

Nur wer sich vernetzt, profitiert nachhaltig

Ist das, was hinter dem heute so oft benutzten Wort Networking steht, wirklich so wichtig? Meine Meinung ist klar: Ja, ohne jeden Zweifel. Aber – und dieses Aber ist entscheidend: Ein Netzwerk lässt sich nicht so einfach neben dem geschäftlichen Alltag aufbauen und pflegen.

Doch werfen wir zuerst einen kurzen Blick auf die Möglichkeiten zum Networken, die uns zur Verfügung stehen. Zahlreiche Angebote sind in den letzten Jahren entstanden – und es gibt immer mehr davon: Networking-Frühstück, Empfehlungstreffen, regionale KMU-Netzwerke, Erfahrungsgruppen – die Liste ist enorm. Sicherlich ein Beweis dafür, dass physische Netzwerke nach wie vor eine wichtige Rolle spielen.

Auf der anderen Seite können heute auch globale Kontakte so rasch und einfach wie noch nie geknüpft werden. Kostenlose Internet-Plattformen, Social Communities wie Xing, Facebook, Flickr, MySpace oder LinkedIn, interaktive Websites, Blogs usw. sind die Instrumente, die viele bereits in ihren Arbeitsalltag integriert haben.

Ob physisch oder elektronisch, eines bleibt sich gleich: Netzwerke müssen konsequent genutzt und aktiv gepflegt werden. Nur dann können die zahlreichen Kontakte auch zum erfolgreichen Bestandteil der Verkaufsaktivitäten werden.

Allein mit der Nutzung oder dem regelmässigen Besuch solcher Plattformen ist es nicht getan. Was die alten Stammtische geleistet haben, hat seine allgemeine Gültigkeit nicht verloren. Kontakte werden langfristig und regelmässig gepflegt. Der Fokus ist nicht nur – meist sogar nur nebenbei – aufs «Business» ausgerichtet. Dennoch werden oft Geschäftsmöglichkeiten und Aufträge im bekannten Kreis vergeben.

Und heute? Gerade in einer so schnelllebigen Zeit will das persönliche Networking gelernt sein. Wie spreche ich einen neuen Kontakt an? Wie sage ich in wenigen Worten, was ich anzubieten habe? Wie erfahre ich, ob mein Gegenüber Entscheidungskompetenzen hat? Wie erkenne ich die für mich wertvollen Kontakte?



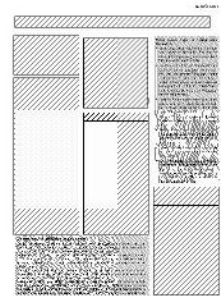
Simon May, IFJ Institut für Jungunternehmen

Und vor allem: Wie pflege ich diese Kontakte nachhaltig?

Hier muss sich jeder Unternehmer und jede Unternehmerin eine eigene Strategie, ein eigenes Vorgehen und Können erarbeiten. Dabei ist es wichtig, nicht nur das Gegenüber einzuschätzen, sondern auch die Werte des eigenen Unternehmens und der eigenen Persönlichkeit zu vermitteln. Gerade in den ersten Sekunden eines Kontaktes ist es entscheidend, dass dank einer «zündenden» Kurzvorstellung der Funke springt. Die meisten Leute suchen ja nicht nur einwandfreie Produkte und Dienstleistungen, sondern legen genauso Wert auf den zwischenmenschlichen Aspekt. Jeder Mensch – also auch Sie und ich – ist eine «personalisierte Visitenkarte».

Beispiel eines erfolgreichen Netzwerks: Vom kleinen Gründertreff zur grösstem Unternehmer/innen-Netzwerk in der Schweiz

Nun von der Theorie zur Praxis. Aus einem spontanen «Gründertreff» in St. Gallen ist 1989 das IFJ Institut für Jungunternehmen entstanden. Das IFJ organisierte in der Folge regelmässige Treffen für Jungunternehmerinnen und Jungunternehmer. Aus diesen Networking-Anlässen sind im Lauf der Jahre die «venture apéros» entstanden. Heute finden monatlich an zehn Standorten in der deutschen Schweiz



«venture apéros» statt. Mit ihren 8000 Teilnehmenden pro Jahr sind sie zweifellos das bedeutendste Gründer-Netzwerk in der Schweiz.

