es geht aber auch nicht um das Gegenteil dieser virtuellen Netzwerke, also die Netzwerke, in denen sich die Mitglieder noch persönlich kennen und an real stattfindenden Netzwerk-

treffen teilnehmen, in der heutigen Web-2.0-Internet-Welt übrigens gerne als Offline-Events bezeichnet.

Es geht um den allgemeinen Hype rund um das Thema Networking, der keiner ist. Es geht um etwas Neues, was nichts Neues ist. Es geht um Altes und Bewährtes und um Neues und Modernes. Es geht um Online und Offline, um alt und neu und modern und tradiert.

Im Kern geht es geht um die Kombination von all dem.

Dieses Buch will mit den aufkeimenden Binsenweisheiten über das Networking brechen.

Networking ist so alt wie die Menschheit selbst, denn schon immer war es wichtig, neben dem Familien-Netzwerk weitere soziale und wirtschaftliche Netze zu knüpfen.

Networking ist wichtig, denn in jeder Lebens- oder Berufsphase können uns gute Kontakte einen kleinen und manchmal sogar einen riesigen Schritt weiter nach vorne bringen.

Sozusagen Kontakt für Kontakt näher ans Ziel.

Bereits an diesen Zeilen können Sie ablesen, dass ich kein anerkannter Gegner des Networking bin. Auch wenn ich es geschafft habe, 77 Irrtümer über Networking zu sammeln, zu erleben, zu beobachten und schlussendlich zu Papier zu bringen.

Getreu dem Motto, dass jede Medaille bekanntlich zwei Seiten hat, so hat jeder Irrtum auf seiner Kehrseite auch eine Chance. Ergreifen Sie diese für sich! Lassen Sie sich auf die Hinweise und Tipps für Ihre persönliche Networking-Strategie ein. In jedem Kapitel sind einige davon manchmal offensichtlich und manchmal zwischen den Zeilen zu finden.

Sie finden aber bestimmt auch Banales und Einfaches in den Kapiteln, Dinge, die Sie schon längst genauso machen oder Dinge, die Sie schon mal so gemacht haben. Heute aber haben Sie eine komplizierte Formel gefunden, um sich beim Networking das Leben schwer zu machen. Es sind

die banalen und einfachen Dinge im Leben, die oftmals den Erfolg ausmachen. Fühlen Sie sich gerne bei dem einen oder anderen Irrtum darin bestätigt, Kompliziertes über Bord zu schmeißen oder erst gar nicht damit zu beginnen. Mehr als einmal haben mir schon Teilnehmer meiner Vorträge gesagt, dass sie meine Ideen bisher ähnlich sahen, es dann aber doch anders gemacht haben, weil sie von einigen vermeintlichen Netzwerkprofis auf die falsche Fährte gelockt wurden. Nochmal, Networking ist im Wesentlichen ganz einfach. Aber wie bei vielen Dingen besteht immer die Gefahr, es kompliziert zu machen.

Nutzen Sie Netzwerke und den aktuellen Trend dafür, sich durch das Internet sichtbar und greifbar zu machen. Auch wenn dieses Buch keine Anleitung für Internet-Networking und die vielen Social Communities sein will, so will ich Ihnen auch nicht den Blick auf den aktuellen Trend verbauen.

Communities und deren Nutzung wachsen derzeit wie Schaum!

Laut Nielsen betrug die Verweildauer der User bei Facebook im April 2009 um die 13.872.640.000 Minuten, also über 231 Millionen Stunden bzw. 9,6 Millionen Tage. Das Wachstum gegenüber dem Vorjahresmonat, also April 2008, betrug dabei satte 699 Prozent! Facebook schaffte es zudem bereits im Januar 2009, das bis dahin führende Netzwerk MySpace vom Thron bei den monatlichen Besuchern zu stoßen. Mit 1,2 Milliarden Visits lag Facebook 400 Millionen Visits über MySpace.

