

MONIKA SCHEDDIN

ebook

Allitera

Erfolgs *strategie* Networking

Business-Kontakte knüpfen und pflegen,
ein eigenes Netzwerk aufbauen

DER NETWORKING-BESTSELLER

6., vollständig überarbeitete und aktualisierte Auflage

MONIKA SCHEDDIN

ebook

Allitera

Erfolgs *strategie* Networking

Business-Kontakte knüpfen und pflegen,
ein eigenes Netzwerk aufbauen

DER NETWORKING-BESTSELLER

6., vollständig überarbeitete und aktualisierte Auflage

Allitera Verlag

Monika Scheddin

Erfolgsstrategie Networking

Business-Kontakte knüpfen und pflegen,
ein eigenes Netzwerk aufbauen

Mit aktualisiertem Adressteil

6., vollständig überarbeitete und aktualisierte Auflage

Allitera Verlag

*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!

*Danke an Monica Fauss und Sophie Zippert für die großartige Mitarbeit an dieser
sechsten Auflage. Was für ein klasse Team!*

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

6. vollständig überarbeitete und aktualisierte Auflage

Oktober 2013

Allitera Verlag

Ein Verlag der Buch&media GmbH, München

© 2013 Buch&media GmbH, München

Umschlaggestaltung: Marie-Theres Reisser, Reisserdesign, München

Printed in Europe · ISBN 978-3-86906-576-2

Inhalt

Vorwort von Pero Mićić

Einleitung

Netzwerken: Was bedeutet das eigentlich?

Die Geschichte des Netzwerkes

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

Definieren Sie Ihre Ziele

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

Stichwortverzeichnis

Über die Autorin

Vorwort

Die besten Erfolgsstrategien sind Jahrtausende alt und werden auch noch in ferner Zeit 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. Aufgrund 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 Netzwerkern eine glänzende Zukunft.

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

Einleitung

Ich freue mich über diese neue, aktualisierte Auflage meines Buchs »Erfolgsstrategie Networking«. Ein herzliches Dankeschön an alle meine Leser, die dafür sorgen, dass mein Buch seit Erscheinen auf Platz eins der Networking-Bücher bei Amazon steht. Das freut mich riesig!

Seit ich die erste Version 2001 zu schreiben begann, gab es die sogenannten Sozialen Netzwerke noch nicht. Weder Facebook noch Xing waren gegründet – diese entstanden erst 2003.

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 Verbands 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 von Grund auf 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. Heute heißt es: Beziehungen schaden nur denjenigen, die keine haben. Zudem erleichtert das Internet die Suche nach Verbündeten sowie die Kontaktaufnahme und -pflege. Gründe und Anlässe für's 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 und interessierte Gesprächspartner finden.

Mit den Sozialen Netzwerken entstanden ungeahnte neue Möglichkeiten: Netzwerken wurde unglaublich einfach und nahezu zum Nulltarif möglich.

Wenn Neues auf den Markt drängt, wird die Anwendung jedoch meist übertrieben: Massenmails und Event-Einladungen überschwemmen schon bald den Markt. Adressen wurden hemmungslos an Kooperationspartner verkauft. Kunden und Interessenten zeigten sich genervt. Die Währung des Qualitätsnetzwerks, »Vertrauen«, schrumpfte.

Die Firmen versuchten, den Networking-Trend auf ihre Weise in den Griff zu kriegen: mit Compliance-Regeln. Was eigentlich eine sinnvolle Regelung des Arbeitsalltags bedeuten sollte (Wie gehen wir miteinander um? Was ist in Ordnung, wo sprechen wir von Bestechung?), wurde dermaßen übertrieben, dass Führungskräfte ihre Kunden noch nicht einmal zu einem Kaffee einladen durften und dass keine Geschenke mehr angenommen wurden. Selbst ein Blumenstrauß musste abgelehnt werden – nicht wirklich beziehungsfördernd.

Gesetzliche Regelungen erschweren es aktuell, mit potenziellen und selbst mit bestehenden Kunden in Kontakt zu treten. Sie dürfen weder angerufen noch per Newsletter angeschrieben werden, wenn sie sich nicht vorher damit einverstanden erklärt haben. Doch wie man jemanden fragen kann, den man nicht kontaktieren darf, ist nicht geklärt.

