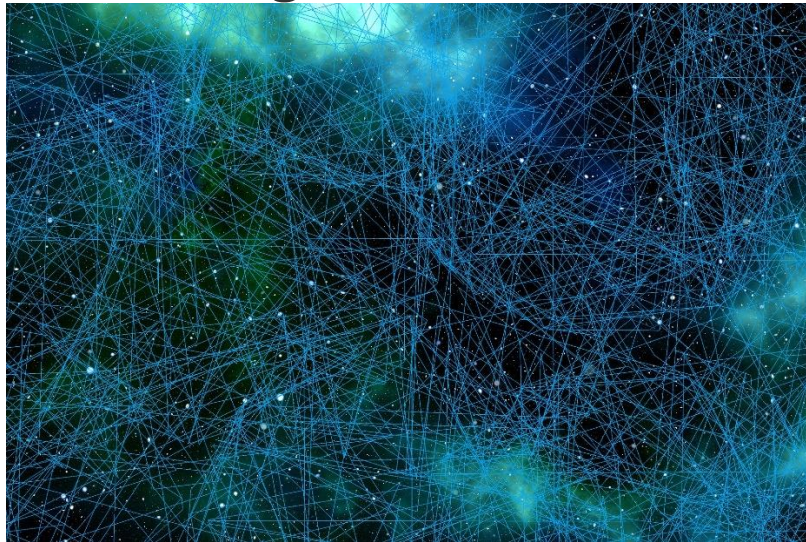


## Netzwerken oder „Wie verbinde ich mich mit den richtigen Menschen, die genauso denken wie ich?“



„Ich brauche gerade mal eine zusätzliche Expertise im Bereich Agilität und Resilienz!“, „Wen könnten wir noch zu dem Webinar zum Thema Führung einladen?“ oder „Wie komme ich eigentlich am besten mit dem Vertriebler in Kontakt, den ich neulich auf der Veranstaltung getroffen habe?“ Alle diese Fragen kommen einem in den Kopf, wenn Sie als Unternehmer, aber genauso gut als Angestellter täglich Ihrer Arbeit nachgehen. Und alle diese Fragen haben einen gemeinsamen Nenner und der lautet: Netzwerk – Netzwerkpfege und Netzwerkaufbau.

Bei der Betrachtung der Definition von Netzwerk, fällt auf, dass dieser Begriff ursprünglich sehr technisch besetzt ist. Ein Netzwerk ist die „Gesamtheit netzartig verbundener Leitungen, Drähte, Linien, Leitungen o.Ä.“. Bei der Übertragung der Definition auf die Menschen ist ein Netzwerk dann eine Gruppe von Menschen, die durch gemeinsame Ansichten, Interessen o. Ä. miteinander verbunden sind.\* Und diese Verbindung zwischen Personen, die gemeinsame unternehmerische und inhaltliche Interessen haben, bildet den Fokus dieses Artikels.

Für einen Unternehmer gibt es nicht nur DAS eine Netzwerk. Er pflegt eine Vielzahl an Netzwerken, die für den unternehmerischen Erfolg nützlich und förderlich sein können. In erster Linie ist es das Netzwerk innerhalb des eigenen Unternehmens, gefolgt von der Vernetzung außerhalb der Unternehmung mit Kunden, Partnern und anderen Personen.

Die Frage lautet immer: „Wer kann mir helfen, wer könnte Impulse bieten, wer könnte mich empfehlen, wer könnte mein Kunde sein und wer ist für meine Interessen wichtig?“

Das Netzwerk innerhalb der eigenen Unternehmung ist notwendig, um die Funktionalität des eigenen Unternehmens aufzubauen. Nennen wir es einmal „Corporate-Netzwerk“. Beim Aufbau eines Corporate-Netzwerks werden Mitarbeiter, freiberufliche oder selbstständige Berater und unterstützenden Funktionen, wie z.B. ein Steuerberater, so verbunden, dass diese gemeinsam auf das unternehmerische Ziel hinarbeiten. Bei Unternehmen, wie der Perspektiv-Consulting GmbH, deren USP (Unique Selling Proposition) das Netzwerk aus erfahrenen Beratern und Coaches aus vielen Branchen ist, ist die richtige und qualifizierte Zusammenstellung des Netzwerks sehr bedeutend für den Erfolg. Jeder Berater und Coach wird händisch ausgewählt. Dabei wird jedes Mal geprüft, ob der Coach und Berater den Kunden des Unternehmens die Qualität, Erfahrung und Vielfalt bieten kann, für die das Unternehmen steht. Denn nur wenn das Corporate-Netzwerk in einer Linie mit den gleichen Ansprüchen arbeitet, kann das Unternehmen auch erfolgreich sein. Beim Aufbau eines Corporate-Netzwerks haben Eigenschaften wie Vertrauen und Expertise einen sehr großen Stellenwert.

