

Monika Scheddin

Erfolgsstrategie Networking

Business-Kontakte knüpfen, organisieren und pflegen

Dritte
erweiterte Auflage
mit großem Adressteil

Highlights dieses Buchs:

- A) Erfahrungswissen
- B) die Adressenliste – frisch aktualisiert
- C) Know how: wie gründe ich ein Netzwerk

Monika Scheddin

Erfolgsstrategie Networking

Business-Kontakte knüpfen, organisieren und pflegen

Mit großem Adressteil

Mein erstes Buch widme ich meinen Eltern Edeltraut und Horst Scheddin. Was sie mir vermittelt haben, ist nicht zuletzt beim Netzwerken unglaublich hilfreich:

Rücksicht,
Freundlichkeit und
teilen können.

Vielen Dank. Ihr seid die Besten!

Weitere Informationen über den Verlag und sein Programm unter:
www.allitera.de

Die erste Auflage dieses Buches erschien 2003.

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation
in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten
sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

3. Auflage

Januar 2009

Allitera Verlag

Ein Verlag der Buch&media GmbH, München

© 2009 Buch&media GmbH, München

Umschlaggestaltung: Kay Fretwurst, Freienbrink

Herstellung: Books on Demand GmbH, Norderstedt

Printed in Germany · ISBN 978-3-86906-003-3

Inhalt

Vorwort von Pero Mičić

Einleitung

Netzwerken: Was bedeutet das eigentlich?

Die Geschichte des Netzwerkens

Wie funktioniert Netzwerken?

Was bringt Netzwerken?

Welche Arten von Netzwerken gibt es?

So netzwerken Promis

Ziele definieren: Was will ich mit Netzwerken erreichen?

Finden Sie heraus, was Sie wirklich wollen

Netzwerk-Ziele umsetzen

Business-Netze verstehen: Welches Netzwerk ist das richtige für mich?

Welche Arten von Netzwerk-Veranstaltungen gibt es?

Welche Kriterien muss ich für einen Beitritt erfüllen?

Wie werde ich netzwerkattraktiv?

Woran lässt sich ein gutes Netzwerk erkennen?

Netzwerk-Etikette: Wie verhalte ich mich in einem Netzwerk?

Geben und Nehmen

Mit Smalltalk geistreich nett sein

Kontakte pflegen

Der Rückzug aus Netzwerken

Männer und Frauen netzwerken anders

Die Dos & Don'ts des Netzwerkens

Wie Sie ein professionelles Netzwerk gründen, organisieren und stabilisieren

Definieren Sie Ihre Ziele

Gedankenspiele vor der Umsetzung

Schaffen Sie eine gute Basis

Die Bedeutung der Pressearbeit

Die Clubtreffen

Das Jahresprogramm

Werten Sie Ihr Netzwerk auf

Was ist des Gründers Lohn?

Adressliste: Die besten Business-Netzwerke im deutschsprachigen Raum

Anmerkungen zur Adressenliste

Anhang

Vorwort

Die besten Erfolgsstrategien sind Jahrtausende alt und werden auch noch in ferner Entwicklung Bedeutung haben. Es ist daher denkbar leicht, die Entwicklung des Networkings zu prognostizieren: Es bleibt eine Zukunftsstrategie und gewinnt durch die Turbulenz unserer Zeit enorm an Bedeutung.

Die Zahl der Gestaltungsoptionen und somit der Chancen wächst rasant. Auch vermeintliche Bedrohungen entpuppen sich als Chancen, wenn wir früh genug handeln. Gleichzeitig machen Entwicklungen wie Informatisierung, Beschleunigung, Fragmentierung und Flexibilisierung das persönliche Umfeld immer komplexer, sodass viele Menschen Sehnsucht nach Einfachheit, Transparenz, Stabilität und Überblick haben. Jemanden zu kennen, den man fragen kann, sich bei Problemen an jemanden wenden zu können, der sich auskennt, wird immer wichtiger. Um wie viel leichter lässt sich ein Problem doch lösen, wenn man direkt oder indirekt den richtigen Experten hat.

