



Ein Ratgeber vom Büro für Berufsstrategie Hesse/Schrader

Networking - Beziehungen erfolgreich aufbauen und pflegen

- Ziele und Aufbau eines Netzwerkes
- Die Auswahl der richtigen Kontakte
- Networking durch Small Talk
- Datenverwaltung und Kontaktpflege
- Die Networketikette

Inhaltsverzeichnis

Einleitung

Seite 3



Die Bedeutung des Networking

Seite 4

• Definition • Der Nutzen eines Netzwerks • Arten von Netzwerken

Der Aufbau eines Netzwerkes

Seite 7

• Fachliche und soziale Voraussetzungen für die Mitgliedschaft in einem Netzwerk • Voraussetzungen für den Aufbau eines eigenen Netzwerkes • Die Auswahl der richtigen Kontakte



Die Grundlagen der Kommunikation

Seite 11

• Das Sender-Empfänger-Modell • Das Vier-Seiten-Modell von Friedemann Schulz von Thun • Aktives Zuhören • Fragetechniken

Small Talk

Seite 15

• Die Themenwahl • Der richtige Einstieg und Ausstieg



Die Netzwerkarbeit – Datenverwaltung und Kontaktmanagement

Seite 18

Die Network-Etikette

Seite 19

Arbeitsblätter – Anhang

Seite 21

• Bestandsaufnahme: Wen kennen Sie? • Systematisierung der Kontakte • Fragebogen: Was können die Personen für Sie tun?



Die Bedeutung des Networking



Definition

„Networking“ bedeutet, ein Netzwerk an Kontakten aufzubauen, die zum Erreichen eines bestimmten Zieles hilfreich sein können. Im Gegenzug hilft der „Networker“ seinen Kontakten im Rahmen seiner Möglichkeiten, deren Ziele zu erreichen. Der Aufbau eines Netzwerkes erfordert in der Regel viel Zeit und ein Fingerspitzengefühl.

Ein effizientes, gut funktionierendes Netzwerk basiert grundsätzlich auf:

- Vertrauen
- Loyalität
- Gegenseitigkeit
- Hilfsbereitschaft
- Freiwilligkeit
- Ehrlichkeit

Der Nutzen eines Netzwerkes

Wichtigstes Kennzeichen eines gut funktionierenden Netzwerkes ist, **dass es alle Beteiligten nutzt**. Im Idealfall herrscht zwischen ihnen eine ausgewogene win-win-Situation.

Der Nutzen für Sie:

- Neue Ansprechpartner für Fragen
- Interne Informationen und immer neue Informationsquellen
- Ständig erweiterte Möglichkeiten der Kunden- oder Jobakquise

- Zugang zu Experten- und Insiderwissen und Erweiterung des eigenen Wissens
- Aufbau sozialer Kontakte, eventuell auch privater Natur
- (Verbesserte) Positionierung der eigenen Person in Fachkreisen durch Einsatz im Netzwerk (z. B. Wissensweitergabe)
- Bildung von Interessensgemeinschaften
- Gemeinsame Entwicklung effizienter Strategien (z. B. innerhalb eines branchenspezifischen Netzwerkes zur Verbesserung des Branchenstandings)
- Vermittlungsfunktion mit relativ geringem Risiko
- Möglichkeit, Aufgaben oder Ämter (z. B. als Vorstand, Experte oder Moderator) zu übernehmen und dadurch mehr im Fokus zu stehen
- Aufmerksamkeit
- Geben und Nehmen von Hilfestellungen
- Zeitersparnis
- Mitgliedschaft als Zeichen für Engagement nach außen

Und das kommt natürlich auch umgekehrt den Beteiligten des Netzwerkes zu Gute: Der Vermittler hat beispielsweise (bei Erfolg) ein gesteigertes Image als guter Tippgeber und Experte und die Parteien, zwischen denen er vermittelt hat, haben einen exzellenten neuen Mitarbeiter oder Chef.

Konkretester Nutzen ist die Akquirierung eines neuen Jobs oder neuer Aufträge und wertvolle Zeitersparnis.