Andererseits ist es auch wichtig ein Netzwerk aufzubauen, um die eigene Unternehmung mit dem Markt und den (potenziellen) Kunden zu verbinden. Nennen wir das einmal „Business-Netzwerk“. Beim Aufbau des Business-Netzwerks geht es darum zu analysieren, wofür das eigene Unternehmen eigentlich steht: Wer ist die Zielgruppe? Welche Märkte sollen bedient werden? Welche Produkte habe ich im Angebot? Nach dieser Markt- und Potentialanalyse entwickelt sich eine klare Positionierung für das eigenen Unternehmen heraus. Aus dieser lässt sich dann eine Strategie ableiten, wie das das Netzwerk aussehen sollte. Der erste Ansatz ist, als Unternehmen zu schauen, mit wem es in der Vergangenheit persönliche oder berufliche Kontakte gab und wem das eigene Angebot helfen kann, einen Schritt weiter zu kommen oder der als Multiplikator für die eigenen Leistungen auftreten kann. Eine Option ist es nach Geschäftspartnern und Kunden aus früheren Projekten oder Jobs zu schauen, oder sich zu überlegen, mit wem gute Gespräche auf den verschiedenen Veranstaltungen geführt wurden. Mit vielen ist sicherlich schon über den ein oder anderen Kanal eine Verlinkung vorhanden, aber es werden sich sicherlich noch viele Personen finden, mit denen noch keine Verlinkung besteht. Eine weitere Option ist, klare Zielgruppen und Branchen zu definieren, für die das eigene Angebot von Interesse sein könnte. Dieser Schritt zum Aufbau eines Business-Netzwerks ist sehr aufwändiger, weil es sich um eine Neukontakte handelt und das Angebot in der Kürze der Zeit überzeugen muss. Bei der Erweiterung des Business-Netzwerks sind daher Eigenschaften wie Lösungskompetenz, Relevanz und vor allem die Persönlichkeit ein entscheidender Faktor.

Neben dem Corporate-Netzwerk und dem Business-Netzwerk sind für Unternehmer noch weitere Netzwerke von Bedeutung. Eine große Bedeutung hat das private Netzwerk, welches dem Unternehmer in der vorherrschenden Situation die notwendige Rückendeckung geben kann, um den Bestand des Unternehmens zu sichern.

Für den Aufbau der Netzwerke ist die Nutzung der richtigen Medien essenziell. Für die Erweiterung des Business-Netzwerks bieten sich beruflich orientierte Plattformen, wie z.B. LinkedIn oder XING an. Auch Facebook kann ein nützlicher Kanal sein. Die persönlichen Termine lassen sich durch Seminar-, Workshop- und anderen Veranstaltungskonzepte im Internet ersetzt. Dazu ist es wichtig aus der Vielzahl an Möglichkeiten, die richtige Plattform für das eigene Angebot zu wählen. Durch das Angebot von kostenlosen Webinaren können so

Kunden erreicht werden, die bisher keinen Zugang zu den Leistungen und Angeboten des Unternehmens hatten. Und manchmal ist der klassische Telefonanruf auf ein gutes Medium, um mit dem Gegenüber ins Gespräch zu kommen.

Bei der Auswahl der richtigen Medien bedarf es neben dem eigenen Bauchgefühl auch manchmal etwas Mut, Experimentiergeist und Offenheit, denn viele der Angebote und Konzepte sind für uns alle neu und müssen erstmal getestet werden.

Die Perspektiv-Consulting GmbH war im Bereich Netzwerk bisher schon gut aufgestellt. Die aktuelle Situation hat sich das Unternehmen zu Nutze gemacht, um das Business-Netzwerk noch gezielter aufzubauen, das Angebot noch klarer zu definieren und es vor allem an die neuen Gegebenheiten – fehlender persönlicher Kontakt und technische Voraussetzungen – anzupassen. Denn aus unserer Sicht werden wir nicht mehr zu der Situation „vor Corona“ zurückkehren, sondern uns alle Erkenntnisse zu Nutze machen, um gestärkt aus der Krise zu kommen.

Statt also zu fragen: „Wen lade ich zu meinem Webinar zur Führung ein?“, schicken Sie einfach eine Information zu dem Termin an Ihr Netzwerk in den sozialen Medien und versehen diese noch mit einem nützlichen Hashtag und schon werden Sie Ihr Netzwerk wieder ein wenig größer machen. Wir freuen uns auf einen spannenden Dialog mit Ihnen zum Thema „Netzwerk“.

\* Google Suche nach „Netzwerk Definition“

Kontakt: [office@perspektiv-consulting.de](mailto:office@perspektiv-consulting.de)