

Gudrun Fey

Kontakte knüpfen und beruflich nutzen

Erfolgreiches Netzwerken

5., aktualisierte Auflage

 **WALHALLA**
FACHVERLAG

Nutzen Sie das Inhaltsmenü:
Die Schnellübersicht führt Sie zu Ihrem Thema.
Die Kapitelüberschriften führen Sie zur Lösung.

Professionell netzwerken.....	7
1 Wovon der Erfolg im Beruf wirklich abhängt	9
2 Was ist ein „Netzwerk“?.....	17
3 Netzwerk-Vorteile sinnvoll ausschöpfen	21
4 Testen Sie sich: Sind Sie ein Netzwerk-Typ?	35
5 Entwickeln Sie Ihre kommunikativen Fähigkeiten	61
6 Ergreifen Sie die Initiative	71
7 Kontaktpflege gehört dazu!	83

Schnellübersicht

8	Wie Sie Kontakte in Beziehungen umwandeln	95
9	Netzwerken mit Kunden	99
10	Netzwerken im Beruf	109
11	Netzwerken in der Freizeit	125
12	Ein eigenes professionelles Netzwerk gründen	135
13	Im Internet gezielt netzwerken	137
14	Mentoring – Sonderform des Netzwerkers	141
	Machen Sie sich in Netzwerken nützlich	151
	Netzwerk-Adressen	154
	Literaturhinweise	156
	Schnell nachschlagen	159

Professionell netzwerken

Ärgern Sie sich manchmal darüber, dass andere Menschen, die Sie kennen und deren berufliche Leistung Sie als genauso gut wie Ihre eigene bewerten, mehr Erfolg haben und schneller Karriere machen als Sie? Angenommen, es bestehen tatsächlich keine Leistungsunterschiede, was verhilft diesen Personen zum Erfolg? Es sind Beziehungen, die diese Menschen aufbauen und dann auch gezielt nutzen, oder kürzer gesagt: Es ist das professionelle Netzwerken.

Früher gab es ein natürliches Netzwerk, in das man hineingeboren wurde. Das war die Familie, deren Zusammenhalt selbstverständlich war. Darüber hinaus gab es noch die Dorfgemeinschaft, in der jeder jeden kannte.

Viele leben jedoch heute in der Anonymität der Großstadt. Die Nachbarn kennt man nur vom Sehen. Selbst in einem kleinen Ort gibt es oft keinen Kontakt zu den Nachbarn, besonders dann, wenn dieser Ort in erster Linie nur zum Schlafen oder als Freizeitdomizil dient.

Das heißt, Sie müssen sich Ihr eigenes Netzwerk aufbauen oder sich in bereits vorhandene Netzwerke eingliedern. Dieses Buch zeigt Ihnen, wie Sie Netzwerk-Strategien sinnvoll für Ihren beruflichen Erfolg nutzen können.

Dr. Gudrun Fey

Dr. Gudrun Fey

study & train

Gesellschaft für Weiterbildung mbH

Möhringer Landstraße 36

70563 Stuttgart

Telefon: 07 11/7 16 82 86, Fax: 07 11/7 16 82 87

E-Mail: info@study-train.de

Internet: www.study-train.de

Es ist nie die persönliche Leistung allein!

Erfolg beruht nie allein auf der persönlichen Leistung. Auch so genannte Einzelkämpfer haben im Hintergrund immer ein entsprechendes Unterstützungsnetz oder mindestens einen Menschen, der ihnen die Chance gibt, ihr Können zu entwickeln und zu zeigen!

Eine Untersuchung bei IBM in den USA hat ergeben, dass die persönliche Leistung

- nur zu 10 % an der Beförderung beteiligt ist,
- das Image 30 % dazu beiträgt und
- der Bekanntheitsgrad zu 60 % der wichtigste Faktor ist.¹⁾

Um bekannter zu werden und das richtige Image zu haben, müssen Sie in Netzwerke integriert sein. Außerdem brauchen Sie Mentoren, die Sie fördern.

Ein bisschen Glück gehört dazu

Erfolg wird auch durch andere Faktoren begünstigt. An erster Stelle wird hier gern „Glück“ genannt. Natürlich braucht man immer auch etwas Glück, um zum richtigen Zeitpunkt dem richtigen Menschen über den Weg zu laufen.

Doch ist es wirklich „Glück“, wenn etwa ein Professor beim Universitätsball eine Studentin, die ihm durch hervorragende Leistungen aufgefallen ist, einem befreundeten Unternehmer vorstellt, der ihr einen Traumjob bieten kann? Nein, es kommen hier mehrere Faktoren zusammen: Zum einen die persönliche Leistung, zum zweiten, dass sie dem Professor aufgefallen ist, und zum dritten, dass sie auf dem Ball war, viertens, dass der Professor sie

¹⁾ Zahlen aus: Asgodom, Sabine: Eigenlob stimmt, Econ

entdeckte, fünftens, dass der Unternehmer ebenfalls auf dem Ball war, und sechstens, dass er sie vorstellte und schließlich, dass sie einen so guten Eindruck machte – was wiederum ihr Verdienst ist –, dass ihr der Unternehmer eine Stelle anbot.