Die Autorin Charlene Li mutmaßte bereits im Januar 2008 in einer Präsentation: „Social networks will be like air.“ Und egal, ob sie damit ausdrücken wollte, dass soziale Netzwerke im Internet der Zukunft allgegenwärtig sein werden oder wir diese Netzwerke brauchen wie die Luft zum Atmen. Wer immer noch glaubt, es handelt sich bei Internet-Communities um einen kurzfristigen Hype für Teenager, dem ist nicht mehr zu helfen, denn bereits heute gehören Social Communities zu den wichtigsten „Funktionen“ des Internets. Waren es 1995 noch eher Datenbanken mit Informationen, die wir im Netz genutzt haben und Anfang 2000 Expertenportale und Content-Management-Systeme, so konzentriert sich die Nutzung heute auf Social Software, Weblogs und Collaboration Tools.

Egal, in welcher Situation Sie sich derzeit befinden, für jede Situation gibt es nutzenbringende Netzwerke. Dies gilt sowohl für das Internet als auch für die reale Welt. In das wichtigste Netzwerk sind Sie bereits hineingeboren worden. Und selbst dazu finden Sie bereits mehrere Internet-Plattformen, welche Ihnen helfen, Ihr Familien-Netzwerk sichtbar zu machen oder gar Teile davon wieder ausfindig zu machen. So gelang es einer Mutter, ihren damals 3-jährigen Sohn, der vom Vater nach Ungarn „verschleppt“ wurde, 27 Jahre später wieder aufzuspüren. Er war Mitglied bei Facebook.

Am Ende des Buches habe ich ein paar Netzwerke aufgeführt, online und offline und ohne Anspruch auf Vollständigkeit. Eine Empfehlung, welches Netzwerk gerade für Sie das passende ist, will und kann dieses Buch bei der aktuellen Dynamik nicht geben. Beinahe jeden Tag findet ein pfiffiger Gründer eine Zielgruppe, für die es noch kein virtuelles Internet-Netzwerk gibt, und schon hat die Webwelt wieder ein neues Community-Portal. Zudem entdeckt die etwas jüngere Generation auch das Offline-Networking wieder. Und so entstehen gerade auch wieder einige reale Business-Netzwerke, ganz so wie damals im Jahre 1905, als der erste Rotary Club of Chicago, gegründet wurde.

Für den Umgang mit diesen Netzen will und kann dieses Buch garantiert viele wertvolle Hinweise liefern. Also lassen Sie sich drauf ein.

Achtung: Web 2.0 – Das Mitmach-Web!

Sie haben auch einen Networking-Irrtum erlebt? Irrtum Nr. 78? Wenn Sie möchten, teilen Sie mir diesen doch mit. Auf www.77irrtuemer.de finden Sie die Möglichkeit, weitere erlebte Irrtümer zu publizieren und mit anderen Lesern zu diskutieren. Dort finden Sie auch meine Kontaktdaten. Ich freue mich auf Ihr Feedback.

Viel Erfolg beim Networking und viel Spaß bei der Lektüre wünscht Ihnen

*Ihr
Thorsten Hahn*

Kapitel 1

Aller Anfang ist schwer



Irrtum Nr. 01: Networking ist ganz leicht

Im Grunde schon, aber ...

Es ist ein großer Irrtum anzunehmen, dass Networking etwas ganz Leichtes, gar Banales ist. Bereits in der Einleitung stand zu lesen, dass Networking etwas Altes und Bewährtes ist, und dennoch bedeutet dies nicht gleichzeitig, dass die Fähigkeit zum Networking jedem Menschen, quasi bei Geburt, in seine DNA eingebaut wird.

Das führt dazu, dass es drei Gruppen von Networkern gibt.

