

Seid Netz zueinander!

Allein geht's nicht. Ist einfach so. Zum beruflichen Erfolg gehören verlässliche Seilschaft und gute Kontakte. Wenn wir also schon **netzwerken** müssen, dann bitte richtig

Interview NINA ANIKA KLOTZ



Illustration VIDAM

Zugegeben: Das mag sich auf Anhieb anhören wie die urälteste No-Brainer-Geschichte, die je an dieser Stelle in diesem Heft stand: Networking ist für den Erfolg im Berufsleben wichtig. Dabei geht es darum, gute Bande zu den richtigen Leuten aufzubauen, um schneller und eleganter ans Ziel zu kommen. Es geht ein bisschen um Inspiration und ein bisschen mehr noch um Vitamin B, man kann so aus den Erfahrungen anderer lernen, ohne selber auf die Schnauze zu fallen, und man kann die besseren Deals machen, wenn man von Mensch zu Mensch verhandelt. Bla, bla, bla.

Das alles stand schon vor 15 Jahren in Zeitschriften und Magazinen, damals als irgendwie hip und neu gefeiert. Was da oft nicht stand, ist, wie ätzend aktives Networking sein kann. Auf fremde Menschen zustürmen und sich selbst über den grünen Klee loben. Auf schrägen Branchenevents abhängen, billigen Prosecco trinken und

diesen Labersack aus der Provinz nicht mehr loswerden, der sich als „selbstständiger Businessconsultant“ vorgestellt hat und ein Buzzword ans nächste reiht in sonst zusammenhangslosem Gibberish. Holperige Gesprächseinstiege, Verhasppler, nervöse Flecken, Mundgeruch. Und danach? 24 Visitenkarten von komischen Käuzen und Kopfschmerzen. Muss das so sein? Monika Scheddin, Coach, Autorin und Expertin in Sachen „richtig netzwerken“, sagt: Leider ja. Sie hat aber auch ein paar wertvolle Tipps, wie man besser darin wird, ein tatsächlich nützliches Netzwerk von Businesskontakten aufzubauen.

Frau Scheddin, ganz ehrlich: „Networking“ klingt für mich nach OpenBC und Nullerjahren. Macht man das echt noch?

Natürlich, Networking brauchen wir immer. Das ist wie Essen, Schlafen, Trinken.

Aber wir sind doch eh alle in etlichen Netzwerken, von WhatsApp über Facebook, Instagram bis LinkedIn.

Das sind nur Techniken, die man zum Netzwerken nutzen kann. Networking selbst ist keine Technik, sondern eine Haltung. Die gilt es zu lernen und zu beherrschen. Denn: A fool with a tool is still a fool.

Aber muss Netzwerken wirklich immer noch unter vier Augen mit verkrampftem Smalltalk und rotem Kopf stattfinden?

Weil Sie eben OpenBC ansprachen: Als der Vorgänger von Xing noch ganz neu war, habe ich einmal mit dem Gründer Lars Hinrichs auf einem Podium in Köln über das Thema Businessnetzwerke gesprochen.

Für ihn, einen völlig introvertierten Typen, war es damals sehr wichtig, dass sein Netzwerk automatisiert, geregelt und so wenig persönlich wie möglich funktioniert. Weil das seiner Persönlichkeit entsprach. Ich war völlig entsetzt. Denn natürlich gibt es Hierarchien von Netzwerkkontakten. Es gibt Massekontakte, die kann ich mit einem solchen Medium pflegen. Es gibt aber auch Klassekontakte, für die es das persönliche Gespräch braucht. Grundregel: zweimal pro Jahr Kontakt suchen, einmal sehen, einmal telefonieren.

Hilft es, wenn man auf ausgewiesene Netzwerk-Events geht?

Netzwerk-Events sind schöne Anfängermodele, mit denen man gut üben kann. Da geht fast jeder hin, der beginnt, ein Netzwerk aufzubauen. Oft sind die hervorragend organisiert, aber: Dort treffen sich nur Bedürftige! Keiner hat etwas zu verteilen, Sie werden sich unter Ihresgleichen tummeln. Und beispielsweise als Berater zu einem Beraternetzwerktreffen zu gehen ist nutzlos, da gingen Sie besser auf eine Hundemesse. Die Wahrscheinlichkeit, dort einen Auftraggeber zu finden, ist größer. Und Konkurrenz ist da auch nicht unterwegs.