Als ich gemeinsam mit Lars Hinrichs, dem Gründer von Xing, 2004 zu Gast bei einer Podiumsdiskussion »Praxisnahes Networking« war, herrschte noch die Meinung, virtuelle Netzwerke könnten das echte Treffen von Mensch zu Mensch tatsächlich ablösen. Heute weiß man: A fool with a tool is still a fool. Soziale Netzwerke machen uns die Kontaktpflege einfacher. Ein ausführliches, persönliches Gespräch, vielleicht in Verbindung mit einer Einladung zum Mittagessen oder Dinner, ist an Wertschätzung dagegen nicht zu überbieten.

Die Bedeutung des Netzwerks hat nicht an Wert verloren – im Gegenteil. Aber mehr denn je wollen Menschen sich persönlich gemeint fühlen und Vertrauen haben können.

Dieses Buch will Sie beim Aufbau Ihres Business-Networkings 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, September 2013

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« bedürften. 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 bis vor hundert Jahren unser Wissen etwa alle hundert Jahre verdoppelt hat, geschieht dies nun ungefähr alle zwei 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 Chr.), an der auch Aristoteles studierte. Im Mittelalter (400 bis 1200 nach Chr.) 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 Chr.) 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. 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 heute 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., den 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, Pünktlichkeit und Fleiß zu untermauern. Das erwartet man von Ihnen sowieso. Damit überraschen Sie niemanden, das ist mittlerweile selbstverständlich. Es reicht also nicht aus, gut zu sein, wenn es außer Ihnen niemand weiß. Die Einstellung »Ich bin gut. Aber das Anbieten und Mich-Verkaufen habe ich nicht nötig« ehrt Sie nicht, sie macht Sie höchstens einsam und eventuell sogar arbeitslos. Denn genau diese Einstellung sorgt dafür, dass Kollege Mayer, der fachlich eher 08/15 bieten kann, weniger Überstunden macht, ständig Sachen vergisst, Flüchtigkeitsfehler im letzten Forecast hatte, dass dieser also souverän an Ihnen vorbeischiebt, weil er die richtigen Leute kennt und sich gut verkauft – kurz gesagt: seine Beziehungen nutzt.

Was fördert Ihre Karriere?	
Wissen	10 Prozent
Selbstdarstellung	30 Prozent
Beziehungen	60 Prozent

Quelle: Studie 2003 www.resultate.de

Einer Studie des Marktforschungsinstituts Resultate zufolge beruht beruflicher Erfolg nur zu zehn Prozent auf Kompetenz und Wissen. Wirklich wichtig sind Kommunikation, Eigenwerbung – und die richtigen Kontakte. Außerdem: Menschen, mit denen wir gemeinsame Interessen haben, bereichern nicht nur den beruflichen Alltag, sondern auch die Freizeit. Genau diese Erfolgskomponenten

können Sie in Netzwerken erfahren und gefahrlos trainieren. Sie können sich einen Platz erobern, die Graue-Maus-Hülle ablegen und bewusst in Erinnerung bleiben, in neue Rollen schlüpfen, Kontakte knüpfen und dabei experimentieren. Anders als im direkten Arbeitsumfeld kann man im Netzwerk ruhig einmal etwas riskieren. Ihr Job steht nicht auf dem Spiel. Ein Netzwerk bietet sich als Erprobungsstätte und Karriereschmiede geradezu an.

Was bringt Netzwerken?

Häufige Fragen, die Netzwerkneulinge stellen, sind: »Was bekomme ich für die Gebühr, die ich als Mitglied eines Netzwerks zahle? Was habe ich davon, wenn ich mich zeitlich einbringe?« Die Antworten darauf hängen stark davon ab, wie stark Sie sich selbst engagieren. Jedes Netzwerk ist eine Plattform. Eine Plattform, bei der sich bestimmte Menschen zu vereinbarten Terminen mit unterschiedlichen und gemeinsamen Zielen treffen. Es liegt an Ihnen, selbst aktiv zu werden, indem Sie kommunizieren, sich platzieren, engagieren, Chancen erkennen und nutzen. Wenn Sie bei Netzwerk-Veranstaltungen niemanden ansprechen, wenn Sie sich nur einmal jährlich blicken lassen, wenn Sie zu spät kommen und vorzeitig aufbrechen, dann sparen Sie sich eine Mitgliedschaft lieber. Denn so haben Sie gar nichts davon. Wenn Sie aber dazu bereit sind, das Thema Netzwerken für sich selbst eigenständig und engagiert anzugehen, werden Sie auf vielfältige Weise davon profitieren.

