

Social Media sind „unsozial“

Facebook, XING, Twitter und Co. produzieren bestenfalls lose Kontakte, aber keine belastbaren Karriere-Netzwerke

Facebook, Xing, Twitter und seit kurzem Google+ erfreuen sich immer größerer Beliebtheit. Viele Millionen Menschen sind täglich auf den verschiedenen Plattformen aktiv, vernetzen sich und teilen Gedanken und Informationen mit anderen. Manche Menschen nutzen die sogenannten Social Media fast nur privat, andere hingegen, um auch geschäftlich mehr Erfolg zu haben und mit relevanten Entscheidern oder Zielgruppen in Kontakt zu kommen. Doch virtuelle Kontakte sind keine belastbaren und verlässlichen Beziehungen. Nur wenigen Personen gelingt es, die Mehrwerte im Internet zu erreichen, die sie sich erhoffen: zum Beispiel mehr Umsatz, valide Beziehungen zu Einkäufern oder Kollegen oder eine größere Bekanntheit.

Social Media sind gut geeignet, um einen ersten Kontakt herzustellen und um Informationen zu sammeln. Auch sind sie nützlich, um einen Kontakt kommunikativ aufrecht zu erhalten. Aber die Anzahl der Freunde auf Facebook, der Kontakte auf XING oder der Follower auf Twitter sagt nur wenig über den eigenen Beziehungswert einer Person aus. Daraus lässt sich nicht ableiten, ob überhaupt und wenn ja wie weit das eigene Netzwerk wirklich trägt, wenn es darauf ankommt. Ein Button ist schnell geklickt, ein Kontakt schnell bestätigt – aber sich kennen, verstehen und unterstützen ist eben doch noch etwas anderes. Fast nirgendwo wird so viel Schönfärberei und Selbstdarstellung betrieben wie in den sozialen Netzwerken. Dort kann man noch weniger hinter die schöne Fassade schauen als im echten Leben – ein Umstand, der Vertrauen erschwert und Enttäuschungen vorprogrammiert. Der persönliche Eindruck ist nicht durch Facebook, XING und Twitter zu ersetzen. Der virtuelle, optische Impuls im Netz ist kein Ersatz für das intuitive Bauchgefühl, dass ein Mensch bei einem anderen auslöst, wenn er ihm gegenübersteht.

Wer beruflich erfolgreich sein möchte, braucht aber echte Beziehungen zu anderen Menschen. Der entscheidende Branchentipp, die beste Empfehlung und ein guter Rat kommt nur selten über das Internet. Das alles kommt in erster Linie von Partnern, Kollegen, Freunden, Mitarbeitern und anderen persönlichen Bekannten – eben aus dem realen Leben und Arbeitsumfeld. Die Social Media können zwar eine Menge Erstkontakte generieren und den Dienst eines sich selbst aktualisierenden Adressbuches erfüllen, aber zu Beziehungen führen sie im ersten Schritt nicht. Allerdings sind Social Media ein praktischer Weg, um Kontakte zu pflegen und vielleicht später einmal in eine Beziehung umzuwandeln. Jede Beziehung war am Anfang nur ein Kontakt, der dann durch strategisches Kommunikationsmanagement immer mehr aufgewertet worden ist.

Als Kommunikations- und Informationsplattform sind soziale Netzwerke für Netzwerker also Gold wert. Neuerungen und aktuelle Infos zur Person, die Erinnerung, zum Geburtstag zu gratulieren und berufliche und private Veränderungen werden „frei Haus geliefert“ – ein tolles Hilfsmittel. Aber eben nur ein Hilfsmittel. Was früher im Gedächtnis oder im Notizblock notiert war, weiß heute das soziale Netzwerk. Und dennoch: Wie persönlich ist der Geburtstagswunsch über XING im Vergleich zum handgeschriebenen Brief oder zur persönlichen Gratulation? Menschen sind soziale Wesen und keine virtuellen Botschaftsempfänger. Heute hebt sich der ab, der persönlich zum Geburtstag anruft oder ein kleines passendes Präsent versendet.

Bis jetzt haben die sozialen Netzwerke es auch nicht geschafft, Berufsverbände, Business-Clubs oder unternehmerische Interessenverbände zu verdrängen. Im Gegenteil, der Zuspruch für diese wächst eher als das er sinkt. Je exklusiver, je mehr Zugangsbeschränkungen, desto gefragter. Und das, obwohl auch solche Organisationen verstärkt ihre interne und externe Kommunikation mittels virtueller Netzwerke modernisieren. Der Wunsch, einer besonderen Gruppe oder einem bestimmten Milieu anzugehören, kann

nicht durch Social Media befriedigt werden. Auch hier stehen der persönliche Austausch, das gemeinsame Erleben und die individuelle Beziehung im Mittelpunkt. Teilnehmen und Teilhaben ist mehr als bloßes Dabeisein

Karrieren werden nicht im Internet gemacht. Noch niemand ist befördert worden, weil er die 5000er-Freunde-Marke bei Facebook durchbrochen hat – aber schon viele, weil sie die richtigen persönlichen Beziehungshebel in Bewegung setzen konnten. „Beziehungen schaden nur dem, der keine hat“ – diese Business-Binsenweisheit gilt unverändert. Deshalb ist es oft besser, aktiv an Veranstaltungen teilzunehmen, die Firmenfeier zu besuchen oder realen Karrierenetzwerken beizutreten als virtuelle Kontakte zu sammeln. Besser zwanzig echte Freunde in Schlüsselpositionen als 1000 Kontakte im Internet.

Wenn aus losen Kontakten stabile Beziehungen werden sollen, die die eigene Karriere fördern, sollten diese fünf Regeln beachtet werden:

- Losen Internetkontakten sollten zeitnah persönliche Gespräche folgen, denn Geschäfte werden immer von Menschen gemacht, die sich kennen und vertrauen.
- Es gilt das Prinzip Klasse statt Masse. Mehr als 40 bis 60 wirklich starke Beziehungen lassen sich kaum aktiv pflegen. Beziehungen machen Arbeit und erfordern auch, sich für das Leben anderer Menschen zu interessieren und daran teilzunehmen.
- Verlässlichkeit und Ehrlichkeit sind entscheidende Erfolgsfaktoren. Nur wer hält, was er virtuell und im realen Leben verspricht, kann mit positiven Reaktionen, Empfehlungen und Unterstützung rechnen.
- In Beziehungs-Netzwerke muss zunächst investiert werden, bevor man sie in Anspruch nimmt. Erst Geben, dann Nehmen und immer aktiv bleiben lautet die Devise. Nutzen stiften und die Vorteile auch des Anderen im Blick behalten ist gefragt und zahlt sich langfristig aus.
- Geduld ist eine Tugend – gerade in strategischen Karrierenetzwerken. Wer mit schnellen Erfolgen und unmittelbaren Erträgen rechnet, kann sich leicht verspekulieren. Egal ob im eigenen Unternehmen, Verbänden, Business-Clubs oder Kontaktbörsen – Vertrauen muss erst wachsen. Und Vertrauen ist die Basis des Erfolges.

Social Media sind „unsozial“ – zumindest solange es bei rein virtuellen Kontakten bleibt. Deren strategischer Einsatz für die eigenen Karriereziele sollte kritisch hinterfragt werden. Weniger ist hier manchmal mehr. Die Mischung ist entscheidend – virtuelle Präsenz und Teilnahme in sozialen Netzwerken ist grundsätzlich hilfreich, aber entscheidend ist am Ende der echte Dialog und die persönliche Kommunikation. Erfolgreich sein heißt, es auch mal persönlich „menscheln“ zu lassen.

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.