1. Gruppe: Jene, die es **meiden**
2. Gruppe: Jene, die es zu beherrschen **glauben**
3. Gruppe: Und jene, die es tatsächlich **beherrschen.**

Networking ist nichts für mich

Die erste Zielgruppe ist wahrlich keine kleine Gruppe und hat ein mächtiges Potenzial zur dritten Gruppe aufzusteigen. Diese Gruppe hat nämlich erkannt, dass Networking eben nichts Banales ist. Diese Gruppe hat für sich erkannt, dass Networking anscheinend bestimmten Regeln folgt und diese Regeln hat diese erste Gruppe für sich noch nicht erschlossen. Das führt bei den meisten Menschen dazu, die mangelnde Kompetenz bei sich zu suchen. „Das kann ich nicht“, ist der Beginn einer sich selbst erfüllenden Prophezeiung. Der Teufelskreis kann beginnen: „Was ich nicht kann, lasse ich besser gleich bleiben.“ So entsteht natürlich kein Kompetenzzugewinn, aber sicherlich in naher Zukunft erste sich bewahrheitende Situationen, in denen das mit dem Networking nicht so recht klappen will. Mit einem „Das habe ich doch gleich gesagt“ ist es dann erst einmal vorbei mit dem „neumodischen Quatsch“.

Dabei liegt es weniger am Können, sondern vielmehr am Nichtwissen. Die Techniken des Networking sind wirklich ganz leicht, beinahe banal. Die Schwierigkeit des Networking liegt in der Anwendung. Die Banalität des Networking liegt nicht in den Techniken begründet, sondern im Mut, diese auch anzuwenden. Womit wir schon bei der zweiten Gruppe sind.

Wie ein Elefant im Porzellanladen

Die zweite Gruppe beherrscht die Leichtigkeit des Networking in keinsten Weise. Verbissen und mit Druck verfolgen sie konkrete und messbare Ziele mit Networking, ganz so wie sie es in den vielen Managementtrainings gelernt haben. Meist sind es harte Vertriebs- oder Karriereziele, die sie verfolgen. Keine Ziele zu haben, das hat man früh gelernt, bringt einen immer auf den falschen Weg und eben nie ans Ziel. Und so muss sich auch das eigene Networking (und leider auch der Gesprächspartner) dieser Zielstrategie beugen.

Trifft man diese Menschen in „Netzwerksituationen“, wird man meist in ein Akquisegespräch verwickelt. Ein Akquisegespräch ist etwas Kompliziertes und Komplexes. Es verfolgt Regeln, sucht nach Struktur und vor allem nach jemandem, der die Strippen des komplexen Akquiseprozesses in der Hand hält – also dem Akquisiteur, Verkäufer oder Berater im Kundenkontakt. Verkäufer bin ich jedoch nur im Verkaufsgespräch und das findet

nur statt, wenn beide Parteien sich zu so einem Gespräch „verabreden“. Das strukturierte und von Fragen geleitete Akquisegespräch hat und wird weiterhin seine Daseinsberechtigung behalten. Aber bitte nur, wenn es dafür ein klares Mandat gibt. Laden Sie Ihren Kunden auf einen Kaffee ein und er kommt tatsächlich, denn er weiß, dass es Ihnen nicht nur um Gastfreundschaft, einen Keks und einen wohligen Kaffeeduft geht. Werden Sie in die heiligen Hallen des Einkäufers eingelassen und Sie haben zudem etwas, was er will, dann und genau dann dürfen und sollen Sie Akquise betreiben. Treffen Sie einen möglichen Kunden jedoch bei einem anderen Event, dann haben Sie in der Regel eben nicht das Mandat zum Verkaufsgespräch. Aber Sie haben das Mandat zum Small Talk und Kontakte knüpfen. Nutzen Sie dieses Mandat, dann erhalten Sie auch das erhoffte Mandat, bei dem Sie Ihr Verkäuferwissen anwenden dürfen.

Networking ist keine Akquise! Mehr dazu lesen Sie im Kapitel 14.