Wir westlichen Menschen müssen das systemische und dynamische Denken erst noch lernen. Auf Grund unseres überwiegend linearen Denkens ist nur wenigen bewusst, dass die meisten beruflich und gesellschaftlich aktiven Menschen über nur vier oder fünf Stufen direkten Zugang zu den Berühmten und Mächtigen dieser Welt haben. Wenn Sie es mit Konzentration und Energie darauf anlegen, können Sie selbst bei der Bundeskanzlerin einen Termin bekommen – wenn Sie ein guter Networker sind.

Doch Networking nach Monika Scheddin ist weitaus mehr als nur das anrühlich anmutende Ausspielen von Vitamin B. Auch nach Jahrtausenden von Wirtschaftsgeschichte, nach Jahrzehnten von Erfolgsplanung und auch nach Jahren der Netzwerkwirtschaft gilt es, das immense Potenzial des Beziehungsmanagements erst noch zu entdecken. Wir alle sind Lebensunternehmer. Ob wir es wahrhaben wollen oder nicht, die von vielen beschworene »Absicherung« war schon immer und ist in Zukunft noch viel mehr eine naive Illusion.

Allmählich erkennt man, wie wertvoll ein gut gemanagtes persönliches Netzwerk ist. Daher sind auch die Zeiten vorbei, als man Unternehmen nur nach ihrer bilanzierten Materie und Menschen nur nach ihrer Arbeitskraft bewertete. Das Netzwerk ist der Wert. Das Netzwerk ist Ihre einzige »Absicherung«.

Die Entwicklung des Computings gibt uns eine eindrucksvolle Analogie. Erst als man die Rechner miteinander verband, erst als man Netzwerke schuf und sie zu managen lernte, entfalteten sich das Potenzial und die ungeheure Dynamik, die wir heute erleben. Der einzelne Computer ist geradezu armselig im Vergleich zum Netzwerk, dessen Element er ist. »... und zusammen sind wir das Internet«, hieß es in der Werbung einer Softwareschmiede. Das Internet ist nicht Ihr Computer, nicht Ihr Browser, nicht Ihre liebsten Websites. Nein, das Internet ist nur der Kanal zwischen Ihnen und Ihrem Netzwerk aus Freunden, Partnern und Kollegen. Wir alle sind ein Internet.

Bob Metcalfe, der Erfinder des Ethernets, berechnete den Wert eines Netzwerks in seinem »Metcalfe'schen Gesetz«. Es besagt, dass sich der Wert eines Netzwerks proportional zur Anzahl der Personen entwickelt, die es benutzen. Verdoppelt sich die Anzahl der Personen, verdoppelt sich der Wert für jeden Teilnehmer, vervierfacht sich folglich der Wert des Netzwerks. Mit den in Monika Scheddins Buch beschriebenen Strategien können Sie nicht nur den Umfang, sondern vor allem auch die Qualität Ihres Netzwerks

verbessern. Glauben wir Metcalfe, kann dies Ihr Leben verändern.

Wie so vieles im Leben haben Beziehungen einen Beginn, ein Wachstum, eine Reife und häufig auch einen Niedergang und einen Tod. Jede dieser Phasen können Sie gestalten, wie es Ihnen und Ihren Netzwerkpartnern beliebt und hilft. Daher gibt Ihnen Monika Scheddin nicht nur die Anleitung für den Aufbau Ihres Netzwerks, sondern auch für Ihre Netzwerkpflege und Ihre Netzwerkhygiene.

Das Wesentliche ist immer einfach: Netzwerken heißt vor allem, mit sympathischen und interessanten Menschen Zukunft zu schaffen. In diesem Sinne wünsche ich Ihnen und allen Netzwerken eine glänzende Zukunft.