Was die Mitgliedschaft in einem Netzwerk bringt

In einem Netzwerk können Sie

- *Ihr Image aufwerten,*
- *Kontakte knüpfen, ausbauen und pflegen,*
- *mit anderen Geschäfte machen,*
- *Marktinfos austauschen,*
- *Tipps, Strategien und Erfolgskonzepte aus erster Hand erfahren und von anderen Teilnehmern lernen,*

- Interessengemeinschaften und strategische Allianzen bilden,
- andere motivieren und sich selbst motivieren lassen,
- öffentliche Auftritte proben,
- sich inspirieren lassen,
- Ämter übernehmen,
- Zeit sparen
- und nicht zuletzt eine ganze Menge Spaß haben.

Das eigene Image aufwerten

»Sage mir, mit wem du dich umgibst, und ich sage dir, wer du bist.« Mehr als wir denken, gilt diese Volksweisheit. Hinzu kommt das Prinzip der elitären Verknappung: Wenn nur wenige dürfen, täten (eigentlich) alle wollen. Natürlich locken beginnende Netzwerker vor allem die Feine-Gesellschaft-Plattformen oder hochrangige Wirtschaftsclubs mit streng geregelter Zugangsberechtigung. Vorausgesetzt, man/ frau kann sich die Mitgliedsgebühren leisten. Selbstverständlich wird kein Mitglied derart elitärer Clubs seine Zugehörigkeit frech und laut hinausposaunen.

Eine Führungskraft, die es zum Beispiel schafft, als einer von 30 Teilnehmern bei den zweimal jährlich stattfindenden Baden-Badener Unternehmergesprächen mit Chefs aus den Top-Etagen von Wirtschaft, Politik und Wissenschaft in Klausur zu gehen, gilt nicht nur bei Siemens als vorstandsfähig. Wer so weit kommt, verpasst auch seiner Karriere einen gewaltigen Schub nach oben. Würde sich eine junge Führungskraft dagegen einen Platz im Rotary-Club sichern, könnte sie sich innerhalb des Clubs vielleicht einen Namen machen. Inwieweit sie jedoch dem Erwartungsdruck in puncto zeitlichen Engagements oder Spendenfreundlichkeit gerecht werden könnte, bleibt zweifelhaft. Image hin oder her: Von einem Netzwerk lässt sich nur dann so richtig profitieren, wenn es die eigenen Ziele unterstützt und wenn man sich zugehörig fühlt. Außerdem kann eine Mitgliedschaft in Berufsnetzwerken für Insider und Außenstehende wie ein Gütesiegel wirken. Man weiß:

Der Betreffende hat die Aufnahmekriterien erfüllt oder aber einen guten Draht zum Vorstand gehabt.

Kontakte knüpfen, ausbauen und pflegen

Kontakte sind das A und O im Berufsleben. Egal, ob es darum geht, als Branchenneuling auf alte Hasen zu treffen und von ihnen zu lernen oder sich in Managerkreisen gegenseitig bezüglich Führungsfragen oder Erfolgsstrategien zu beraten. Es ist zum Beispiel möglich, zu solchen Zwecken bundesweite Branchennetze aufzubauen, denn der Hamburger Kollege wird dem bayerischen Erfolgsanwärter schon nicht in die Quere kommen. In Unternehmerzirkeln etwa lässt sich eine komplette Dienstleistungsflotte akquirieren: vom Grafiker über die Werbeagentur, die Designerin, den Masseur, den Steuerberater, die Rechtsanwältin, den Autohändler, den Hotelier oder den Weinlieferanten bis hin zur Catering-Firma. Auch auf so profane Fragen wie »Weißt du eine gute Bank, ein Restaurant für die Weihnachtsfeier, eine Ernährungsberaterin, einen Personal Trainer ...?« gibt es bei guten Kontakten interessante Antworten. Wohl dem, der Dank guter Kontakte immer noch einen Platz beim In-Japaner ergattert, vom PR-Chef der Philharmonie für seine Kunden eine private Führung bekommt oder Kinopremieren mit Promi-Garnitur im Doppelpack genießen kann. Und genau solche Beziehungen, die Derartiges ermöglichen, lassen sich in Clubs oder Netzwerken knüpfen. Besser geht's nicht.

Gehen Sie also daran, gute Beziehungen aufzubauen, nehmen Sie regelmäßig an Treffen teil und pflegen Sie die Kontakte zu den Personen, die Ihnen wichtig sind. Bei Netzwerkveranstaltungen treffen Sie natürlich auch auf Mitglieder anderer Netzwerke. Nutzen Sie die Gunst der Stunde und bitten Sie Ihren Gesprächspartner um eine Einladung für einen weiteren Exklusiv-Club.

