



foto: alphaspirit/Forcilla.com

Netzwerken für Kundenwünsche

# Nicht einfach, aber einfach gut

Diversifizierung als Service, wenn Auftraggeber nur einen Ansprechpartner möchten: Auch das kann ein plausibles Modell sein. Wichtig ist in diesem Fall ein breites Spektrum an qualifizierten und zuverlässigen Partnern, die im Bedarfsfall die erforderlichen Leistungen beisteuern können. Ein gut gepflegtes Netzwerk ist hier Gold wert. Tipps von Giselle Chaumien.

**G**utes Netzwerken will gelernt sein. Aber was ist „gutes“ Netzwerken? Am einfachsten lässt sich das durch Negativbeispiele und -erläuterungen eingrenzen. Also: Gutes Netzwerken ist ...

- nicht gleichbedeutend mit Vetterwirtschaft und geheimnisvoller Kumpanei;
- nicht anrühlich und verwerflich. Warum auch? Im Geschäftsleben geht es ums Geschäft, nicht mehr und nicht weniger;
- nicht eine möglichst lange Liste potenzieller Kontakte, die man im Bedarfsfall „mal ansprechen“ könnte;
- ganz sicher nicht das gemeinsame „Sprüche klopfen“, Lamentieren und Herziehen über die „Ausbeuter der Neuzeit“ im „vereinten Klassenkampf“;
- nicht, mit 675 Personen auf Facebook „befreundet“ zu sein und/oder 980 Follower auf Twitter zu haben;
- auch nicht, alles zu tun, um „everybody's darling“ zu sein, um damit ganz bestimmt „dabei“ zu sein;
- auch nicht die in diversen Fortbildungen, auf Messen und in sonstigen Veranstaltungen gesammelten flüchtigen Bekanntschaften zu nutzen, um Akquisemails oder den eigenen Newsletter zu verteilen. Gutes Networking ist kein Synonym für Vertrieb;
- und: kein Kaffeekränzchen und kein gemeinsamer Kneipenbesuch für Klatsch und Tratsch. *Das* heißt: Stammtisch.

## Teamfähigkeit

Gutes Netzwerken bedeutet: Kontakte knüpfen, Personen ansprechen, die für die eigene berufliche Tätigkeit „nutzbringend“ sind, sei es, dass deren Fachwissen das Ihrige ergänzt und der Austausch interessant und fruchtbar ist oder dass der Kontakt in eine gemeinsame Aktivität mündet (ein gemeinsames Projekt, das Weitergeben eines Auftrags, die Empfehlung einer kompetenten Person ...). In meiner ehemaligen Firma wurden Nachwuchsführungskräfte zum gemeinsamen „Brücke bauen“ auf Wochenendveranstaltung geschickt. Die zwei Teams erhielten einen Schubkarren voller Holzbretter, Werkzeug usw. Da zeigte sich, wer teamfähig ist und am gemeinsamen Ziel arbeitet. Übrigens funktioniert die Übung auch mit Papier, Schere, Klebstoff usw.

## Engagement

Gutes Netzwerken bedarf der Pflege durch die Beteiligten, der längerfristigen Gestaltung, ja, auch des Engagements der Beteiligten, dem Qualitätsanspruch des Netzwerks gerecht zu werden. Gutes Netzwerken kostet Zeit, aber diese Zeit ist eine Investition, die sich auszahlt. Nicht unbedingt

immer in Euro und Cent, sondern auch in Wissensaustausch, gegenseitiger Hilfe, Tipps, Empfehlungen, Anregungen ... und auch Kritik. Aber bitte konstruktiv.

## Bedingungslos

Gute Netzwerke sind belastbar. Mal benötigt der eine Netzwerkteilnehmer etwas mehr Engagement vonseiten des Netzwerks, mal der andere. Wenn Sie bereit sind, dies „bedingungslos“ zu leisten, sind Sie auf dem richtigen Weg, wobei mit „bedingungslos“ natürlich nicht gemeint ist, dass Sie sich – physisch, mental, intellektuell oder wie auch immer – völlig verausgaben und Ihr eigenes Wohl aufs Spiel setzen. Bedingungslos bedeutet hier: Ich helfe dir, kein Problem, mache ich gerne. Und ich erwarte keine Gegenleistung. Vielleicht brauche ich irgendwann einmal deine Hilfe, vielleicht auch nicht. Das ist in Ordnung.