Okay, wie geht man es richtig an?

Wichtig ist, dass man sich mit Leuten vernetzt, die da sind, wo man hinwill. Der Anfängerfehler besteht darin, sich mit denen zu vernetzen, die da sind, wo man selber lange



MONIKA SCHEDDIN

Bei manchem Coach fragt man sich ja, ob er nur halb so viel von der Welt der Wirtschaft versteht wie die High Potentials in seinem Publikum. Im Fall von Businesscoach Monika Scheddin räumt ein Blick in ihre Vita jeden Zweifel aus: Mit 31 war sie General Manager der deutschen Filiale eines US-IT-Konzerns, ehe die Münchnerin sich entschied, künftig anderen zu erklären, wie man erfolgreich netzwerkt, besser präsentiert und mit Veränderungen im Job zurechtkommt.

war. Das nennt man Sozialarbeit. Kann man privat machen, sollte man aber geschäftlich tunlichst lassen. Das bringt einen nicht weiter. Dementsprechend kann man entscheiden, wo man hinmuss, um diese Leute zu treffen, und wie man sie anspricht.

Ja, wie? Wie spricht man fremde Menschen in guten, wichtigen Positionen einfach so an?

Die Basis sind eine offene Haltung und totales Interesse. Man ist interessant, wenn man interessiert ist. Fragen ist besser, als Antworten zu geben. Ein guter Smalltalker hat einen Redeanteil unter 50 Prozent. So bekommt der Gegenüber das Gefühl eines wirklich guten Gesprächs, obwohl er selbst die meiste Zeit redet, ohne das zu merken.

Das reicht? Muss man sich denn gar nicht selbst verkaufen?

Wir müssen schon darauf achten, dass wir mit dem Minimum vorankommen. Es kann sonst passieren, dass man fragt: Was machen Sie beruflich, wie kommen Sie zu diesem Kongress, wie fanden Sie den Vortrag? Der andere erzählt und erzählt, ohne dass je die Gegenfrage kommt: Und Sie? Jahrelang habe ich mich gefragt, woran das liegt.

Und?

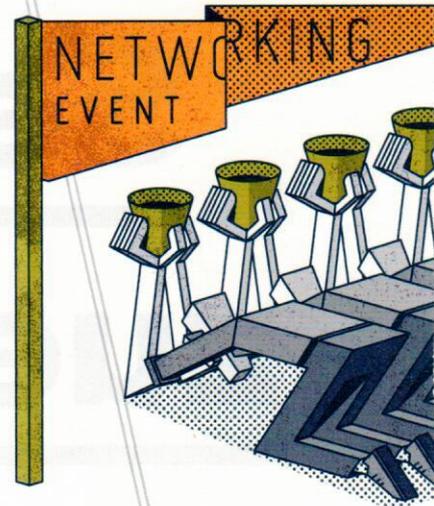
Daran, dass es ihn nicht interessiert. Das darf man freilich nicht einfach so hinnehmen, wenn man effektiv netzwerken will. Man muss irgendwann einhaken und sagen: „Auf Ihre Frage, was ich beruflich mache, also: ...“ Der andere wird überhaupt nicht merken, dass er gar nicht gefragt hat. Das garantiere ich.

Das klingt aber schon ein bisschen nach Brechstange.

Ja, das ist die typische deutsche Haltung: bloß keine Fehler. Lieber gar nicht als nicht ganz perfekt. Deshalb tun wir uns auch schwerer als andere mit dem Networking. Dabei sollte man sich fragen: Was hält mich eigentlich auf? Lieber unvollkommen begonnen als korrekt gezögert. Das gilt auch für den Beginn des Gesprächs.

Anrempeln und reinstolpern? Gibt es keine Allzweck-Pick-up-Line, ein Gespräch zu beginnen?