Mit Anderen Geschäfte machen

Wenn man schon einmal unverbindlich bei einem Gläschen Wein geplaudert hat, entfällt – Sympathie oder Respekt vorausgesetzt – der sonst übliche anfängliche Argwohn. Und wenn dann noch in Verhandlungen miteinander ein »Nein« von beiden Seiten akzeptiert wird, lassen sich doch gut und gerne Geschäfte miteinander machen. Allerdings mit Professionalität: Auch in einem Netzwerk bekommt keiner etwas geschenkt; gegen Vorzugskonditionen hat aber auch niemand was. Doch Achtung: Machen Sie nur Angebote, wenn es tatsächlich Interessenten gibt, die einen Bedarf an Ihrem Produkt oder Ihrer Dienstleistung haben, die den Nutzen erkennen und ein entsprechendes Budget zur Verfügung haben. Die Wahrscheinlichkeit, dass all diese Voraussetzungen bei einem ersten oder zweiten Netzwerktreffen zusammenkommen, ist genauso hoch wie die Wahrscheinlichkeit, dass Sie der nächste Bundeskanzler werden. Denn bis die Gleichung $\text{Verkaufen} = \text{gute Beziehung} + \text{Nutzen} + \text{Budget}$ aufgeht, sind Zeit und gelungenes Networking nötig. Einfacher und vor allem bei Existenzgründern und Jungunternehmern mit kleinen Budgets beliebt: Geschäfte im gegenseitigen Austausch. Machst du mir mein Briefpapier nebst Visitenkarten, organisiere ich dir die nächste Veranstaltung. Du gestaltest meinen Internetauftritt und ich mache dich fit in Rhetorik. Nutzen Sie alle Möglichkeiten, die sich Ihnen bieten, und bleiben Sie dabei professionell und geduldig.

Marktinfos austauschen

Welche Themen kommen in näherer Zukunft? Was ist in / out? Wo werden interessante Jobs vakant? Welche Managementgurus sind gerade Kult? Auf welche Gesetzesänderungen muss man sich einstellen? Wer ist im Moment wo beschäftigt? Wer wechselt wohin? Wo gibt es welche Messen und wie ausgebucht ist die diesjährige CeBIT? Die Antworten auf solche und ähnliche Fragen werden Sie sehr wahrscheinlich bei dem einen oder anderen Netzwerktreffen erfahren. Jeder bringt sein Wissen und die Neuigkeiten, die er gehört hat, mit und ein reger Austausch wird möglich. Wie gut Sie mit ofenfrischen Infos versorgt werden, gibt

Hinweise auf Ihren persönlichen Vernetzungsgrad. Engagieren auch Sie sich. Vor allem, wenn Sie schon wissen, was für die anderen Teilnehmer des Netzwerks wichtig ist, werden Sie gezielt Informationen für die Anderen bereithalten können und so auf der Informationsbörse ein willkommener Gast sein.

Tipps, Strategien und Erfolgskonzepte aus erster Hand erfahren und von anderen Teilnehmern lernen

Wenn Sie in ein Netzwerk mit offener Atmosphäre gelangen, dann ist die wohl wertvollste Netzwerkerfahrung die Erkenntnis, dass es den Anderen genauso geht wie Ihnen. Denn:

- *Keine Führungskraft konnte sofort führen.*
- *Es gibt wohl keinen Menschen, der sich nicht von Zeit zu Zeit Sorgen macht.*
- *Es gibt keinen Existenzgründer ohne Existenzängste.*
- *Kein Mensch hat zu viel Selbstbewusstsein.*
- *Niemand hat schon genügend Anerkennung erhalten und daran keinen Bedarf mehr.*
- *Fast jeder zweifelt wenigstens ab und zu an sich selbst.*
- *Viele hadern mit ihrem Zeitmanagement.*
- *Eine Vielzahl der Teilnehmer jongliert mit unterschiedlichen Rollen, zum Beispiel als Manager, Partner, Vater / Mutter, Tochter / Sohn, Golfer, Dichter, Denker, Hundehalter.*
- *Die meisten stellen irgendwann die Sinnfrage. Gut zu wissen, dass man dann nicht allein da steht.*

