

Tragfähige Business-Kontakte auf- und ausbauen – 10 Tipps

Der Aufbau und die Pflege von wertvollen Geschäftskontakten erfordert Zeit und Energie. Entsprechend systematisch sollten Inhaber und Geschäftsführer von IT-Unternehmen sowie IT-Berater beim Auf- und Ausbau ihres Beziehungsnetzwerks vorgehen.

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.

Tipp 1: Nicht blind drauflos kontakten! 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: Zu welchen Personen und Organisationen könnte sich ein Beziehungsaufbau lohnen? Zum Beispiel, weil sie selbst lukrative Kunden werden könnten? Oder weil sie wichtige Empfehlungsgeber sein könnten? Oder weil sie über wertvolles Knowhow verfügen?

Tipp 2: Weniger Masse, mehr Klasse! Studien belegen: Zu mehr als 150 Menschen kann niemand intensive Beziehungen unterhalten. Mögen es im Einzelfall auch mehr sein, so bleibt doch die Tatsache bestehen: 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 Beziehung aufbauen und mit jenen nicht. Und überlegen Sie sich zum Beispiel vor und zu Beginn von Kongressen (anhand der Teilnehmerliste): Mit wem will ich warum Kontakt aufnehmen? Sonst ist die Gefahr groß, dass Ihre neuen Kontakte „wertlose“ Zufallsbekanntschaften sind. Und lehnen Sie auch mal eine Kontaktanfrage – zum

Beispiel via Xing – ab. Denn auch für das Networken in Social Media gilt: Nicht die Masse, sondern die Klasse der Kontakte macht's.

Tipp 3: Zeit fürs Networking einplanen! Ein gutes Netzwerk müssen Sie 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 Verbandsmeeting 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. Das gilt auch für Stammkunden. Auch diese sollten Sie öfter mal „anlasslos“ kontaktieren – und nicht nur, wenn eine Vertragsverlängerung oder Neuanschaffung ansteht. Sonst ist die Gefahr groß, dass zwischenzeitlich ein Mitbewerber eine immer engere Beziehung zu Ihrem Kunden aufbaut. Mit der Konsequenz: Sie sind Ihren Stammkunden irgendwann los.

Tipp 4: Eine gute Vorbereitung ist das A und O! „Wie spreche ich die Person an? Und worüber rede ich mit ihr?“ Das fragen sich Menschen oft, die jemand kontaktieren möchten – zum Beispiel auf einer Fachtagung. Dabei können die Kontaktaufnahme und Themenwahl bei einer adäquaten Vorbereitung ganz einfach sein. Angenommen Ihre Zielperson ist Geschäftsführer einer mittelständischen Firma. Dann schauen Sie sich doch mal auf die Firmenwebseite? Wie präsentiert sich Ihre Zielperson dort? Wirkt sie für einen Geschäftsführer eher locker oder steif? Und steht auf der Webseite eventuell ihr Lebenslauf? Wenn nicht, schauen Sie mal bei Xing oder LinkedIn. Und googeln Sie, was im Internet über Ihre Zielperson steht. Vielleicht hat sie einen Fachartikel geschrieben. Dann könnte ein Gesprächseinstieg sein: „Herr Meyer (oder Frau Müller), vor kurzem las ich einen Artikel von Ihnen zum Thema x in der Zeitung y. Der hat mich sehr inspiriert, weil“ Ein solcher Gesprächseinstieg schmeichelt fast jedem, und schon ist das Eis gebrochen.

Tipp 5: Wer gut drauf ist, kommt gut an! Bevor Sie jemand kontakten, sollten Sie sich fragen: Bin ich überhaupt in der Stimmung hierfür? Denn wenn Sie

schlecht drauf sind und eigentlich keine 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. Oder versetzen Sie sich zuvor in eine gute Stimmung. Zum Beispiel, indem Sie zwei, drei Minuten an ein schönes Erlebnis denken. Beispielsweise an Ihren letzten Urlaub oder einen tollen geschäftlichen Erfolg. Dann verbessert sich auch Ihre Laune.