Doch, das James-Bond-Prinzip. Der stellt sich vor mit: „Mein Name ist Bond, James Bond.“ Ich weiß, viele denken: Wie doof, James Bond, das merkt ja jeder. Fällt aber im Gespräch so gut wie nie auf. Das mit dem eigenen Namen in formeller oder informeller Variante, also Nach- beziehungsweise Vorname zuerst, funktioniert gut. Der andere denkt: Huch, ein Name! So schnell hat er natürlich gar nicht zugehört, aber genau dann kommt der Name noch mal, und so hat er den Hauch einer Chance, sich diesen zu merken. Und das ist ja das Ziel.

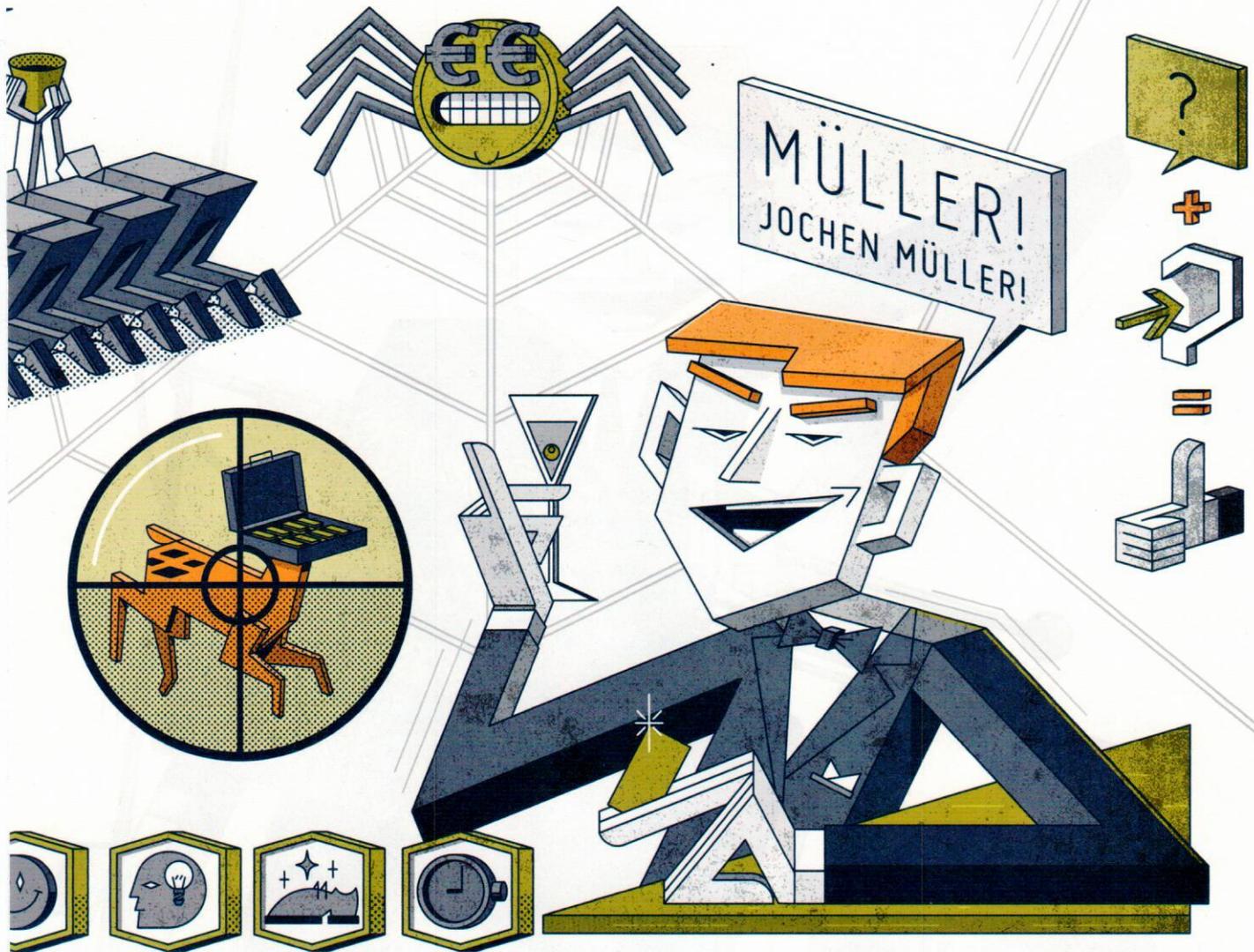


Dass der andere sich unseren Namen merkt?