Die Erfahrungen und Lebenswege der Teilnehmer werden sehr unterschiedlich sein: Die eine wurde erfolgreich, weil sie Auslandserfahrung hat und fünf Sprachen spricht, ein anderer, weil er nicht gekleckert, sondern geklotzt hat, und wieder eine Andere, weil sie direkt nach dem Studium den Grundstein für ihr Unternehmen legte. Der Nächste hat vielleicht Medizin studiert, ist heute jedoch renommierter ITler. Kaum etwas ist so widersprüchlich wie Erfolg. Umso spannender ist es, denjenigen zuzuhören, die ihren Weg gefunden haben. Seit wir die Schule

verlassen haben, ist Abkupfern nicht nur erlaubt, sondern smart. Voneinander lernen, das können meist diejenigen, die schon gelernt haben, die Andersartigkeit anderer zu schätzen. Der systematische Umsetzer zum Beispiel lernt von den Kreativen, der Kreative wiederum kriegt Entscheidungshilfe und den gewünschten Tritt in den Hintern. Oder der Analytische merkt, wie nützlich Intuition sein kann, und die Empathische begreift, dass es ein Leben jenseits von Befindlichkeiten gibt.

Interessengemeinschaften und strategische Allianzen bilden

Die Gleichung »eins und eins ist mehr als drei« geht häufig auf. Wenn zwei Personen jeweils nur eine andere Person von einer Sache überzeugen, sind bereits vier Personen ideell an Bord. Ruckzuck potenziert sich eine Idee. Prof. Dr. Konrad Schindlbeck von der Fachhochschule Deggendorf beschreibt dies so: »Wer allein arbeitet, addiert – wer zusammenarbeitet, multipliziert.« Denn die Beteiligten können auf Synergien zurückgreifen. Ob ein Director Human Resources nach Nachwuchs Ausschau hält, die Werberin für sich PR machen will, der Coach seine ersten Kunden sucht, ein Redner eine Bühne finden möchte oder die Organisatorin sich beweisen will: Dort, wo persönliche Ziele elegant mit einem gemeinsamen Nutzen verbunden werden können, liegt eine klassische Win-Win-Situation vor, von der alle Beteiligten profitieren können. Suchen Sie sich daher Verbündete. Das sind Businesspartner, mit denen Sie vertrauensvolle strategische Allianzen bilden. Sie können sowohl aus der gleichen als auch aus einer anderen Branche stammen. Das Ziel dabei ist die gegenseitige Förderung. Verbündete gehören nicht zur Familie und sind keine privaten Freunde – sie können aber welche werden.

Wie Netzwerken nützt

Ein persönlicher Erfahrungsbericht

In einem offenen Brief beschreibt Anne, 40 Jahre, welche positiven Erfahrungen sie mit dem Netzwerken bislang gemacht hat. Sie ist seit Jahren engagiertes Mitglied eines Business-Clubs und profitiert immens davon.

»Mit meinem letzten Arbeitgeber hatte ich große Probleme. Eine Netzwerkkollegin, die als Rechtsanwältin auf Arbeitsrecht spezialisiert ist, war bereit, mir schnell und unbürokratisch zu helfen. Als ich mich anschließend selbstständig machte, erfuhr ich viel Unterstützung durch meine Netzwerkkontakte: Im Club lernte ich eine Unternehmensberaterin kennen, bei der ich zu günstigen Konditionen eine Existenzgründungsberatung erhielt. Mein erster Auftrag als Unternehmerin kam ebenfalls aus dem Netzwerk. Auch bei der Preisgestaltung meiner ersten Angebote beriet mich ein erfahrener Bekannter aus dem Business-Club. Ein sehr wichtiger Kontakt zu einem international operierenden Unternehmen kam durch einen Netzwerkkollegen zustande.

Durch den Austausch mit und die moralische Unterstützung von meinen Kollegen aus dem Netzwerk habe ich mich zu Unternehmungen aufgeschwungen, an die ich mich allein nie herangetraut hätte. Ich habe mich um eine bestimmte Stelle beworben, ich habe mich Auseinandersetzungen mit Kollegen und Vorgesetzten gestellt und nicht zuletzt den Mut gefunden, mich selbstständig zu machen. Letztlich hat mir der Eintritt in den Business-Club neuen Schwung für die Verfolgung meiner beruflichen Ziele gegeben. Die Erkenntnis, dass auch Andere an ihrer Karriere basteln und mit den gleichen oder ähnlich gelagerten Schwierigkeiten kämpfen, hat mich sehr entlastet. Hier treffe ich Menschen, die vorankommen wollen und die sich dabei gegenseitig unterstützen.