Tipp 6: Wertschätzend kommunizieren! Beim Netzwerken lautet das Ziel nie, kurzfristig einen Deal unter Dach und Fach zu bringen. Vielmehr geht es darum, tragfähige, weil von wechselseitiger Wertschätzung geprägte 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, erzählen. Hören Sie Ihrem Gesprächspartner zu, stellen Sie weiterführende Fragen. Und versuchen Sie Gemeinsamkeiten herzustellen. Zum Beispiel, indem Sie, wenn Ihr Partner von einer Erfahrung berichtet, sagen: „Das kenne ich auch. Auch ich war mal in der Situation, dass ich ...“ Und denken Sie daran: Jeder Mensch wird gern gelobt. Sagen Sie deshalb, wenn Ihr Partner einen interessanten Gedanken äußert: „Das ist ein interessanter Aspekt. So habe ich das noch nie gesehen.“ Doch Vorsicht! Werden Sie nicht zum plumpen Schmeichler. Kommunizieren Sie auf Augenhöhe. Schließlich wollen Sie ein attraktiver Partner sein. Und geben Sie – situationsabhängig – auch gezielt Dinge von sich preis. Zum Beispiel, indem Sie sagen: „Als Vater zweier Kinder weiß ich,“ Oder: „In unserem Betrieb haben wir die Erfahrung gesammelt, ...“ Damit senden Sie an Ihren Gesprächspartner das Signal: Ich bin bereit, mich mit Ihnen über mehr als den letzten Vortrag zu unterhalten. Auf dieses Angebot kann Ihr Gegenüber, sofern gewünscht, eingehen, und Sie haben den Grundstein für ein Vertiefen des Kontaktes gelegt.

Tipp 7: Zuerst geben, dann nehmen! Beim Business Relationship Management geht es letztlich ums Geschäft. Doch überstürzen Sie nichts. Auch Geschäftsbeziehungen

müssen wachsen. Und wer stets etwas will, aber selten etwas gibt, wirkt schnell unsympathisch. Damit andere Menschen zu Ihnen Vertrauen fassen, müssen Sie Vorleistungen erbringen. Zum Beispiel, indem Sie im Gespräch Wissen preisgeben. Angenommen Ihr Partner erzählt, er habe Probleme mit der Steuerung eines Projekts, dann können Sie erwidern: „Wir hatten dieses Problem auch. Da hat es sich bewährt“ Oder: „Haben Sie schon von der Methode X gehört? Die hat das Unternehmen Y erfolgreich angewendet, um ...“ Und wenn Sie keinen Rat wissen? Dann können Sie eventuell den Kontakt zu einer Person oder Organisation herstellen, die helfen kann. Durch solche Gefälligkeiten sammeln Sie Pluspunkte. Und Ihre Kontaktperson ist ebenfalls zunehmend zu Gefälligkeiten bereit.

Tipp 8: Kontakte mit System ausbauen! Ein Kontakt ist noch keine Beziehung. Erst aus einer Vielzahl von Kontakten erwächst in der Regel eine tragfähige Beziehung. Das heißt: Einmal geknüpfte Kontakte sollten Sie pflegen, damit sie nicht erkalten. Das erfordert Zeit – Zeit, die Ihnen im Arbeitsalltag, schnell fehlt. Gehen Sie entsprechend systematisch bei der Kontaktpflege und dem Beziehungsaufbau vor. Tragen Sie bei Personen, die Ihnen wichtig sind, zum Beispiel ein Jahr im Voraus alle zwei Monate im Kalender ein: „Müller anrufen“. Sonst ist, ehe Sie sich versehen, ein halbes Jahr verstrichen und der lauwarmer Kontakt ist wieder kalt. Und bringen Sie sich den Ihnen wichtigen Personen zwischenzeitlich immer wieder in Erinnerung. Hierfür gibt es einfache Wege. Angenommen Ihr Netzwerk-Partner ist Geschäftsführer eines IT-Unternehmens mit 50 Mitarbeitern und Sie lesen in der Zeitung einen Artikel darüber, vor welchen Herausforderungen mittelständische IT-Unternehmen stehen. Dann scannen Sie den Artikel doch einfach ein und mailen Sie ihn mit einem kurzen Anschreiben an den Geschäftsführer. Und schon haben Sie sich bei der Zielperson wieder in Erinnerung gebracht. Doch nicht nur dies! Sie haben auch einen Gesprächsaufhänger für ein mögliches Telefonat geschaffen, in dem Sie fragen: „Konnten Sie mit dem Artikel etwas anfangen oder ...?“

Tipp 9: Vernetzen Sie Ihre Kontakte. Ein Netz ist keine Schnur. 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 Leistung 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. Der Manager, weil er eine Empfehlung bekam, und der Webdesigner, weil Sie ihn bei einem potenziellen Kunden ins Gespräch brachten. Und dafür werden sie sich irgendwann revanchieren.

Tipp 10: 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.

Barbara Liebermeister

Zur Autorin: Barbara Liebermeister ist Expertin für Business Relationship Management. Sie ist Autorin des Buchs „Effizientes Networking: Wie Sie aus einem Kontakt eine werthaltige Geschäftsbeziehung entwickeln“ (Homepage: www.barbaraliebermeister.de; Tel.: ++49/6172-499 615; Email: bl@barbaraliebermeister.de).