Arten von Netzwerken

„Networking“ ist streng genommen so alt wie die Menschheit selbst. Ohne Kontakte wäre schon der Tauschhandel, die früheste Form des Handels, unmöglich gewesen. Das Bilden von Interessensgemeinschaften zieht sich durch die gesamte Geschichte – bestes Beispiel sind die Kaufmannsgilden, die Zünfte oder die Hanse. Auch die Freimaurerlogen, Zirkel und Salons sind Netzwerke. Jedoch immer

Die Grundlagen der Kommunikation



Eine der besten Brücken, miteinander ins Gespräch zu kommen und neue Kontakte zu knüpfen, ist der **Small Talk**. Völlig zu Unrecht wird er häufig als „oberflächliches Gerede“ abgetan, denn wenn es in den wenigen Minuten eines Gesprächs in der Regel auch nicht um existenziell wichtige Themen geht, geht es trotzdem um etwas sehr Wichtiges: Es geht darum, eine angenehme, leichte Gesprächsatmosphäre zu schaffen und sich als interessante, unterhaltsame und (sozial) kompetente Persönlichkeit zu erweisen, die als Kontakt durchaus wertvoll erscheint und im Gedächtnis bleibt. Die Beherrschung der Kunst des Small Talk erfordert zunächst die Kenntnis einiger **Grundmerkmale der Kommunikation**. Mit diesem Wissen wird es leichter, ein Gespräch in seinem Sinne zu steuern.

Das Sender-Empfänger-Modell

Dieses mit am häufigsten gebrauchte Kommunikationsmodell beschreibt den **Vorgang einer Informationsübermittlung** von Person A, dem Sender, zu Person B, dem Empfänger. Der Sender übersetzt seine Absicht dabei in Worte, also in eine Nachricht, und übermittelt diese an den Empfänger. Dieser versteht und interpretiert die Nachricht. Daraus resultiert seine Reaktion.



Während dieses Vorgangs kann nun an verschiedenen Stellen das Problem entstehen, dass die Information nicht so zum Empfänger gelangt, wie der Sender es beabsichtigt hatte (z. B. weil der Sender seine Absicht nicht richtig formuliert oder den Empfänger täuscht (durch Ironie etc.), der Empfänger Worte nicht kennt (z. B. Fachbegriffe), die akustische Übermittlung durch Lärm gestört wird oder der Empfänger die Botschaft falsch interpretiert. Erst im Moment der Reaktion bekommt der Sender einen Hinweis darauf, was der Empfänger seine Botschaft verstanden hat.

Das Vier-Seiten-Modell von Friedemann Schulz von Thun

Für den Kommunikationswissenschaftler Schulz von Thun kann sich eine Botschaft auf vier Ebenen abspielen:

I. Sachebene

Hier geht es um den reinen sachlichen Informationsgehalt und die wortwörtliche Bedeutung einer Nachricht.

II. Gefühls- bzw. Beziehungsebene

Auf dieser Ebene geht es um die Beziehung, in der die Gesprächspartner zueinander stehen, oder die der Sprecher sich wünscht. Tonfall, Mimik und Formulierung seines Anliegens sind für den Empfänger wichtige Anhaltspunkte für seine Interpretation der Botschaft.

III. Selbstoffenbarungsebene

Der Sprecher sagt etwas über sich selbst und signalisiert mit seiner Äußerung, in Tonfall, Mimik und Gestik, seine Absicht. Das hilft dem Empfänger, sein Gegenüber einzuschätzen.

IV. Appellebene

Die Aussage oder Frage kann eine Aufforderung enthalten, etwas Bestimmtes zu tun oder zu lassen. Der Empfänger fühlt sich angesprochen und kann entsprechend reagieren.

Die Network-Etikette



Wie in jeder zwischenmenschlichen Beziehung herrschen natürlich auch innerhalb eines Netzwerkes bestimmte Regeln, nach denen es funktioniert. Alle Netzwerke haben gemeinsam, dass sie auf Vertrauen, Ehrlichkeit, Loyalität, Respekt, Höflichkeit, Freiwilligkeit, Diskretion und Geben und Nehmen basieren.

