

Crashkurs Networking

Haas

3. Auflage 2024
ISBN 978-3-406-81418-1
C.H.BECK

schnell und portofrei erhältlich bei
beck-shop.de

Die Online-Fachbuchhandlung beck-shop.de steht für Kompetenz aus Tradition. Sie gründet auf über 250 Jahre juristische Fachbuch-Erfahrung durch die Verlage C.H.BECK und Franz Vahlen. beck-shop.de hält Fachinformationen in allen gängigen Medienformaten bereit: über 12 Millionen Bücher, eBooks, Loseblattwerke, Zeitschriften, DVDs, Online-Datenbanken und Seminare. Besonders geschätzt wird beck-shop.de für sein umfassendes Spezialsortiment im Bereich Recht, Steuern und Wirtschaft mit rund 700.000 lieferbaren Fachbuchtiteln.

Präsenz zeigen und Kontakte am Laufen halten

Anlässe, bei denen per se viele unterschiedliche Leute zusammenkommen, alte Bekannte und Fremde, sind ideal – Sie können viel Zeit, Kosten und den organisatorischen Aufwand vieler Einzelverabredungen sparen. Messen und Kongresse sind deshalb unter Networkingaspekten so hocheffizient. Als Gast kommen Sie in den Genuss der Kontakte des Gastgebers. Laden Sie selbst ein, können Sie unterschiedlichste Menschen zusammenbringen, die sich normalerweise nicht begegnen würden.

Meine Empfehlung ist: Haben Sie keine Lust auf eine Grundsteinlegung, Filialeröffnung, die Präsentation eines neuen Produkts, auf die Weihnachtsfeier – gehen Sie trotzdem hin. Man trifft immer eine interessante Person. Wenn man keine Lust hat, wird es zudem meistens am schönsten. Zur Not gehen Sie eher mit der Anmerkung, Sie hätten noch einen Termin, das ist auch abends nicht ungewöhnlich.

Vor kurzem lernte ich bei einem Event, der so gar nicht in meinen vollgestopften Tag passen wollte, einen Herrn kennen, der wenige Tage später seiner Lebensgefährtin riet, sich von mir coachen zu lassen. Am Büroschreibtisch oder gar zu Hause auf dem Sofa wäre das nicht passiert.

Erfolgsfaktor: Geselligkeit

Einladungen zum Essen und kleine Runden mit informellem Charakter sind hervorragende Gelegenheiten zum Netzwerken: Sie haben ein relativ großes Zeitkontingent für eine begrenzte Anzahl von Personen. Manche schwören auf Partys, andere laden zu Kaminabenden ein. Die einen öffnen die Pforte ihres Heims, wieder andere bevorzugen Restaurants.

Erfolgsfaktor Geschäftsessen

Ein hochrangiger Bankmanager, der sehr vermögende Menschen bei internationalen Finanztransaktionen berät, beschrieb fast poetisch, mit welchem Bedacht und welcher Eleganz Franzosen, aber auch Italiener bei geschäftlichen Einladungen vorgehen: Selbstverständlich wird gefragt, welche Küche bevorzugt werde, ob es ein Lieblingsrestaurant gebe oder ob man mit einer besonderen Location überraschen dürfe, für die eine etwas längere Anfahrt erforderlich sei.

Da wird nicht schon bei der Vorspeise der Schlenker zum Geschäftlichen gemacht, nein, man unterhält sich beim 5-Gänge-Menü kultiviert über Gott und die Welt und bringt erst beim obligatorischen Espresso das Geschäftliche ins Spiel. Wohl dem Berater und sonstigen Gastgeber, der eine gute Allgemeinbildung hat und sich auf gesellschaftlichem Parkett zu Hause fühlt – und die Ungeduld im Zaume halten kann.

Natürlich verkehrt nicht jeder in luxuriösen Sphären. Das Prinzip ist jedoch auch beim Essen in der Kantine oder dem 2-Gänge-Business-Lunch für 25 € dasselbe: Man wartet bis zum Dessert, um zum Geschäft zu kommen. Es sei denn, man verabredet sich gezielt zum Arbeitsessen.