Ein Grund für diesen grossen Zuspruch ist zweifellos die Mischung zwischen kurzen Vorträgen von absoluten Top-Referenten und der Gelegenheit zum Networking. Die Liste der Redner liest sich wie ein eigentliches Who-is-who von Wirtschaft, Gründerszene und Wirtschaftspolitik. Auch gestandene Unternehmer/innen und leitende Vertreter/innen von KMU treffen sich regelmässig an den «venture apéros», die zudem kostenlos sind.

Nach Referat und Diskussion findet in der Regel eine lockere Vorstellungsrunde statt. Diese mündet dann jeweils in den Apéro, bei dem neue Kontakte geknüpft oder bereits bestehende vertieft werden können. Die Vermittlung von unternehmerischem Wissen verbunden mit Networking – das ist die Erfolgsformel der «venture apéros». ■

Meine sieben Tipps für erfolgreiches Networking

- Beschränken Sie sich auf zwei bis drei relevante physische Netzwerke. Besuchen Sie diese dafür regelmässig und unterstützen Sie diese wenn möglich aktiv.
- Evaluieren Sie Internet-Dienstleistungen und Plattformen gründlich (Wer macht mit? Was wird geboten? Was sagen meine Kollegen dazu?). Wenn Sie Ihre Wahl getroffen haben, setzen sie diese Netzwerke konsequent ein (Link im E-Mail-Footer, neue Kontakte aktivieren, an Untergruppen teilnehmen etc.).
- Sortieren Sie die Visitenkarten nach einem Anlass rasch und erfassen Sie die wertvollen in Ihrem CRM-Programm, damit Ihre Kontaktliste aktuell bleibt.
- Pflegen Sie den persönlichen Kontakt, Briefe und elektronische Post reichen nicht!
- Kleine Wertschätzungen erhalten die Freundschaft: Warum nicht einmal ein persönlicher Anruf zum Geburtstag eines Geschäftspartners?
- Suchen Sie potenzielle Entscheidungsträger/innen zuerst unter den bestehenden Kontakten.
- Üben und verbessern Sie Ihre eigene Kurzpräsentation, den «elevator pitch»: Wie sage ich in 30 Sekunden, was ich anzubieten habe, warum mein Angebot einzigartig ist und welchen signifikanten Nutzen es meinem Gegenüber bringt.

Die erste Adresse für erfolgreiche Jungunternehmen

Das IFJ hat sich seit 1989 als führende und einzigartige Dienstleistungsplattform mit einem umfassenden Angebot für Startups und innovative KMU etabliert. Der konstante Einsatz des IFJ und namentlich seines Gründers Beat Schillig wirkt auch über den eigenen Kreis hinaus: www.ifj.ch.

Unternehmerisches Wissen vermitteln – das steht beim IFJ im Zentrum. Kostenlose Quellen dafür sind Internetplattformen des IFJ: www.eStarter.ch mit dem grössten Kompetenzmarkt für KMU der Schweiz, www.startup.ch, www.eBusiness.ch und www.inno-swiss.com mit ihren attraktiven Angeboten und hilfreichen Tools.

Seit 2004 ist das IFJ verantwortlich für «venturelab» der nationalen Förderagentur für Innovation KTI. «venturelab» führt massgeschneiderte Ausbildungsmodulare für Startup-Projekte mit aussergewöhnlichem Wachstumspotential aus dem Hightech-Bereich durch: www.venturelab.ch.

«venture kick» heisst die vor einigen Monaten lancierte private Gründerinitiative für Startups im Frühstadium, die von drei grossen Stiftungen finanziert wird. «venture kick» stellt Projekten, die vor der Gründung stehen und sich über einen Prozess mit drei Phasen qualifizieren, à fonds perdu Startkapital bis zu 130000 Franken zur Verfügung. 2008 stehen zwei Millionen Franken zur Verfügung: www.venturekick.ch.