Glauben ist nicht Wissen

Die zweite Gruppe wurde viele Jahre von den Verkaufstrainern dieser Welt gedrillt. Sie mussten lernen, Einwände zu behandeln, Preisgespräche zu führen und Neukunden zu gewinnen. Sie haben an ihren rhetorischen Formulierungen gefeilt und dazu die passende Gestik und Mimik studiert. Manche haben sich sogar in die Tiefen der Psychologie und Typologie gestürzt und können die blauen von den gelben und die roten von den grünen Gesprächspartnern unterscheiden. Da ist es klar, dass diese Gruppe sich nicht mit einer Technik beschäftigen kann, die banal ist. Banalität und Einfachheit können für Starverkäufer nicht Teil ihrer Networking-Strategie werden. Soviel ist klar: Das ist unter deren Niveau. Und so akquirieren sie auf Netzwerkveranstaltungen munter weiter und helfen dabei, eine vierte Gruppe aufzubauen. Das sind dann diejenigen, die irgendwann keine Lust haben, sich die nächste Versicherung aufschwätzen und an einem eigentlich geplanten netten Abend unter Gleichgesinnten akquirieren zu lassen.

Warum werden diese Starverkäufer überhaupt Teil von Netzwerken und Teilnehmer an den dazugehörigen Netzwerk-Events? Sie sind doch Starverkäufer und hätten es gar nicht nötig.

Eine Frage, auf die ich noch keine Antwort gefunden habe.

Networking ist doch ganz leicht

Die dritte Gruppe hat die schwierige Hürde des Networking überwunden. Nämlich zu erkennen, dass Networking im Grunde doch ganz leicht ist. Das Schwierige ist, zu dieser Erkenntnis zu gelangen und den Mut aufzubringen, die einfachen Dinge auch zu tun und nicht nach den vermeintlich komplexen Techniken zu suchen.

Networking braucht situativen Small Talk, Wertschätzung und Geduld. Zudem haben Sozialkompetenz, eine Prise Kommunikationskompetenz und gute Umgangsformen auch noch nie geschadet. Ganz leicht, oder?

Und doch trennt sich die Networking-Spreu vom Weizen oft schon beim Small Talk. Ich wundere mich schon ein wenig, dass es zu diesem Thema sogar etliches an Literatur zu finden gibt. Amazon hält über 50 Titel rund um das Thema „Small Talk“ bereit. Da gibt es Small Talk für Netzwerker, für Businesssituationen, für Anfänger und für Leute, die nie wieder sprachlos sein wollen.



Abbildung 1: Small Talk

Dabei reicht für den schnellen Einstieg nur eine kleine Definition. Zunächst ist Small Talk eines in jedem Fall nicht: nämlich sinnloses „blabla“ oder der Austausch über die Wetterlage. Auch mit antrainierten und auswendig gelernten Plattitüden kommen Sie in der Regel keinen Schritt weiter. So fragte ein Bankberater seinen Kunden in meinem Beisein, ob er denn gut hergefunden habe. Auf meine Rückfrage nach dem Termin gab er an, er wollte damit zu Beginn des Gesprächs die Beziehung zum Kunden aufbauen, Small Talk betreiben. Ich als Kunde hätte mich an dessen Stelle sehr gewundert, war er doch bereits seit über 10 Jahren Kunde dieser Filiale. Sie sehen mit Floskeln erreichen Sie das Gegenteil vom dem, was Sie erreichen könnten.

Situativ soll er sein

Das vorangestellte „situativ“ soll eine erste Orientierung geben. Guter Small Talk ist situativ, das heißt der aktuellen Situation angemessen. Wenn sich im privaten Umfeld zwei Fremde treffen, dann wäre ein Gespräch, welches sich im Kern um das gegenseitige Kennenlernen dreht, der Situation angemessen. Die beiden Gesprächspartner können zudem die Kommunikationssituation kaum noch verbessern, wenn die Gesprächsanteile, der Informationsaustausch und Frageanteil zwischen den beiden ausgeglichen ist und nicht einer der beiden Kommunikationspartner 45 Minuten lang alleine redet und erklärt, was er doch für ein toller Typ ist.