Dass wir in Erinnerung bleiben. 80 Prozent aller Menschen, die einem begegnen, hat man am nächsten Tag schon wieder vergessen. Ziel des erfolgreichen Networkings ist es, auch im Netzwerk des anderen anzukommen. Dafür muss ich vorher ganz genau wissen, als wer und wie ich in Erinnerung bleiben will. Das sollte man sich in der Vorbereitung detailliert zurechtlegen – und konsequent durchziehen. Ist gar nicht so einfach.

Warum nicht?

Die meisten Frauen sagen auf die Frage, wie sie in Erinnerung bleiben wollen: sympathisch und kompetent. Beides schwierig. Wie will man das an einem Abend in einem zehninütigen Gespräch deutlich machen? Geputzte Schuhe und pünktlich sein? Damit bleibt man nicht in Erinnerung. Männer sagen meistens: Ich will erfolgreich wirken. Wie erziele ich diese Wirkung? Teure Uhr? Namedropping? Es macht also Sinn,



sich Konkretes einfallen zu lassen, für das man stehen will und das man auch so schnell und eindeutig wie möglich kommunizieren kann.

Ihr Patentrezept?

Gibt es natürlich nicht. Aber was immer sehr hilft, ist, im Gespräch etwas Persönliches von sich preiszugeben. Persönlich ist ja nicht gleich privat. Im Übrigen spielen persönliche Themen auch später bei der Netzwerkpfege eine große Rolle. Geburtstagsglückwünsche sind zum Beispiel ein ganz alter Hut – aber wirklich effektiv. Es macht absolut Sinn, fünf Minuten in einen solchen Gruß zu investieren und sich zu überlegen, was ich dieser Person wünsche, ehrlich und persönlich. So etwas kommt bei den Leuten an. Auch auf Geburten, Hochzeiten und Todesfälle reagiere ich immer.

Ich hätte Bedenken, das könnte irgendwie unprofessionell wirken.

Gar nicht. Die Wertschätzung eines anderen Menschen als Mensch ist total professionell.

Und in Sachen Networking effektiv. Gerade Leute, die Aufträge zu vergeben haben, fühlen sich bisweilen wie gejagte Beutetiere. Das ist natürlich nicht schön. Wer es schafft, denen das Gefühl zu vermitteln, dass man sie als Person wertschätzt, hat deutlich bessere Chancen auf einen Auftrag.

Ab wann kann es denn so konkret werden im Networking-Smalltalk, dass man über Aufträge und Deals spricht?

Unterschiedlich. Beim allerersten Treffen geht es in der Regel nur darum, Kontakt aufzunehmen und Vertrauen zu schaffen. Vertrauen ist die Währung jedes Netzwerks. Wenn man Lust hat, an dem Kontakt hängen zu bleiben, spricht nichts dagegen, länger zu reden. Man kann so ein erstes Gespräch aber in einer halben Stunde Vortragspause auch mal auf zehn Minuten beschränken. Die charmanteste Variante, sich auszuklinken, ist: „Ich könnte mich noch stundenlang mit Ihnen unterhalten, möchte aber noch einen

Kollegen begrüßen. Darf ich Sie nächste Woche einfach mal anrufen?“

Was man dann vermutlich auch wirklich tun sollte.

Natürlich, wenn einem an diesem Kontakt gelegen ist, sollte man innerhalb von 72 Stunden nach dem ersten Treffen handeln: Mail schreiben, Brief, Anruf, Follow-up-Termin vereinbaren oder zumindest eine LinkedIn- oder Xing-Anfrage schicken.

Ist es eigentlich okay, auch mal Leute aus dem eigenen Netzwerk rauszuschmeißen?

Absolut, auch das ist nur professionell. Die Anzahl der Kontakte, die man überschauen kann, ist endlich. Ich beschränke meine ganz persönlichen Kontakte auf 400. Und jedes Jahr im November miste ich Outlook aus. Meine Kriterien sind: Haben wir in den letzten zwei Jahren einmal Kontakt gehabt? Habe ich irgendwas von der Person gehört? So lösche ich zehn bis 15 Prozent der Kontakte. Und das ist gut so. ■