## Erst geben

Die Erfahrung zeigt, dass sich viele gerade mit der „bedingungslosen“ Unterstützung schwer tun. Im Vordergrund steht oft die Frage: „Lohnt sich das für mich?“ Ja, gutes Netzwerken funktioniert auf der Basis des Gebens und Nehmens, aber am Anfang ist häufig ein von Herzen erfolgtes Geben das Fundament. Erfolgreiche, intelligente Menschen wissen das und handeln instinktiv danach.

## Vertrauen und Respekt

Gutes Netzwerken setzt echtes Interesse am anderen voraus. Der Schmierstoff des guten Netzwerks besteht aus Vertrauen, gegenseitigem Respekt – das versteht sich von selbst – und Loyalität. Geheimniskrämerei und am Ende vielleicht sogar den Netzwerkpartner beim Endkunden zu hintergehen, um einen Auftrag an sich zu ziehen – das geht gar nicht.

## Kritikfähigkeit

Eine gute, belastbare Zweier-Netzwerk-Beziehung hält konstruktive Kritik aus, wenn sie fair und sachlich vorgebracht wird (das gilt übrigens auch im privaten Bereich, in Partnerschaften u.ä.). Sich in Diplomatie üben ist nicht gleichzusetzen mit der Aufgabe der eigenen Grundsätze und/oder Meinungen. Wie immer im Leben: Der Ton macht die Musik. Mit offener, sachlicher Kritik kann sich eine Netzwerkpartnerschaft weiterentwickeln. Und jeder hat seine zweite Chance verdient.

## Authentisch bleiben

Gutes Netzwerken setzt authentisches und geradliniges Auftreten voraus. Nur so entstehen auch belastbare und langfristige Kontakte. Doch merke: Authentische Menschen sind nicht unbedingt sehr „pflegeleicht“, sie zeigen Profil und haben Charakter. Sie handeln unabhängig und verspüren nicht das Bedürfnis, gefallen zu wollen, deshalb verbiegen sie sich nicht, sind aber glaubwürdig und aufrichtig.

## Wie baue ich ein Netzwerk auf?

Das kommt darauf an, welche Ziele Sie mit dem Aufbau des Netzwerks verfolgen.

Sie wollen einfach nur andere Freiberufler aus Ihrer Branche finden und sich mit ihnen über Herangehensweisen beispielsweise bei der Kundenakquise oder der Auftragsabwicklung, den Einsatz von Tools oder Fortbildungsmöglichkeiten austauschen? Dann eignen sich Treffen, Weiterbildungsmaßnahmen, Fachforen, Mitgliedschaften in Fachverbänden und dergleichen. Eine gewisse Regelmäßigkeit des Erscheinens ist dem Aufbau einer vertrauensvollen Netzwerkbeziehung hilfreich.

Sie suchen nach Kontakten, mit denen Sie vielleicht Aufträge oder Projekte gemeinsam abwickeln oder gar eine wie auch immer geartete Kooperation eingehen können? Kontakte, die Sie ohne Wenn und Aber weiterempfehlen können, die Ihre Werte und Ziele teilen, die Ihre Einsatzfelder ergänzen? Hier können Sie die gleichen Wege wie oben beschrieben nutzen, müssen aber genauer hinsehen. Beobachten Sie, wer zu Ihnen und eventuell dem Projekt „passen“ würde. Nehmen Sie sich Zeit, um herauszufinden, wer Ihr Vorhaben kompetent unterstützen, ja, sogar beflügeln – oder aber auch bremsen würde.

Der Sympathieeffekt allein hilft Ihnen beruflich nicht, wenn es darum geht, innerhalb einer Lieferfrist ein Projekt zuverlässig gemeinsam auf die Beine zu stellen. Achten Sie auf Fachkompetenz, aber auch auf die Soft Skills (wie oben beschrieben). Gute Beobachter, die selbst über das gewisse Feeling und die nötige Beziehungsmotivation verfügen, stellen schnell fest, wer die so genannte Leadership-Dimension gepaart mit einer gefestigten Selbstsicherheit ausstrahlt.

Sind Sie eventuell auf der Suche nach branchenfremden Kontakten, weil Sie sich ein zweites und/oder drittes Standbein aufbauen wollen? Dann nutzen Sie zusätzlich zu den oben genannten Kontaktmöglichkeiten aus Ihrer Branche auch ähnliche branchenfremde Veranstaltungen.

