

Die Wichtigkeit des Netzwerkens

Armin Baumann

Am Anfang jeder Vernetzung steht der persönliche Kontakt und somit die persönliche Beziehung. Schon vor der Geburt entsteht zwischen dem Fötus und den Eltern die Beziehung durch die Vertrautheit der Stimme. Unmittelbar nach der Geburt kommen dann die körperliche Wärme und der Geruch der Eltern zur Beziehungsbildung dazu. Nach wenigen Wochen werden Mimik und Gestik aufgenommen. Damit sind alle sinnlichen Wahrnehmungen ausgebildet und werden im Verlaufe des Erwachsenwerdens verfeinert. Dadurch kann das Kleinkind bereits anhand seiner Sinne entscheiden, was ihm guttut und was nicht. Als Erwachsene werden wir geprägt durch Erlebtes, Erspürtes und Gesehenes. Damit können wir anhand unseres Bauchgefühls entscheiden, wem wir vertrauen können und wem nicht. Das Schöne daran ist, dass dies zu 70 Prozent der Wahrheit entspricht. Vertrauen ist die wichtigste Grundvoraussetzung, um gutes Networking zu betreiben.

Kontakte entstehen durch Beziehungen

So elementar das Leben ist, ist das Verhalten sich ein vertrauenswürdiges Netzwerk aufzubauen. Jeder Mensch muss sich sein eigenes Netzwerk erarbeiten und aufbauen. Dies mit eigenem, persönlichem Elan, wobei man dabei auf bestehende Netzwerke zugreifen kann und soll. Ob Privatperson oder Firma, es ist immer dasselbe: Durch Kontakte entstehen Beziehungen. Und wenn man erkennt, dass Firmen aus Menschen bestehen, dann ist es einfach nachvollziehbar, dass hier die gleichen Muster funktionieren wie bei der Beziehung zwischen Menschen. Der Firma

Oft gilt die Meinung, dass sich über soziale Netzwerke wie z. B. Facebook ein Networking realisieren lässt. Ist dem so? Die Macht des persönlichen, aufrichtigen Kontakts wird dabei unterschätzt. Einen solchen aufzubauen benötigt Zeit, Aufwand und Pflege und ist nicht jedermanns Sache – und dies insbesondere in der heutigen, hektischen und schnelllebigen Zeit.



muss ein Gesicht geben und das entsprechende Verhalten an den Tag gelegt werden, und dies soll von den Mitarbeitern entsprechend gelebt werden. In der heutigen Zeit der wachsenden Konkurrenz ist es eminent wichtig, sich sein Netzwerk aufzubauen, um Projekte zu gewinnen, Produkte zu verkaufen und neue Geschäfte anbahnen zu können.

Netzwerke im Mittelalter

Im Mittelalter bis zur Industrialisierung im 19. Jahrhundert wurden in vielen Städten Europas Zusammenschlüsse von Handwerkmeistern gebildet. Diese wurden als Zunft oder Gilde bezeichnet. Das Leben der einzelnen Gruppenmitglieder wurde von der Zunft massgebend beeinflusst. Die Mitgliedschaft ermöglichte das Arbeiten, den Mitgliedern deren Akzeptanz und soziale Einbindung in der Gesellschaft. Durch die Gewerbefreiheit wurde die Macht der Zünfte beschnitten und sie verloren ihren Einfluss. So sind aktuell bestehende Zünfte eher gesellschaftliche Vereine. Heute ist das Verbandswesen an Stelle der Zünfte das Bindeglied zwischen Politik und der Inter-

essengruppe. In der Neuzeit kommt auch immer mehr der Begriff von Communitys zum Tragen. Dies sind Gruppen, die sich zu einem Thema – unabhängig von ihrem Berufsstand – zusammenfinden, austauschen und den sozialen Aspekt pflegen.