Sie kennen diese Situationen, oder?

Diese Situation kann zwei echten Networking-Teilnehmern im gegenseitigen Gespräch nicht passieren, wenn sich beide gegenseitig wertschätzen und sich für den jeweils anderen auch wirklich interessieren. Dann wird sich der Gesprächsanteil beinahe automatisch ausgleichen und sich die Fragen, welche sie mit echtem Interesse für den anderen formulieren, fast aufdrängen. Das nennt der Fachmann dann Empathie.

Wenn Sie jetzt noch die nötige Geduld aufbringen, sind Sie auf dem besten Weg zum Networking-Experten. Das Networking-Ergebnis, also der Verkauf einer Ware, ein Auftrag oder ein neuer Job, sind zeitlich nicht planbar. Das hat Networking mit der Akquise gemeinsam, denn den Erfolg in der Akquise können Sie ebenso in keinsten Weise planen. Bei beiden Aktivitä-

ten können Sie zwar die Qualität Ihrer eigenen Vorgehensweise verbessern. Die Garantie für einen 100 %-igen Erfolg gibt es aber nicht, auch wenn Ihnen dies der ein oder andere „Du schaffst es“-Referent auf der Bühne suggerieren will. Mit Chakka und auf die Brust schlagen kommen Sie hier nicht weiter.

Bei der „echten“ Akquise können Sie nachfassen und sich zumindest Klarheit über den Prozess verschaffen. Dann wissen Sie, woran Sie sind. Das geht beim Networking nicht. Sie können nicht bei einem netten Gesprächspartner vom gestrigen Networking-Event der Mittelstandsinitiative anrufen und fragen, warum er Ihnen noch keinen Auftrag für die Programmierung einer neuen Webseite erteilt hat. Er sei doch gestern Abend noch ziemlich interessiert gewesen. Auf der Ebene des Kennenlernens neuer Kontakte ist Networking höchst verbindlich, vor allem dann wenn diese Kontakte im realen Leben geknüpft werden. Auf der Ebene einer sogenannten Auftragsverbindlichkeit ist Networking im höchsten Maße unverbindlich.



Interview mit Ingolf Jungman

Geschäftsführer Frankfurt School of Finance & Management gGmbH

Ich bin Netzwerker, weil ...

... ich „pro relatio“ bin. Man denke an H₂O – eine nutzbringende Verbindung (relatio) unterschiedlicher Elemente.

Ich bin Netzwerker seit ...

... schon immer!

Im Buchtitel dreht es sich um Irrtümer und Networking. Was ist aus Ihrer Sicht der größte Irrtum im Umgang mit dem Thema Networking?

Networking is not Multi-Level-Marketing!

Warum würden Sie sich selbst als Netzwerker bezeichnen?

Weil ich es bin.

Wann sollte man mit dem Netzwerkaufbau beginnen?

Die Frage ist irreführend! Der Mensch ist nicht Monade (Leibniz, 1646 - 1716) - schon von Anfang an - seit Geburt - sind „Beziehungen“ vorhanden. Kurz gesagt: So früh wie möglich.

Was ist Ihr Networking-Highlight?

Das bleibt mein Geheimnis, weil es mich persönlich sehr befördert hat in meiner beruflichen Entwicklung.

ONLINE-Networking versus OFFLINE-Networking, welcher Netzwerktyp sind Sie?

Der Zweck rechtfertigt die Mittel! Vertrauensaufbau ist niemals online möglich, beide Kanäle sind aber zu bedienen.

Wie viel Networking braucht der Mensch?

Mehr als wir glauben und wissen.

77 Irrtümer, und was ist Ihr ultimativer Tipp für erfolgreiches Netzwerken?

Die Zugehörigkeit zu einem (auch formellen) Netzwerk ist nicht gleichbedeutend mit Networking!

Mein ultimativer Tipp:

Leben Sie ihre Grundhaltung in allen Netzwerken: Wertschätzung, Respekt und Höflichkeit!