Essen und Trinken hält Leib und Seele zusammen

... gilt immer noch. Keith Ferrazzi, der viel von einem guten Tropfen hält, riet einem nicht begüterten Freund, einfachen Wein zu kaufen, aber reichlich, und ihn am Fließen zu halten. Gut, wenn jeder den Zeitpunkt für Mineralwasser kennt.

Erfolgsfaktor: Golf

Golfspieler kennen die Faszination des 19. Loches, der Bar im Clubhaus, an der häufig Geschäftsideen entwickelt und Geschäfte abgeschlossen werden. Ähnlich wie ein 4-Gänge-Menü bereitet eine Golfrunde den Weg zum Geschäftlichen. Die gemeinsame sportliche Betätigung schafft Nähe und Vertrauen. Die ehemalige Vizepräsidentin der IHK Berlin, Dr. Mercedes Hillen, beantwortete die Frage, wie viel Zeit man ins Netzwerken investieren sollte, pragmatisch: „Wer die besten Geschäfte auf dem Golfplatz abschließt, sollte dort 2/3 seiner Zeit verbringen.“

Behalten Sie die Übersicht über Ihre Kontakte

Ich verwende „Kontakte“ von Apple, das Telefonbuch im iPhone und LinkedIn als erweiterte „Kartei“. LinkedIn hat als Business-Plattform den Vorzug, dass die Kontaktdaten (meistens) aktuell sind. Die beiden Rolodexe, die mir als „Jägerin und Sammlerin“ und meinem Faible für Haptik sehr entgegenkamen, nutze ich kaum mehr. Diese Rotationskartei mit Kärtchen zum Aufkleben von Visitenkarten war eine geniale Erfindung. Ein digitaler Nachfolger ist z. B. Dex.

Hüten Sie sich davor, Visitenkarten für überflüssig zu halten. Sie zu überreichen, erleichtert anderen die Möglichkeit, uns zu kontaktieren. Dennoch sind sie, genauer gesagt: mein Umgang mit ihnen mein „Sündenbabel“. Obwohl ich genau weiß, was zu tun ist, siegt bisweilen der innere Schweinehund. Machen Sie es besser.

Klug ist:

- Möglichst noch vor Ort auf Visitenkartenrückseiten notieren: Datum, Anlass, Besonderes zum Gesprächspartner, ggf. was Sie ihm schicken wollen.
- Visitenkartenscanner nutzen.
- Outlook oder Kontakte verwenden: zeitnah zumindest Namen, Firma/Organisation, E-Mailadresse ein- und die handschriftlichen Anmerkungen von der Kartenrückseite übertragen.
- Person kategorisieren, z. B. mit themenbezogenen Stichworten.
- Kontakte bewerten: Manche bewerten mit Schulnoten, andere ordnen von A bis E, da es auch Z-Promis gibt, ist der Fantasie keine Grenze gesetzt.
- Bewertung regelmäßig überprüfen.

Veranstaltungen effizient nutzen

Veranstaltungen sind unerlässlich. Miteinander zu reden ist oft wichtiger als der inhaltliche Anlass, der den Rahmen bietet. Messen, Kongresse und andere Events haben den großen Vorzug, dass man mit wenig Zeitaufwand vielen begegnet, die man sonst einzeln treffen müsste. Manches regelt sich informell am Buffet, weil man an Entscheider direkt herankommt und nicht beim Vorzimmer „aufläuft“. Einige Tipps:

- Verabreden Sie sich im Vorfeld der Veranstaltung zu einem Drink oder essen Sie danach gemeinsam.
- Seien Sie früh da, bleiben Sie lange, um mit möglichst vielen einige Worte zu wechseln.

- Richten Sie Grüße aus, die Ihnen aufgetragen wurden.
- Vereinbaren Sie Termine mit Anwesenden.
- Sprechen Sie Einladungen aus.
- Nicht an einem Stehtisch, bei einer Person festkleben.
- Sprechen Sie neue Leute an.
- Lassen Sie sich Visitenkarten geben.
- Melden Sie sich zu Wort, um sichtbar zu sein und sich bekannt zu machen.
- Nennen Sie vor einem Redebeitrag Ihren Namen und das Unternehmen.
- Tragen Sie sich dem Veranstalter ggf. als Referent an.
- Sprechen Sie mit den Referenten, stellen Sie Fragen.
- Akquirieren Sie ihn für einen eigenen Event oder lassen Sie ihm später eine Information zukommen.