Auf Ihr Timing kommt es an!

Erfolg wird durch den richtigen Zeitpunkt begünstigt. Besonders Künstler sind immer davon abhängig, dass ihre Kunstwerke dem Zeitgeschmack entsprechen und von anderen gekauft werden. Finden sie niemanden, der sie sponsert, können sie meist „am Hungertuch nagen“.

Jeder Mensch ist „netzwerkabhängig“

Früher sprach man von Mäzenen, von Beziehungen oder von „Vitamin B“, heute benutzt man den positiven Begriff des Netzwerks bzw. „Networking“. Wie sehr Sie auf das Netzwerken angewiesen sind, ist auch eine Frage des Berufes und Ihrer persönlichen Ziele. Denn je nachdem, was für einen Beruf Sie haben, können Sie nur (!) durch und mit anderen Menschen erfolgreich werden und bleiben.

Beispiele:

- Ein Ingenieur mit produktiven Ideen ist auf andere angewiesen, die die Qualität seiner Ideen erkennen und bei ihrer Umsetzung helfen.
- Freiberufler und Selbstständige, Immobilienmakler, Finanz- und Versicherungsdienstleister, Unternehmensberater, Handwerker, Buchhändler, Hotelbesitzer oder andere Dienstleister sind abhängig von der positiven Beurteilung anderer. Sie müssen glaubwürdig, vertrauenswürdig und außerdem sympathisch wirken.

Wovon der Erfolg im Beruf wirklich abhängt

- Bei Ärzten und Rechtsanwälten kommt als Erschwernis hinzu, dass sie nur eingeschränkt Werbung für sich machen dürfen.
- Schauspielerinnen oder Entertainer sind nur so lange erfolgreich, wie das Publikum sie will. Sind sie einmal in Ungnade gefallen, ist es schwer, die Gunst des Publikums zurückzugewinnen.

Besonders schwierig sind Dienstleistungen zu vermarkten, die in hohem Maße Vertrauen voraussetzen und außerdem noch erklärungsbedürftig sind. Als wir unser Unternehmen gründeten, wollten wir mit einem Paukenschlag starten. In Zusammenarbeit mit einem wirklich kompetenten Mailingberater gestalteten wir unsere Seminarbroschüre inklusive Anschreiben. Ein wichtiger Erfolgsfaktor bei Mailingaktionen sind die richtigen Adressen, mit denen uns der Adressenhändler, Karl-Erich Jannausch, belieferte. Wir verschickten über 100.000 Mailings und dachten, nun laufen bei uns die Telefone heiß. Doch wir wurden bitter enttäuscht. – Aus diesem Fall können Sie etwas Wichtiges lernen. Selbst wenn die Mailings optimal gestaltet sind und Sie auch die richtigen Adressen haben: „Vertrauen lässt sich nicht durch Mailings aufbauen.“ Deshalb braucht der Aufbau eines Unternehmens, das auf Vertrauen angewiesen ist, Zeit. Diese können Sie jedoch verkürzen, indem Sie alle in diesem Buch beschriebenen persönlichen Weiterentwicklungsmöglichkeiten und Netzwerk-Chancen nutzen, um Ihren Bekanntheitsgrad schnell zu steigern und ein vertrauenswürdiges Image aufzubauen.

Wahre Egoisten handeln kooperativ

Gute Netzwerker zeichnen sich durch ihre Liebe zu Menschen aus. Und das ist nicht altruistisch, im Sinne von „selbstlos handeln“, zu verstehen! Netzwerker dürfen durchaus in ihrem tiefsten Innern Egoisten bleiben. Es kommt lediglich darauf an zu erkennen, dass sich Kooperation in den allermeisten Fällen für beide Seiten auszahlt.

Wichtig: Gute Netzwerker sind „menschenorientiert“ und weniger „sach- oder problemorientiert“. Für sie gibt es letztlich nichts Interessanteres und Wertvolleres auf der Welt als Menschen. Sie wissen, dass jeder Mensch ihnen etwas geben kann und dass auch sie das Leben eines anderen Menschen entsprechend bereichern können. Schätzen Sie sich dagegen als „sachorientierten“ oder sogar langweiligen Typ ein, dann werden Sie vermutlich auch von anderen so eingeschätzt. Ich kenne einen Agraringenieur, der diese Meinung von sich hat. Es gelang mir jedoch, ihn davon zu überzeugen, dass auch der langweiligste Mensch anderen etwas bieten kann. Er kann sich nämlich zu einem guten Zuhörer entwickeln und wird feststellen, dass andere Menschen deshalb gern seine Nähe suchen, weil es nur wenig wirklich gute Zuhörer gibt.

Praxis-Tipp:

- Wenn Sie Ihre Netzwerk-Aktivitäten steigern wollen, dann achten Sie im Moment weniger auf die Qualität, sondern auf die Quantität. Wichtig ist, dass Sie sich überhaupt darin trainieren, Kontakte zu knüpfen. Erst später, wenn Sie Kontakte in Beziehungen umgewandelt haben, können Sie sie auch beruflich nutzen.
- Sie sollten deshalb möglichst viele Kontakte knüpfen, weil man nie weiß, wann man jemand mal dringend braucht.