Pero Mićić

Zukunftsmanager und Vorstand
der Future Management Group AG
(www.Micic.com)

Einleitung

Seit den Achtzigerjahren, spätestens jedoch mit dem Aufkommen der so genannten New Economy gelten Netzwerke als eine Erfolgsstrategie für Unternehmen, Organisationen und Manager. Wie kein anderer Wirtschaftszweig setzten die Start-ups der neuen Branchen auf informelle und offizielle Treffen, auf Konferenzen, exklusive Diskussionsrunden oder Arbeitsessen: Gründer trafen und treffen sich mit anderen Gründern und potenziellen Mitarbeitern, um Ideen und Erfahrungen auszutauschen oder um mit Investoren und Risikokapital-Gebern über Geschäftsmodelle und branchenrelevante Informationen zu diskutieren. Und selbst die Pleiten diverser Firmen mündeten in durchaus fröhliche Partys, während derer die gefeuerten IT- und Multimedia-Spezialisten neue Arbeitgeber kennenlernen oder aber Insidertipps rund um Arbeitsrecht und Kündigung bekommen konnten.

Doch nicht erst seit Aufkommen der neuen Medien werden Netzwerke geknüpft und gepflegt. Schon in früheren Zeiten war klar, dass eine Gruppe mehr ausrichten kann als ein Einzelner, dass es einfacher ist, die eigenen Interessen innerhalb eines Verbandes zu vertreten. Schon immer rückten die Vertreter gesellschaftlicher Schichten näher zusammen, um sich gegenseitig zu fördern. In Politik und Wirtschaft helfen Seilschaften seit jeher weiter, und nicht zuletzt erweitern Menschen mit einem dicken Adressbuch ihre Perspektiven, ihre Möglichkeiten und ihren Horizont. Ob Gewerkschaften oder Arbeitgeberverbände, ob Wirtschaftsjuvenen oder Round Table, ob Rotary oder Lions-

Club – Foren zum Positionieren, Politisieren und Kungeln gibt's genug.

Galt es noch vor wenigen Jahren als ein Makel, über Vitamin B – »B« für Beziehungen – nach oben zu kommen oder sich mithilfe von Seilschaften über die Karriereleiter zu hangeln, so hat sich diese Einstellung in den vergangenen Jahren gründlich gewandelt. Wohl auch deshalb, weil zahllose Netzwerke für unterschiedlichste Gruppen und Zwecke entstanden sind und die Kontaktbörsen nicht mehr den Hauch des Elitären, Unerreichbaren verströmen. Zudem erleichtert das Internet die Suche nach Verbündeten sowie die Kontaktaufnahme und -pflege. Gründe und Anlässe fürs Business-Networking gibt es allemal genug: So müssen Existenzgründer Kunden- und Lieferantenbeziehungen aufbauen und gezielt den Austausch mit Gleichgesinnten suchen. Der Unternehmer ist auf Feedback und Inspiration angewiesen. Angestellte sichern sich beim Flurplausch, bei Seminaren oder auf der Weihnachtsfeier Vorsprung versprechende Firmeninterna. Führungskräfte überwinden Spezialistentum, einseitige Sichtweisen und auch ihre Einsamkeit an der Spitze, wenn sie außerhalb der Firma wirkliche Gesprächspartner finden.

Dieses Buch will Sie beim Aufbau Ihres Business-Networking begleiten. Es geht also um Beziehungsaufbau und -pflege, es geht darum, beruflich schneller und eleganter zum Zug zu kommen und die eigenen Ziele zu erreichen. Und zwar spielerisch, vergnüglich. Es geht nicht um Sieg oder Niederlage, sondern um Gewinn. Und zwar für alle Beteiligten. Schauen wir uns also gemeinsam das Spielfeld und die Spielregeln an.

Monika Scheddin

Netzwerken: Was bedeutet das eigentlich?

Wenn Sie einen Facharzt, einen Sportverein, einen Frisör oder einen Hundezüchter suchen, wie beginnen Sie üblicherweise Ihre Suche? Genau, Sie fragen Menschen, die Sie kennen. Die auf gleicher Wellenlänge liegen. Das ist in der Regel die schnellste und effektivste Art, die gewünschte Information zu erhalten. Übertragen auf den Job nennt man dies Networking. Netzwerken ist Beziehungsmanagement von mindestens zwei Beteiligten gleichzeitig unter der Prämisse, »dass beide die Beziehung freiwillig aufrechterhalten«, so der Lüneburger Professor Jürgen Lürssen. Beide Seiten gewinnen, indem sie

- Erfahrungen austauschen,
- sich empfehlen,
- Geschäfte miteinander machen,
- einander Feedback geben, kritisieren oder beraten,
- Marktinformationen austauschen,
- sich miteinander vergleichen (Benchmarking),
- gemeinsame Sache machen und Synergien nutzen,
- sich positionieren und sich einen Namen machen.