Selektive Wahrnehmung

Heute werden wir mit mehr als hunderttausend Informationen pro Tag konfrontiert. Warum aber zerbrechen wir Menschen nicht an dieser Informationsflut? Die Antwort ist einfach: Wir Menschen sind bei der Evolution mit einer selektiven Wahrnehmung beglückt worden. Wir nehmen dies wahr, was uns vertraut ist. Damit Firmen und deren Leistungen selektiv wahrgenommen werden, sind Marketingmassnahmen notwendig. Der Firma gibt man mit der Kreation des Logos eine Identität, welche in der Kommunikation durchgezogen wird. Im Massengeschäft (B2C = Business to Consumer) überwiegt im Gegensatz zum B2B-Geschäft (Business to Business) die Werbung in Massenmedien (Fernsehsport, Inserate, PR-Kampagnen). Im B2B-Umfeld ist die direkte, persönliche

KMU SWISS Podium

Ort: Campussaal Brugg Windisch

Thema: Visionäres Verhalten

Datum: 7. September 2017
(14.00 bis 19.00 Uhr)

Referenten und Referentinnen: Tamara Sedmak (Moderation), Roland Brack (brack.ch), Robert Nussbaumer (Speaker), Marc Gianola (HC Davos), Oliver Furrer (Skysurf Weltmeister) und Hausi Leutenegger (Unternehmer)

Anmeldung: www.kmuswiss.ch/podium

Ansprache (Telefon, Brief, E-Mail, Besuch) erfolversprechend. Die Kunden kaufen bei Firmen, die sie kennen und zu denen sie Vertrauen haben. Soziale Netzwerke im technischen Sinne sind dabei in beiden Fällen unterstützend einzusetzen.

Wer ernten will, muss säen

Vertrauen aufbauen bedingt persönlichen Kontakt – entweder selbst oder durch Empfehlung. Letzteres bedingt den Empfänger entsprechend zu bedienen und zu unterstützen. Beim eigenen persönlichen

Kontakt gilt es, selbst zu überzeugen. In beiden Gegebenheiten ist ein persönliches, vertrauenswürdiges Netzwerk eminent wichtig. Das Schöne dabei ist, dass im selben soliden Netzwerk beide Gruppen bestens bedient werden können. Hierbei gilt ein einfaches Sprichwort: «Wer ernten will, muss säen!» Hierzu das Beispiel am Apfelbaum: Der Apfelkern muss zum Keimen gebracht werden. Der Keimling muss gehegt und gepflegt werden, bis ein solider Stamm steht. Damit der Baum gute Früchte und reichen Ertrag gibt, muss er gestutzt und gepflegt werden. Umgemünzt bedeutet dies für ein gutes, eigenes Netzwerk: Der Aufbau benötigt Zeit, die richtige Wahl ist zu treffen und man muss Mut haben, sich von gewissen (schlechten) Kontakten zu trennen.

Fazit

Vertiefte soziale Netzwerke entstehen durch persönliche Kontakte zwischen Menschen. Firmen bestehen aus Menschen und deshalb sollen Gesichter die Firma prägen. Technische Lösungen sollen flankierend

und sekundär zur Pflege der persönlichen Beziehung genutzt werden. Ein gutes persönliches Netzwerk aufzubauen bedingt Zeit, Pflege und Geduld, damit die Früchte des Erfolges ertragreich sind. Und man muss Menschen mögen und diese so akzeptieren, wie sie sind.

Vier Schritte zum Aufbau eines erfolgreichen Networkings:

1. Anlässe evaluieren, an welchen ich interessante Personen treffen kann.
2. Gezielt und wiederkehrend Anlässe besuchen, um persönlich Menschen mehrmals zu treffen.
3. Beim persönlichen Gespräch Interesse dem Gegenüber signalisieren. Es gilt kein Verkaufsgespräch zu führen, sondern sich auf bescheidene Art und Weise interessant zu machen. Bei Sympathie sind Koordinaten auszutauschen.
4. Nach Erhalt der Koordinaten kann nach ein paar Tagen der Person signalisiert werden, dass es uns gefreut hat sie kennengelernt zu haben und man sich sehr gerne mal für ein weiterführendes Gespräch wieder treffen möchte. ■