

Vernetzung: Das ist ein herrliches Wort, mit dem die IT-Branche die Umgangssprache beglückt hat. Es klingt moderner und auch edler als „Connections“, „Vitamin B“, „Verbindungen“ oder gar „Seilschaften“. Dabei bezeichnen alle dasselbe, nämlich „Beziehungen“. Und so gesehen ist Vernetzung eine uralte Konstante des Geschäftslebens. Im 21. Jahrhundert liegt der Unterschied im Ausmaß der Vernetzung. Der Wissenschaftler Peter Kruse bezeichnet in seinem Buch die „*Veränderung durch Vernetzung*“ als das globale Menschheitsprojekt.

Beziehungen im Allgemeinen und Kundenbeziehungen im Besonderen sind das Kapital von Unternehmen, besonders von Dienstleistern wie Sparkassen: Sie erbringen ihre eigentliche Leistung meist nur im direkten Kontakt. Und damit sind Vernetzung und Beziehungen entscheidend für den Erfolg.

Netze überall – für jeden Zweck

„Linked“ – „vernetzt“ – heißt auch das unübersetzte Buch des Forschers Albert-László Barabási. Er beschreibt die Allgegenwart des Kleine-Welt-Phänomens: Jeder kennt jeden – über eine Verbindung von höchstens sechs Personen. Barabási zeigt, wie durch die Menschen alles mit allem verbunden ist und wie viel das für die Wirtschaft, die Wissenschaft und das tägliche Leben bedeutet. So haben die virtuellen Communities im Web 2.0 wie XING, femity etc. den engen Horizont von Clubs für Freaks und Freiberufler weit hinter sich gelassen und mausern sich zu Business-Plattformen.

Netzwerksensibilität – die Teamfähigkeit des 21. Jahrhunderts

Was Vernetzung noch heißt, hat mir mein Patenonkel beigebracht: Wenn ich mit ihm im Auto saß, sagte er oft: „Du musst immer mit der Dummheit der anderen rechnen.“ Gut, mit der Dummheit vielleicht nicht, aber sicher mit den anderen selbst. Auf jeden Fall hatte mein Onkel nie einen Autounfall. Der Straßenverkehr ist ein Paradebeispiel für ein hochvernetztes System, in dem das Ergebnis nur sehr bedingt von den eigenen Fähigkeiten und Handlungen abhängt. Und doch funktioniert er – meistens, sogar in den Metropolen, die für den chaotischen Fahrstil ihrer Fahrer berüchtigt sind.

Die „Netzwerksensibilität“ meines Patenonkels, wie man es heute nennt, hat zwei Grundlagen:

1. Die Erkenntnis, dass

- jeder einen Schatz von Wissen und Fähigkeiten besitzt und
- man diesen Schatz mehren soll, um die eigene Attraktivität im Umfeld zu erhöhen, und zwar durch Kommunikation,
- deren Wert davon abhängt, dass ich weiß, was der andere nicht weiß, und dass
- das wiederum das eigene Wissen vermehrt.

2. Die Fähigkeiten,

- Potenziale der anderen zu erkennen, zu erschließen und für die Gruppe zu nutzen,
- für Kommunikation innerhalb der Gruppe zu sorgen,
- mit der Gruppe Informationen in verwertbares Wissen zu verwandeln,
- für die Gruppe wichtige äußere Ressourcen aktiv zu suchen,
- Motivation zu erkennen und zu nutzen,
- für Kommunikation nach außen zu sorgen.

Es geht also um Vernetzung im Unternehmen, um Netzwerkkompetenz oder kurz: Teamwork.

Netzwerke im Verkauf

Im Verkauf zeigt sich Vernetzung auch beim Cross-Selling. Es gilt, die Produkte zu finden und anzusprechen, die zur Gesamtsituation des Kunden passen. So entwickelt sich aus dem Produktverkauf die ganzheitliche Beratung. Gerade das Sparkassen-Finanzkonzept, ob als Finanz-Check oder Finanzplanung privat, bietet hier konzentriertes Know-how.

Sinnvolle Netzwerke – nützliche Netzwerke

Kennen Sie die Bilderrätsel, deren Hauptmotiv nicht fertig gezeichnet ist, sondern nur aus durchnummerierten Punkten besteht, die man selbst verbinden muss, um zu erkennen, was es ist? Genau das ist der Kern von Vernetzung: Die einzelnen Punkte ergeben zunächst keinen Sinn. Doch wenn man die Punkte richtig miteinander verbindet, erkennt man das gesamte Bild. Umgekehrt wäre ein Netz, das alle Punkte miteinander verbindet, auch nur geordnetes Chaos – wie das „Weiße Rauschen“, das früher im Fernsehen zu sehen war, wenn sonst nichts mehr kam.

Es kommt beim Networking eben nicht nur darauf an, vernetzt zu sein, sondern gut vernetzt zu sein. Was aber heißt gut vernetzt? Jörg Wurzer gibt in seinem Hörbuch „30 Minuten für erfolgreiches Networking“ zahlreiche Tipps, um besser dauerhafte Beziehungen aufzubauen.

Einen schnellen Einstieg geben folgende Leitsätze:

- Gib mehr, als du nimmst!
- Finde heraus, was der andere braucht!
- Pflege deine Kontakte langfristig.
- Sei nicht ungeduldig, wenn du nicht sofort etwas zurückbekommst.
- Bitte nur bei „tragfähigen“ Beziehungen um einen Gefallen!
- Enttäusche nicht diejenigen, der dir eine gute Information oder einen guten Kontakt vermittelt hat, sondern halte deinen Informanten auf dem Laufenden und lobe ihn.
- Missbrauche niemanden für deine Zwecke!

- Verschaffe dir keine Vorteile auf Kosten anderer!
- Betrachte dein Netzwerk als etwas Wertvolles.

Quelle: http://www.german-business-etiquette.com/26-networking_de.html

Noch eine Übung zum Schluss

Welchen Wert hat nun Vernetzung in der Alltagspraxis?

Märkte sind Gespräche. Das flüssige Gold bei der Vernetzung in Geschäfts- und Kundenbeziehungen sind Empfehlungen. Das erklärt auch den Erfolg von Finanzvermittlern wie MLP: Diese haben den Mut zu fragen, wie ihre Kunden mit der Beratung, den empfohlenen Produkten, Leistungen und Lösungen zufrieden sind. Und dieser Mut wird mit Empfehlungen belohnt.

Fragen Sie daher in den nächsten Wochen täglich einen Kunden: „Welcher Ihrer Freunde könnte dieses Produkt auch brauchen?“ Und lassen Sie sich überraschen, wie klein die Welt ist.

Viel Spaß und Erfolg dabei!