Ob Seilschaften, Filz oder Netzwerke, ob kungeln oder nicht, alles ist möglich und natürlich auch Realität. Wir müssen allerdings nicht auf etwas verzichten, das unser Leben einfacher macht, nur weil es immer auch schwarze Schafe gibt, die diese Form des Miteinanders für ihre

Machenschaften missbrauchen. Und wie gut, dass es sie gibt, denn woran sonst sollten wir unsere eigene Redlichkeit messen? Angenommen, Sie wollen ein neues Betriebsgebäude bauen und ahnen, dass es bis zur Genehmigung dafür ewig dauern könnte, wenn sie nicht sogar total verweigert wird. Dann hilft ein entsprechend guter Kontakt zur Baubehörde ungemein. Auch die Finanzierung geht – wegen fehlenden Argwohns – schneller und bequemer, wenn der Kreditsachbearbeiter im gleichen Tennisclub spielt. Damit erst gar keine Missverständnisse aufkommen: Es geht hier nicht um zwielichtiges oder gar ungesetzliches Tun. Wenn die Beziehung eine gute ist, gehen die Dinge aufgrund von hohem persönlichem Engagement schneller und eleganter vonstatten.

Wer an dieser Stelle über fehlende eigene Beziehungen meckern will, der sollte sich erst einmal die Allbus-Statistik ansehen: Danach hat ein Bundesdeutscher ein Bekanntschaftsnetz aus 1882 Personen, das vom Bäcker um die Ecke über den pensionierten Doktorvater bis hin zur Cousine Elke in Magdeburg reicht. Darin enthalten sind 556 aktive Beziehungen, also Kontakte zu Menschen, die sofort nutzbar wären. Die keiner großen vorherigen »Renovierung« bedürfen. Und selbst wenn es bei Ihnen persönlich »nur« 480 aktive Beziehungen wären, die Bausubstanz ist bereits vorhanden. Und das bestätigt meine eigene Erfahrung, die ich beim Coaching von Managern gewonnen habe: Ungefähr 85 Prozent aller neuen Jobs werden über Beziehungen vermittelt. Die Hälfte der anschließend genutzten Kontakte war nicht ad hoc präsent, sondern musste zunächst mühsam aus Hirn und Visitenkartenbüchern herausgefischt werden. Vor allem Selbstständige sollten sehr großes Interesse am Netzwerken haben, denn sie sind ganz besonders auf gute Beziehungen angewiesen. Sie erkennen Monat für Monat ganz direkt, wie gut sie ihre Beziehungen aufbauen und pflegen – an ihrem vollen oder leeren Auftragsbuch. Doch auch Firmen und ihre Angestellten

erklären Networking zum Trend. Wenn auch mit einer ganz anderen Motivation: Für sie geht es vor allem um Wissensaustausch und um Arbeitsplatzsicherung.

Während sich noch vor hundert Jahren unser Wissen etwa alle hundert Jahre verdoppelt hat, geschieht dies nun ungefähr alle vier Jahre. Wer langfristig konkurrenzfähig bleiben will, muss dafür Sorge tragen, dass er rechtzeitig über alle relevanten Informationen verfügt. Dies gilt heute mehr denn je, meint auch der ehemalige Shell-Manager Arie de Geus: »Die Fähigkeit, schneller zu lernen als die Konkurrenz, ist vielleicht der einzige dauerhafte Wettbewerbsvorteil.« Wer auf Wissen angewiesen ist, dem hilft ganz entscheidend ein Netzwerk, das gewährleistet, dass ihn wichtige Informationen auch tatsächlich erreichen. Aber nicht nur die Sicherung von aktuellem Wissen, sondern auch die Absicherung der Erwerbsfähigkeit in Eigenverantwortung mobilisiert den Angestellten zum Netzwerken. Während unsere Väter noch goldene Uhren für 25-jährige Betriebszugehörigkeit erhielten, können wir heute fast sicher sein, nicht länger als sechs, sieben Jahre bei einem Arbeitgeber zu verweilen. Das heißt, in einem Arbeitsleben kommen wir auf drei bis fünf Arbeitgeber – spätere Selbstständigkeit nicht ausgeschlossen. Daher gilt für jeden Selbstständigen und Angestellten: Installieren Sie gute Beziehungen, bevor Sie sie brauchen.

