

## **Magda Bleckmann: So klappt's mit der Geschäftsbeziehung**

### **Erfolgreiche Kunden- und Karrierenetzwerke sind wertebasiert.**

***Graz, 25. April 2012***

Netzwerke sind in aller Munde. Ohne sie geht gar nichts mehr: im Job, im Privatleben oder als Selbständiger, der auf gute Beziehungen zu seinen Kunden und Partnern angewiesen ist. Funktionierende Beziehungsgeflechte sind vor allem dann erfolgreich, wenn sie auf Werten basieren und von Taktgefühl und gegenseitiger Einsatzbereitschaft getragen werden, weiß die Grazer Profi-Netzwerkerin Magda Bleckmann. „Netzwerke müssen allgemeinen und verbindlichen Normen entsprechen und sich an gesellschaftlichen Konventionen orientieren“, sagt die ehemalige Spitzenpolitikerin Bleckmann. Nur so seien sie langfristig tragfähig und würden von allen Beteiligten akzeptiert. Verlässlichkeit, Vertrauen, Treue, Nachvollziehbarkeit, Ehrlichkeit, Aufmerksamkeit für die jeweils anderen und echtes Interesse an Gemeinsamkeiten und dem Nutzen aller seien nur einige wesentliche Voraussetzungen. Insbesondere beim Aufbau von Kundennetzwerken seien diese wichtig. Hier sei der Initiator vor allem als Moderator gefragt, weil er seine unternehmerischen Gewinnerzielungsabsichten mit erkennbaren Mehrwerten kombinieren müsse. „Netzwerk“, so Bleckmann „ist eben keine Einbahnstraße, sondern eine Wechselbeziehung.“

Vor allem komme es auf das Engagement an. Lebendige Netzwerke lebten in erster Linie von Aktivität. Dazu gehöre auch, Informationen offen weiterzugeben und einzusetzen. Transparenz sei ebenso ein Wert für gute Netzwerkbeziehungen. Gerade Kundennetzwerke benötigen diese Transparenz. Jedem müsse klar sein, was ihm die Mitgliedschaft bringe und welche Vorteile er daraus beziehen kann. Es gehe darum, Nutzen zu stiften. Professionelle Kundenclubs oder Customer Relationship Manager würden ihre Kundenkontakte und Produktinformationen geradezu sozialisieren. Damit wachse die Chance, Kunden zu binden, Treue zu belohnen und eine emotionale Beziehung aufzubauen. Netzwerke und Clubs dürften keine Verteiler für Werbebotschaften, sondern müssten wertebasiert, wertorientiert, authentisch und vom gegenseitigen Geben und Nehmen geprägt sein. Nur so hätten sie eine aktive und erfolgreiche Zukunft und dienten den Interessen der Teilnehmer und Mitglieder. Unternehmen müssten dies bedenken, wenn sie Netzwerke oder Kundenclubs als Teil der Marketingstrategie einsetzen wollten. Und sie sollten einen vollzeittätigen und professionellen Moderator einplanen.

Weitere Informationen über Magda Bleckmann, ihre Coachings für Unternehmen und Einzelpersonen, den Themen Netzwerke und Kundenbeziehungen sowie über ihre Vortrags- und Seminartermine gibt es unter [www.magdableckmann.at](http://www.magdableckmann.at).

## Hintergrund:

Magistra Dr. Magda Bleckmann ist promovierte Betriebswirtin, ehemalige Spitzenpolitikerin sowie Expertin für exklusive Karriere-Netzwerke und Kundenbeziehungsmanagement. Seit 2005 ist sie Inhaberin der Unternehmensberatung Bleckmann Coaching – Connecting – Consulting und gefragte Speakerin, Trainerin und Dozentin an verschiedenen Fachhochschulen. In ihrer politischen Zeit war sie unter anderem Clubobfrau im Steiermärkischen Landtag, Landesrätin, Mitglied im österreichischen Nationalrat und Partei-Generalsekretärin. Ihr Buch „Die geheimen Regeln der Seilschaften“ ist zum Standardwerk in vielen Chefetagen geworden. Sie lebt das, wovon sie spricht und bringt ihre Expertise in der German Speakers Association, verschiedenen Expert Groups der Wirtschaftskammer Österreich und anderen Managementzirkeln ein. Mit ihrem Wissen, Können und ihrer langen Erfahrung begleitet sie Führungskräfte auf dem Weg nach oben.

Weitere Informationen unter [www.magdableckmann.at](http://www.magdableckmann.at).

## Kontakt:

Mag. Dr. Magda Bleckmann Unternehmensberatung

Polzergasse 32

A-8010 Graz

Tel. +43 (0) 664-8257777

Mail: [office@magdableckmann.at](mailto:office@magdableckmann.at)