Wovon der Erfolg im Beruf wirklich abhängt

Beispiel:

Sie lernen auf einer Geburtstagsfeier einen sympathischen Tierarzt kennen. Sie haben zwar noch keinen Hund, doch Ihre jüngste Tochter wünscht sich sehnlichst einen. Sie wissen also, zu welchem Tierarzt Sie gehen können, wenn Ihre Tochter einen Hund bekommen hat und Sie Hilfe benötigen.

Ziel muss sein, Kontakte zu knüpfen, bevor man sie braucht. Fleiß und Ausdauer sind hier vonnöten. Erinnern Sie sich an die zwei Frösche, die jeweils in einen Krug mit Milch fielen. Der eine machte einige Versuche, gab dann auf, nachdem er keinen Erfolg hatte, und ertrank. Der andere jedoch trat und strampelte so lange mit seinen Beinen in der Milch, bis sich oben Butter gebildet hatte und er darauf hinausklettern konnte.

Wichtig: Warten Sie nicht auf die tollen Kontaktmöglichkeiten, vielleicht warten Sie vergeblich, sondern ergreifen Sie jede sich bietende Gelegenheit beim Schopfe. Wenn Sie dann Ihr Netzwerk aufgebaut haben, können Sie ja immer noch wählerisch sein und sich überlegen, welche Kontakte lohnenswert sind und welche Sie einschlafen lassen wollen.

Wenn Sie von nun ab Netzwerken professionell betreiben, sollten Sie weiterhin freundschaftliche Beziehungen zu netten Verwandten, Kollegen oder Bekannten pflegen, ohne immer gleich darauf zu schauen, ob und inwiefern Ihnen dieser Kontakt beruflich nutzt. Oder wie es Ralph Waldo Emerson einmal ausdrückte: „The only way to have a friend is to be one.“

„Ich gebe, damit du gibst!“

Netzwerken beruht auf der Reziprozitätsregel „Do ut des“ – oder auf Englisch: „No give, no get.“

Manche haben Angst, als „Schnorrer“ zu gelten, wenn sie durch Beziehungen weiterkommen. Das passiert jedoch nicht, wenn Sie sich jeweils erkenntlich zeigen. Sie müssen jedoch nicht das, was Ihnen der andere Gutes getan hat, in gleicher Weise zurückzahlen, sondern hier gilt das Motto: Jeder nach seinen Fähigkeiten, jeder nach seinen Möglichkeiten.

So können Sie sich bei einem Lehrer, der einst Ihre Begabung erkannt und gefördert hat, sicher nicht in dem Maße erkenntlich zeigen, wie es angemessen wäre. Doch wenn Sie ihn im Rahmen eines Klassentreffens wiedersehen und er sich bei Ihnen über die Probleme bei der Handhabung einer bestimmten Software beklagt und Sie sich da auskennen, dann können Sie ihm ja Hilfe anbieten.

Der bekannte Archäologe Richard Leakey sieht in der Reziprozitätsregel oder dem Gegenseitigkeitsprinzip sogar ein Überlebensprinzip für Menschen, ohne das wir nicht mehr existieren würden. Dadurch, dass unsere Vorfahren gelernt haben, gemeinsam auf die Jagd zu gehen, Nahrung und andere zum Überleben wichtige Dinge zu teilen oder zu tauschen, sind wir das geworden, was wir sind.¹⁾

„Do ut des“ (Ich gebe, damit du gibst): Dieser Spruch galt schon bei den Römern und basiert auf der Reziprozitätsregel. Diese Regel besagt, dass Sie, wenn Sie von jemand anders etwas bekommen haben, sich verpflichtet fühlen, ihm etwas Vergleichbares zukommen zu lassen.

Beispiele:

- Wenn ich einen Kollegen wegen der Reparatur seines Autos einige Tage zum Bahnhof fahre, erwarte ich, dass er sich revanchiert, wenn ich einmal ein paar Tage auf mein Auto verzichten muss.

¹⁾ Vgl. Cialdini, Robert: Die Psychologie des Überzeugens, Huber

Wovon der Erfolg im Beruf wirklich abhängt

- Eine Freundin von mir war mit einem sehr reichen Unternehmer liiert. Er machte ihr wie selbstverständlich teure Geschenke. Ihr fiel es schwer, diese Dinge anzunehmen, weil sie glaubte, sich nicht revanchieren zu können. Schließlich merkte sie, dass sie ihm durchaus Gleichwertiges bieten konnte, indem sie ihm immer kleine Hasen – die er sammelte – aus Glas, Porzellan, Zinn, Holz und anderen Materialien mitbrachte oder ihm von unterwegs eine Postkarte schickte zum Zeichen dafür, dass sie an ihn dachte.

Praxis-Tipp:

Wenn Sie erfolgreich netzwerken wollen, ist es notwendig herauszufinden, was Sie anderen Menschen jeweils bieten können.