Die Geschichte des Netzwerkens

Seit Menschengedenken verbünden und schließen sich die Menschen zusammen. Sie netzwerken sowohl aus wirtschaftlichen und politischen als auch aus gesellschaftlichen Gründen. Bereits in der Antike (500 vor bis 400 nach Christi Geburt) wird der attische Seebund geschlossen und gründet Platon seine Akademie (387 vor Christi), an der auch Aristoteles studierte. Im Mittelalter

(400 bis 1200 nach Christi) entstehen die Benediktinerorden nach dem Vorbild des von Benedikt von Nursia 529 gegründeten Klosters. Auch sie bilden Netzwerke. Und auch der Zusammenschluss in Gilden, die dazu dienen, gemeinsame Interessen zu wahren, bekommt Gewicht. Die Gilden treten auf als Bauernvertretungen, Bruderschaften mit religiösen Motiven und später als Vereinigung von Handwerkern (Zünfte) und Kaufleuten (Hanse). Im Hochmittelalter und in der frühen Neuzeit (1200 bis 1700 nach Christi) entstehen Netzwerke, die den heutigen bereits sehr ähnlich sind. So schließen sich im 12. Jahrhundert die von der Hofhörigkeit befreiten Handwerker in Zünften zusammen. Ein Teil der damaligen Aufgaben dieser Zusammenschlüsse wird heute von Innungen und Handelskammern wahrgenommen.

Ungefähr zur gleichen Zeit entstand die Hanse. Von der Mitte des 12. Jahrhunderts bis zu ihrem Ende im 17. Jahrhundert gehörte sie zu den machtvollen Bündnissen, die Geschichte geschrieben haben. »Die Städte organisierten sich in Städtebünden. Nicht der einzige, aber der größte und mächtigste war die norddeutsche Hanse«, so beschreibt es Dietrich Schwanitz. Der norddeutschen Hanse gehörten circa 70 Städte an; an ihrer Spitze stand Lübeck. Die Hanse verschaffte den einzelnen Mitgliedern Rechte und Privilegien. Es gab eindeutige Regeln dafür, wie ein Kaufmann Mitglied der Hanse werden konnte. Das entscheidende Kriterium war das Geburtsrecht: Nur, wer von deutschen Eltern abstammte, nach deutschem Recht lebte und außerdem die Berechtigung zum selbstständigen Auslandshandel als Kaufmann erworben hatte, konnte Mitglied der Hanse werden. Die Ziele des Zusammenschlusses der Fernkaufleute in der Hanse waren ebenfalls eindeutig. Zunächst galt es, die Handelswirtschaft zu unterstützen und damit den Profit aus dem Fernhandel zu erhöhen. Schon bald aber kam ein anderes Ziel hinzu, das sich aufgrund der Zusammensetzung der Mitglieder ergab:

die Durchsetzung der Interessen des Bürgertums in den Städten gegen adlige Herrschaftsansprüche.

Brigitte Riebe beschreibt die Zustände in ihrem historischen Roman »Pforten der Nacht«. Wir befinden uns im 14. Jahrhundert: »Hungersnöte, Kriege und Seuchen. Insbesondere die Pest wütete. Erstmals zirkulierten größere Geldmengen innerhalb Europas. Manche machte reich, was die anderen verarmen und verzweifeln ließ. In den schnell expandierenden Städten, die alle vehement danach trachteten, sich von der Bevormundung eines weltlichen oder kirchlichen Stadtherrn zu befreien, hatten sich nicht nur die Handwerker in Zünften zusammengeschlossen, sondern auch Kaufmannsfamilien in Gilden. Die Kaufleute zeigten sich als die eigentlichen Gewinner des 14. Jahrhunderts, zumindest bis zum letzten Drittel, als schließlich reich gewordene und selbstbewusste Handwerker immer stärker in die Stadtparlamente drängten und erfolgreich mit allen Mitteln versuchten, den alten Stadtherren den festgefügt Rang streitig zu machen.«