## Handverlesen

Bei alledem muss eines klar sein: Je weiter „oben“ Sie sich bewegen, also in den Gefilden, in denen Erfolg, Leadership, Charakter, hohe Fachkompetenz und souveränes Auftreten zusammen kommen, desto dünner ist die Luft – will sagen: desto weniger Kontakte erfüllen diese (anspruchsvollen) Kriterien. Vergessen Sie nicht: Es geht hier um berufliches Netzwerken und nicht um freundschaftliche Bekanntschaften, auch wenn das eine das andere nicht ausschließen muss.

Übrigens: Netzwerkkontakte wollen nicht nur gepflegt, sondern hin und wieder auch „verwaltet“ und auf den Prüfstand gestellt werden. Business is business. Und Ballast ist überflüssig ... im Beruf wie im Privatleben. ■



**Giselle Chaumien**

*Giselle Chaumien war Ressortleiterin in der Industrie, bevor sie ihre freiberufliche Nebentätigkeit in den Vordergrund stellte und sich selbstständig machte. Heute arbeitet sie als freie Autorin, Journalistin sowie als Fachübersetzerin in den Gebieten Technik, Wirtschaft, Recht, Management. Sie berät außerdem Unternehmen in Sachen Kommunikation und begleitet junge Menschen in die eigene Selbstständigkeit. [www.gcw-communications.com](http://www.gcw-communications.com)*

## NEUERSCHEINUNGEN



Als einer der führenden Anbieter von Übersetzungswörterbüchern stehen wir für höchste Qualität und Aktualität unserer Werke.

### Richard Ernst Wörterbuch der industriellen Technik

Band I Deutsch-Englisch:  
2. Auflage, 2, 1400 Seiten,  
238.000 Einträge  
ISBN: 978-3-87097-231-4  
€ 120,-

### Richard Ernst Wörterbuch der industriellen Technik

Band IV Französisch-Deutsch:  
6. Auflage, VIII, 2026 Seiten,  
269.000 Einträge  
ISBN: 978-3-87097-233-0  
€ 120,-

Weiterhin erhältlich:  
CD/Download Deutsch-  
Französisch-Übersuch:  
426.000 Einträge  
ISBN: 978-3-87097-240-6  
€ 230,-

### Herbert R. Riba: Taschenwörterbuch der Umweltechnik

Deutsch-Englisch/Englisch-  
Deutsch: 304, 326 Seiten,  
38.000 Einträge  
ISBN: 978-3-87097-232-3  
€ 33,80

Weiterhin erhältlich: CD/  
Download Deutsch-Englisch-  
Deutsch: 38.000 Einträge  
ISBN: 978-3-87097-240-2  
€ 45,-

### Richard Ernst Wörterbuch der industriellen Technik

Band II Englisch-Deutsch:  
8. Auflage, 2, 1870 Seiten,  
248.000 Einträge  
ISBN: 978-3-87097-236-1  
€ 120,-

CD/Download Deutsch-  
Englisch-Deutsch:  
486.000 Einträge  
ISBN: 978-3-87097-234-7  
€ 230,-

### Silber/Graumann/Illy: Wörterbuch der spanischen und deutschen Sprache

Band I Spanisch-Deutsch:  
6. Auflage, 20, 978 Seiten,  
162.000 Einträge  
ISBN: 978-3-87097-253-2  
€ 98,-

Weiterhin erhältlich: Band II  
Deutsch-Spanisch: 6. Auflage,  
2009, 1384 Seiten,  
162.000 Einträge  
ISBN: 978-3-87097-221-9  
€ 98,-

CD/Download Deutsch-  
Spanisch-Deutsch:  
380.000 Einträge  
ISBN: 978-3-87097-243-3  
€ 195,-

### Richard Ernst: Wörterbuch der industriellen Technik

Band III Deutsch-Französisch:  
7. Auflage, VIII, 946 Seiten,  
223.000 Einträge  
ISBN: 978-3-87097-230-9  
€ 120,-

### Georges E. Potonnier: Wörterbuch für Wirtschaft, Recht und Handel

Band II Französisch-Deutsch:  
4. Auflage, 304, 882 Seiten,  
94.000 Einträge  
ISBN: 978-3-87097-231-6  
€ 95,-

Weiterhin erhältlich: Band I  
Deutsch-Französisch:  
4. Auflage, 304, 989 Seiten,  
94.000 Einträge  
ISBN: 978-3-87097-216-3  
€ 90,-

CD/Download Deutsch-  
Französisch-Deutsch:  
190.000 Einträge  
ISBN: 978-3-87097-240-3  
€ 172,-