Ich erhalte Wertschätzung, Anerkennung und Respekt, und das tut mir sehr gut. Informationen, die sonst an mir vorbeigegangen wären, landen nun zielsicher bei mir. Zum Beispiel habe ich von einem europäischen Fördertopf und von einem Mentorenprogramm erfahren – beides sehr wichtige Informationen für mich. Im Netzwerk habe ich Vorbilder

gefunden, Menschen, die auf ihrem Weg schon weitergekommen sind und an denen ich mich orientieren kann. Wenn ich mich heute auf ein schwieriges Gespräch vorbereite, profitiere ich von einem Seminar, das ich im Rahmen der Clubangebote besucht habe: Ich stelle mir die Frage, welche Botschaft ich vermitteln will, ich feile an meiner Ausdrucksweise, bin mir bewusst, dass meine innere Haltung und meine Körperhaltung den Gesprächserfolg nachhaltig beeinflussen und ich mache mir mit Sätzen wie »Los, das schaffst du!« Mut.

Ein ganz wichtiger Punkt ist das Vertrauen. Im Netzwerk finde ich Menschen, mit denen ich Probleme besprechen kann, die ich mit einem Kollegen oder einer Kollegin nicht klären möchte. Ich nehme einen Rat oder auch eine Leistung von Netzwerkkollegen an, weil ich ihnen vertraue. Und last but not least habe ich eine Jogging-Partnerin gefunden, die mich so aufgebaut hat, dass ich mit dem Gedanken spiele, beim nächsten Stadtlauf mitzumachen.«

Andere motivieren und sich selbst motivieren lassen

In unserem Berufsleben stoßen wir auf viele, oft zu viele Besserwisser, Schlaumeier und Ratschlaggeber um uns herum. Wie schön ist es dann, Menschen zu treffen, die den Rückschlag eines anderen nicht dazu benutzen, um sich selbst in Szene zu setzen, sondern schlicht verstehen, worum es geht. Die nicken und sagen: »Das kenne ich. Ich kann dich ja so gut verstehen.« Die auf ein »Also, ich an deiner Stelle ...« verzichten. Weil sie nicht an meiner Stelle sind und es in einer solchen Situation allein um mich geht. Der Gewinn dieses Zuhörens und einander gegenseitig Aufbaus liegt darin, dass Sie sich nicht alleine fühlen. Das gilt vor allem auch für schwierige Situationen. Zudem können Sie in einem Netzwerk lernen, ebenfalls zu einem guten Zuhörer zu werden, Ihre eigenen Schlussfolgerungen zu ziehen und andere wirklich zu unterstützen.

Sich inspirieren lassen

Ganz schnell versacken wir im Dunst der eigenen Branche, wenn wir nicht über den Tellerrand schauen. Man fängt (für andere) an, komisch zu sprechen und auch Spartenangepasst zu denken. Inspiration aus unbekannten Bereichen tut dann Not und gut. Zu hören und zu erkennen, wie andere Menschen in anderen Branchen denken und agieren, kann ausgesprochen hilfreich sein, um sich selbst neue Wege zu erschließen.

Houston, we have a problem und Känguru-Meetings

Eine meiner persönlichen Inspirationsquellen ist die Innovations-Expertin Anke Meyer-Grashorn. In ihrer Firma »große freiheit« gibt es Känguru-Meetings. Angelehnt an das tierische Vorbild sind dies Sitzungen, »wo es im Denken nur vorwärts gehen darf. Probleme und Vergangenheitsdenken sind tabu. Genau wie Kängurus nur vorwärts hüpfen können«, so Anke Meyer-Grashorn. Langweilige Aufgaben oder Projekte, die kein Mitarbeiter gern tun mag, bekommen in der großen freiheit den Stempel »Wow project«. Zwar ist damit die Aufgabe dieselbe geblieben, aber die Mitarbeiter gehen mit einer heitereren Einstellung an die Arbeit. Als Coach kenne ich natürlich den Begriff »Reframing« – einer Sache einen anderen Rahmen geben. Dies bedeutet dasselbe, aber eine so hübsche Bezeichnung hatte ich bislang nicht.

Öffentliche Auftritte proben

Für taufrische Redner bietet sich in bestimmten Netzwerken die einmalige Chance auf öffentliche Auftritte. Einige Netzwerke sind froh, wenn engagierte Dozenten für wenig oder gar kein Geld bei ihren Treffen Vorträge halten. Der Redner profitiert ebenfalls, denn er gewinnt Erfahrung. Und die Zuhörer lauschen einem Vortragenden, der vielleicht anfangs noch ein wenig aufgeregt ist,