Im 14. Jahrhundert beginnen sich zudem die Freimaurer zu formieren. Diese verstehen sich – wie auf ihrer Homepage zu lesen ist – als »eine international verbreitete Bewegung von humanitärer, der Toleranz verschriebener, auf lebendige Bruderschaft abzielender Geisteshaltung«. Die Freimaurer mit wohlklingenden Namen wie »Zur königlichen Kunst« oder »Empor zu Mozarts Licht« unterteilen sich in Logen, die wiederum in Großlogen (als eingetragene Vereine oder Körperschaften des öffentlichen Rechts) zusammengefasst werden. In Deutschland entstand die erste Loge 1737 in Hamburg und erhielt gewaltigen Auftrieb durch den Beitritt des preußischen Kronprinzen, des späteren Königs Friedrich II., des Großen. Vor 1933 gab es in Deutschland etwa 76 000 Freimaurer. Den Nazis waren die Geheimbündler ein Dorn im Auge. Daher sorgten sie für die Schließung der Logen, verfolgten die Mitglieder und verwendeten die dabei beschlagnahmten Vermögen für eigene Zwecke. Die nach

1945 wiederentstandenen Logen schlossen sich 1958 zu den »Vereinigten Großlogen von Deutschland« zusammen. Weltweit gibt es derzeit fast sieben Millionen Freimaurer in über 30 000 Logen (davon circa vier Millionen in den USA). In Deutschland sind circa 20 500 Mitglieder in ihren jeweiligen Logen und fünf Großlogen organisiert. Die katholische Kirche war von Anfang an gegen die Freimaurer eingestellt. Zwischen 1738 und 1918 verurteilte sie diesen Zusammenschluss in zwölf päpstlichen Stellungnahmen wegen »antiklerikalistischer Ziele und humanistisch-deistischer Weltanschauung«. Dies mündete in eine Exkommunikation, die erst im Jahr 1972 wieder aufgehoben wurde.

Zahlreiche berühmte Persönlichkeiten aus allen Bereichen von Politik, Wissenschaft und Kunst waren Freimaurer, darunter Winston Churchill, Johann Wolfgang von Goethe, Wolfgang Amadeus Mozart, Franklin D. Roosevelt, Gustav Stresemann, Kurt Tucholsky und George Washington. Die Freimaurerei versteht sich weltweit als Bruderschaft, die dem einzelnen Mitglied hilft, an der eigenen Persönlichkeitsbildung zu arbeiten – so definiert sich das Freimaurertum selbst. Mitglied werden kann jeder volljährige, freie Mann von gutem Rufe, jeder ernsthaft Suchende, der sich zur Freimaurerei hingezogen fühlt. Nach wie vor agieren die Freimaurer im Verborgenen – trotz Internetauftritt und E-Mail-Anschluss. Theoretisch geben sie sich hier offen gegenüber möglichen neuen Mitgliedern, aber praktisch geht hier ohne gute Beziehungen nichts. Sie zeigen sich theoretisch auch dem weiblichen Geschlecht zugänglich, aber praktisch bestätigen nur Ausnahmen diese Regel.

Auch wirtschaftliche Interessengemeinschaften entstanden. Was die Medici in Florenz waren, wurden im 15. Jahrhundert in Augsburg die Fugger: Herren über ein weltweites Finanzimperium. Jakob I. ist Begründer der Linie der Fugger und Gründer des Handelshauses, dem seine

Nachfahren durch Handels- und Geldgeschäfte, Bergwerksunternehmungen, Faktoreien, Agenturen und Verbindungen nach Übersee Weltgeltung und Einfluss auf die Politik verschafften. Sein Sohn, Jakob II., auch der Reiche genannt (1459–1525), besaß das Kupfermonopol in Europa und mischte beim ostindischen Gewürzhandel mit.