Machen Sie mehr aus Ihrer E-Mail-Korrespondenz

- Bedanken Sie sich öfter einfach mal wieder.
- Die Dankesformel in Emails erhöht die Wahrscheinlichkeit einer Antwort signifikant.
- Verschicken Sie hilfreiche Links.
- Leiten Sie Interessantes weiter – an mehrere.

Briefpost

Einladungen und Grüße, die Eindruck machen sollen, erleben gerade eine Renaissance auf Papier per Post. Probieren Sie es aus.

Duftende Kartengrüße im Job

Dufterlebnisse sind auch geschäftlich zulässig. Eine nach Weihnachtsgewürzen duftende Weihnachtskarte verschaffte mir großen Erfolg: Nicht nur unmittelbar nach Versand kamen Anrufe, E-Mails, Rezepte für Plätzchen und Weihnachtsgeschichten als Aufmerksamkeit. Im April (!) des Folgejahres berichtete man mir, dass die Karte noch immer auf dem Schreibtisch stehe, weil sie so schön sei (ein alter Küchenherd mit nostalgischem Geschirr, Gewürzen und Weihnachtsgebäck) und noch immer gut rieche. Das ist nachhaltig! Wer in Erinnerung bleiben will, muss sich etwas einfallen lassen.

Nur nebenbei: Über Weihnachtskarten mache ich mir bereits im Spätsommer Gedanken. Gerne verwende ich Kunstwerke befreundeter Künstlerinnen und Künstler. Die entstehenden Gesamtkunstwerke aus Wort und Bild kommen sehr gut an und – welch gewollter, schöner Nebeneffekt – sie bringen die Künstler ins Gespräch und auf Schreibtische/PCs.

Was Sie von Profi-Netzwerkern lernen können

Man kann viel von erfolgreichen Menschen lernen, auch in Sachen Effizienz und Umsicht, denn diese haben wenig Zeit und müssen viele Dinge parallel am Laufen halten.

- Für den Abtprimas der Benediktiner, Dr. Notker Wolf, der rund 25.000 Mönchen und Nonnen in aller Welt vorstand, sind auch nach seiner Emeritierung Reisen wesentlicher Bestandteil der Beziehungspflege, weil er nur so sehr viele

Menschen auf einmal treffen kann. Im Übrigen schreibt er viele E-Mails – alle persönlich. Seine Bücher, TV-Auftritte und Vorträge verbinden ihn mit einer breiten Öffentlichkeit.

- Kim Wempe, Chefin des Uhren- und Schmuckgeschäfts „Juwelier Wempe“ mit 30 in- und ausländischen Niederlassungen schätzt den unmittelbaren Kontakt und greift gerne zum Telefonhörer, um Dinge zu besprechen.
- Heinrich von Pierer, ehemaliger Vorstands- und dann Aufsichtsratsvorsitzender von Siemens hält viel von der persönlichen Begegnung: „Face-Mail statt E-Mail“ dürfe nicht in Vergessenheit geraten.
- Heidi Hetzer (1937-2019) war eine Berliner Institution. Mit 77 startete sie ihre zweijährigen Weltreise mit Oldtimer Hudo unterstützt von ihrem internationalen Netzwerk. Die Welt folgte den beiden über ihren Blog und Reportagen. Heidi war auch mit 70+ an fünf Abenden pro Woche auf Events und als junge Frau Mitglied in der für hohe Aufnahmehürden bekannten exklusiven Young Presidents Organisation.
- Der ehemalige Festivaldirektor der Berlinale, Dieter Kosslick, schwört auf „Networking by Kaffeetrinken“. Viele Auslandsreisen und der Besuch von Partys waren für ihn „Dienstpflichten“.
- Von Dr. Michael Rogowski, dem langjährigen Präsidenten des Bundesverbands der Deutschen Industrie, stammt der wichtige Rat, bei jedem Vorhaben zu schauen, welche Personen oder Netzwerke stören oder schaden könnten.
- Prof. Roland Doschka, Ausstellungsmacher, Bestseller-Autor und Inhaber eines preisgekrönten Gartens, betont, dass man Netzwerke nicht innerhalb von ein paar Mona-