Auf folgende Regeln sollten Sie insbesondere achten:

- Als „Neuling“ innerhalb eines Netzwerkes sollten Sie bereit sein, am Anfang mehr zu geben, als zu nehmen – allerdings nur, solange Sie sich nicht ausgenutzt fühlen. Der Idealfall für beide (Kontakt-) Parteien ist eine win-win-Situation.
- Forcieren Sie nicht auf Liegen und Brechen eine Kontaktaufnahme. Selbst wenn Sie sich mit Ihrem Traumkontakt in einem Raum befinden, kann es trotzdem der falsche Zeitpunkt sein, z. B. weil er gerade in einer für ein wichtiges Gespräch ist oder eindeutig signalisiert, dass er nicht bereit ist, zu kommunizieren.
- Wenn Sie um Hilfe bitten, überlegen Sie sich bereits im Vorfeld, was Sie als Gegenleistung bieten können. Formulieren Sie Ihr Anliegen konkret und bitten Sie nur um für Sie und Ihre Kontakte Maßvolles. So sparen Sie Ihrem Gegen-

über wertvolle Zeit und erhöhen so seine Hilfsbereitschaft.

- Bringen Sie Ihre Kontaktperson niemals in eine Situation, die sie in Verlegenheit bringen könnte. Behalten Sie die Namen Ihrer Kontakte für sich, wenn die Person lieber im Hintergrund bleiben wollen.
- Wenn Sie ein Versprechen geben, achten Sie darauf, dass Sie es halten können. Ihre Glaubwürdigkeit ist ein wichtiges Kriterium für Ihre Stellung innerhalb des Netzwerkes.
- Fordern Sie eine Gegenleistung nie ein, wenn Sie merken, dass es denjenigen in ernste Schwierigkeiten bringen könnte. Dinge ändern sich oder brauchen Zeit. Geben Sie dem Anderen nie das Gefühl, abhängig oder dankbar sein zu müssen.
- Haben Sie Hilfe erhalten, bedanken Sie sich in jedem Fall, auch wenn diese nicht zum gewünschten Erfolg geführt hat.
- Akzeptieren Sie es, wenn eine offensichtlich mögliche Hilfestellung durch eine Kontaktperson nicht erfolgt. Möglicherweise haben Gründe, die Sie nicht kennen, zu Ihrer „Nichtbeachtung“ geführt. Bedrängen Sie denjenigen auf keinen Fall! Akzeptieren Sie ein „Nein“.
- Pflegen Sie Ihre Kontakte auch, wenn es aktuell beruflich oder privat keinen „Grund“ gibt. Sich für einen Kontakt nur dann zu engagieren, wenn er für Sie gerade nützlich ist, wird Ihnen auf Dauer schaden.
- Für den Aufbau eines Netzwerkes gilt: Überlegen Sie sich sorgfältig, wen Sie kontaktieren können. Einen alten Schulkameraden, den Sie bekanntermaßen nie mochten und dem Sie seit 20 Jahren aus dem Weg gehen, sollten Sie nicht unverbindlich zu einem Essen einladen, nur weil er

3. Überlegen Sie, was diese Personen für Sie tun können!

Schauen Sie auf die Personen, die Ihnen eingefallen sind und überprüfen Sie nun, ob Sie zu dem unten aufgeführten Stichpunkt mindestens eine oder mehrere Personen finden, die diese Funktion erfüllen können. Wenn Ihnen zu dem ein oder anderen Punkt niemand einfällt, so sollten Sie Ihr Netzwerk in diese Richtung systematisch ausbauen:

- Wer kann Ihnen wichtige Impulse geben?

.....

- Wer weiß über die wirtschaftliche Entwicklung Ihrer Region gut Bescheid?

.....

- Wer ermutigt Sie? Was gibt Ihnen Auftrieb?

.....

- Wer schickt Ihnen Informationen, Fachartikel und Presseberichte?

.....

- Wer ist im selben beruflichen Umfeld tätig wie Sie und kann Entwicklungen einschätzen?

.....

•