Ein vorbildlicher Netzwerker der Neuzeit war Johann Wolfgang von Goethe (1748–1832). Er passte genau in eine Gesellschaft, die seit etwa 1800 unzählige gelehrte Gesellschaften, Vereine, Salons, Männerabende in den örtlichen Gasthäusern, Lesezirkel und Teeabende zelebrierte. Goethe selbst war nicht nur Mitglied der Freimaurerloge Amalia in Weimar, er gründete selbst ein Mittwochskränzchen, das ausschließlich in den Wintermonaten nach dem Theater stattfand, den Cour d'Amour. Hier ging es um Liebe und Harmonie. Auch politisches Jonglieren beschäftigte Goethe lange Zeit, besonders seit er durch Begünstigung durch Herzog Carl August im Jahr 1776 Mitglied des Geheimen Rates des Staates Sachsen-Weimar-Eisenach wurde. Zehn Jahre versucht sich Goethe in der Politik, allerdings ohne großen Erfolg. Als er sich im September 1786 zu einem längeren Aufenthalt nach Italien aufmacht, sorgt sein Verbündeter Carl August dafür, dass ihm sein Gehalt weitergezahlt wird. Und der Herzog setzt sich auch dafür ein, dass Goethe nach seiner Rückkehr nach Weimar von fast allen Regierungspflichten befreit wird. Goethe behält die Leitung der Ilmenauer Bergbau-Kommission und übernimmt nach und nach die Oberaufsicht über Wissenschaft und Kunst im Herzogtum. Er inszeniert Theaterstücke und dichtet für feierliche Staatsakte. Goethe genießt den freien Beraterstatus, der ihn wohlinformiert und einflussreich hält.

Auch Richard Wagner (1813–1883) und seine Frau Cosima können als frühe Netzwerker betrachtet werden: Sie empfangen in der Villa Wahnfried in Bayreuth zum Beispiel Franz Liszt (Cosimas Vater), Bayerns König Ludwig II. (Freund

und Förderer) und den Philosophen Arthur Schopenhauer (Inspirator). Und schon die Schriftstellerin Johanna Schopenhauer (1766–1838), die Mutter des Philosophen, war Mittelpunkt eines literarischen Salons in Weimar.

Im Oktober 1902 beschloss Dr. Sigmund Freud mittels Netzwerken seiner Karriere den richtigen Schub zu verpassen. Der eher einzelgängerische Denker hatte beschlossen, sich von nun an gezielt um die Verbreitung seiner Lehre zu bemühen und einen Kreis von Anhängern um sich zu scharen. Die Rechnung ging auf: Immer mehr Gleichgesinnte schlossen sich seinem Zirkel an. Aus der Mittwochsgesellschaft wurde die »Internationale Psychoanalytische Vereinigung«. Und Dr. Freud konnte seine Psychoanalyse erfolgreich promoten.

Gegenwärtig befinden wir uns im Informationszeitalter. Das heißt, dass im Regelfall irgendwer schon etwas weiß, auch das, was wir wissen wollen. Wir müssen nur rauskriegen, wer. Trotz aller technischer Möglichkeiten von E-Mail über Internet zur Videokonferenz hat sich eines nicht geändert: Man schließt sich zusammen und tauscht sich aus. Menschen haben Ideen und suchen Verbündete.

Wie funktioniert Netzwerken?

Netzwerken beruht auf zwei Grundlagen: Kommunikation und Gruppenbildung. Personen mit unterschiedlichen Fähigkeiten und Eigenschaften schließen sich zusammen, um gemeinsame Ziele zu erreichen, Synergien zu finden und Win-Win-Effekte zu nutzen. Oft genug haben wir es wohl schon gehört: Kaum jemand macht Karriere, nur weil er gut ist. Wir versuchen unseren eigenen Wert für uns wie für andere auszumachen und diesen mit Kompetenz, (Fach-)Wissen, Qualität und natürlich den »typisch« deutschen Tugenden wie Loyalität, Verlässlichkeit,