

# Weniger Masse, mehr Klasse!

Misten Sie Ihre Kontakte ab und zu aus

**Von nichts kommt nichts – das gilt auch für das Networking. Denn nicht nur das Knüpfen von Kontakten, sondern auch deren Pflege erfordert Zeit und persönliches Engagement. Deshalb hier einige Tipps, worauf Sie beim Business Relationship Management, also beim systematischen Auf- und Ausbau von Geschäftsbeziehungen, achten sollten.**

**N**icht blind drauflos kontaktieren! Der Begriff „Business Relationship Management“ deutet es bereits an: Der Beziehungsaufbau und die Beziehungspflege im Business-Kontext ist nie zweckfrei. Vielmehr lautet das übergeordnete Ziel: Ihr Geschäft – und das Ihres Netzwerkpartners – soll hiervon mittel- oder langfristig profitieren. Analysieren Sie deshalb, bevor Sie mit dem Netzwerken beginnen, genau: Zu welchen Personen und Organisationen könnte sich ein Beziehungsaufbau direkt oder indirekt lohnen?

Weniger Masse, mehr Klasse! Der Aufbau und die Pflege von

persönlichen Beziehungen kosten Zeit. Entsprechend wichtig ist es, nicht mit Gott und der Welt Beziehungen zu pflegen. Studien belegen: Zu mehr als 150 Menschen kann niemand intensive Beziehungen unterhalten.

Mögen es im Einzelfall auch ein Dutzend mehr Kontakte sein, so bleibt doch die Tatsache beste-

## Zeit fürs Networking einplanen!

Ein gutes Netzwerk fällt nicht vom Himmel. Sie müssen es sich erarbeiten. Beschließen Sie deshalb zum Beispiel: Künftig investiere ich zehn Prozent meiner Arbeitszeit in den Auf- und Ausbau von Business-Kontakten. Denn wer aus Zeitmangel nie ein Verbandsmee-

quenz: Sie sind Ihren Stammkunden irgendwann los.

## Wer gut drauf ist, kommt gut an!

Bevor Sie jemand persönlich kontaktieren, sollten Sie sich fragen: Bin ich überhaupt in der Stimmung hierfür? Denn wenn Sie schlecht drauf sind und eigentlich keine

hende Beziehungen zu anderen Menschen aufzubauen. Das setzt voraus, dass Sie ein echtes Interesse an der Zielperson haben. Ihre Hauptbotschaft an sie sollte sein: „Ich finde Sie und das, was Sie tun, interessant.“ Diese Botschaft können Sie Ihrem Partner nicht vermitteln, wenn Sie fortwährend von sich und dem, was sie tun,

denn es besteht aus vielen kreuz und quer miteinander verwobenen Fäden. Deshalb sollten Sie auch daran mitwirken, Beziehungen zwischen Ihren Netzwerkpartnern zu knüpfen. Angenommen ein befreundeter Manager möchte die Webseite seines Unternehmens neu layouten und wendet sich an Sie. Doch Sie bieten diese Leis-



## Zur Person



Barbara Liebermeister ist Expertin für Business Relationship Management. Sie ist Autorin des im FAZ-Verlag erschienenen Buchs „Effizientes Networking: Wie Sie aus einem Kontakt eine werthaltige Geschäftsbeziehung entwickeln“

[www.barbara-liebermeister.de](http://www.barbara-liebermeister.de)

hen: Ihre Zeit ist begrenzt. Investieren Sie diese lieber in wenige fruchtbare als viele unfruchtbare Kontakte.

Definieren Sie für sich Kriterien, anhand derer Sie entscheiden: Mit diesen Personen oder Organisationen will ich eine enge (Geschäfts-)Beziehung aufbauen und mit jenen nicht. Haben Sie keine Angst davor, eine Kontaktanfrage – zum Beispiel via Xing – auch mal abzulehnen. Denn auch für das Netzwerken in Social Media gilt: Nicht die Masse, sondern die Klasse der Kontakte macht's.

ting besucht, kann dort auch keine Personen kennenlernen. Und wer Bekannte nie „einfach mal so“ anruft, besucht oder einlädt, baut zu ihnen auch keine persönliche Beziehung auf. Im Gegenteil: Die Beziehung erkaltet mit der Zeit. Dies gilt übrigens auch für Stammkunden. Auch diese sollten Sie öfter mal „anlasslos“ kontaktieren – und nicht nur, wenn eine Vertragsverlängerung ansteht. Denn sonst ist die Gefahr groß, dass zwischenzeitlich ein Mitbewerber eine immer engere Beziehung zu Ihrem Kunden aufbaut. Mit der Konse-

Lust auf Small Talk haben, dann spürt Ihr Gegenüber dies sofort – nicht nur anhand Ihrer (Körper-)Sprache. Besonders verräterisch sind Ihre Augen. Lassen Sie das Netzwerken also, wenn Sie schlecht drauf sind, sein.

## Wertschätzend kommunizieren!

Denken Sie beim Netzwerken stets daran: Das Ziel ist es nicht, kurzfristig einen Deal unter Dach und Fach zu bringen. Vielmehr geht es darum, tragfähige, weil auf wechselseitiger Wertschätzung beru-

erzählen. Hören Sie Ihrem Gesprächspartner zu, stellen Sie weiterführende Fragen. Und versuchen Sie Gemeinsamkeiten herzustellen.

Doch Vorsicht! Werden Sie nicht zum plumpen Schmeichler. Denn wichtig ist, dass Sie auf Augenhöhe kommunizieren. Schließlich wollen Sie ein attraktiver Partner sein. Das setzt voraus, dass Sie – situationsabhängig – auch Dinge von sich preisgeben.

**Vernetzen Sie Ihre Kontakte** Ein Netz ist keine Schnur, son-

derung nicht an. Was spricht dann dagegen, ihm einen Webdesigner zu empfehlen, mit dem Sie gute Erfahrungen gesammelt haben? Das Ergebnis: Zwei Personen sind Ihnen dankbar.

## Misten Sie Ihre Kontakte ab und zu aus

Lassen Sie (Business-)Kontakte, die Ihnen nichts bringen, gezielt einschlafen. Denn auch das Pflegen solcher Kontakte kostet Zeit – Zeit, die Ihnen anschließend zum Auf- und Ausbau wertvoller Beziehungen fehlt.