



VERNETZT MIT IRIS GORDELIK

Da sind wir – alle Jahre wieder – auf der CCW 2017. Familientreffen sagen die einen. Notwendiges Übel die anderen. Aber fest steht: das größte Netzwerkevent und wichtigster Marktplatz für alle, die sich im Customer Service tummeln. Ein perfekter Anlass, heute einmal mit Ihnen über das richtige Netzwerken – oder noch sinnvoller: Nutzwerken – zu reden. Denn ich bin überzeugt, ein Netzwerk muss nützlich sein. Ich bin aber auch überzeugt: Es muss allen Seiten nützen. Ihnen genauso wie Ihrem Netzwerk.

WIRKLICH RICHTIG NE(U)TZWERKEN

Die Altruisten unter den Netzwerkern tun wirklich viel, um ein möglichst großes Netzwerk zu haben. Und sie investieren viel. Vor allem Zeit. Man findet sie überall, auf jeder Messe, zu jeder Verbandssitzung, zu jedem Vortrag, auf jeder Branchenparty. Oft haben sie Hunderte von „Freunden“ in XING, LinkedIn, Facebook. Sie sind quasi omnipräsent. Und wenn irgendwo Bedarf ist an Standpersonalaushilfe, Vortragslückenfüller, Taxikostenoptimierer oder Eintrittskartenzweitverwerter, dann sind sie zur Stelle. Ganz selbstlos aus meiner Sicht. Daher nenne ich sie Altruisten. Denn die meisten trauen sich nicht, auch einmal „nein“ zu sagen. Um aus einem Netzwerk ein Nutzwerk zu machen, muss ich aber genau das können. Und zwar wiederum zum Nutzen für beide Seiten. Für Sie und für Ihr Netzwerk.

MENSCHEN BLEIBEN NUR ZUSAMMEN, WENN SIE EINEN NUTZEN VONEINANDER HABEN.

Als junge Managerin, ich war grade Mitte 20, sagte mir ein guter Bekannter einmal: „Menschen bleiben nur zusammen, wenn sie einen Nutzen voneinander haben.“ Ich war schockiert über die Brutalität und den Egoismus in dieser Aussage. Ich bin von Haus aus dazu erzogen zu geben, bevor ich nehme – und dazu, anderen Gutes zu tun. Dass das der Aussage meines Bekannten gar nicht widerspricht, habe ich erst in meinen späteren Berufs- und Lebensjahren lernen dürfen. Heute lebe ich mit, für, von, durch mein Netzwerk. Und ich darf mit Stolz und gleichzeitig dankbarem Vertrauen in die Offenheit meines Netzwerkes sagen: Mein Netzwerk hat auch von mir Nutzen. Als ich 2004 entschied, mich als Personalberaterin für Führungspositionen im Customer Management selbstständig zu machen, hatte ich zwar schon ein kleines Netzwerk. Aber um meine Vision, „die am besten vernetzte Headhunterin“ zu sein, zu erreichen, brauchte ich ein viel, viel größeres Netzwerk.

PERSÖNLICHE NETZWERKE SIND DER BESTE MULTIPLIKATOR

Ich nehme mir am liebsten Zeit, Menschen im Vier-Augen-Gespräch kennenzulernen. Diese eine, oft auch mehrere Stunden, sind das Wertvollste, um sich gegenseitig einschätzen zu können – sicher die Grundlage für mein Business, aber ebenso für Sie als Netzwerker. Hier positionieren Sie Ihre Botschaft, empfangen die des Gegenübers und, wie in einer beginnenden Freundschaft, bekommen Sie eine Ahnung, ob Ihr Gegenüber für Sie spannend werden kann oder auch nicht. Umgekehrt natürlich auch. Darum sollten Sie ein spannendes und inhaltvolles Gespräch führen. Der Inhalt muss beiden Seiten etwas bringen. In meinem Fall ist es das Kennenlernen der beruflichen Vita, der Ziele und Wünsche des Kandidaten, vor allem aber auch des ganzen Menschen mit seinen Stärken und Schwächen. Ich wiederum gebe Karrieretipps, berate in Weiterentwicklungsfragen und vernetze natürlich. Ein trinkfester Weinabend kann vielleicht lustiger sein, aber Sie suchen Netzwerker und keine Partyfreunde. Am Ende dieses ersten Ge-



➤ sprächs muss Ihr Gesprächspartner die Rückfahrt mit dem Gedanken verbringen „Der/die bringt mich weiter, den Kontakt will ich halten.“ Und Sie können sicher sein, er wird diesen Gedanken mit anderen teilen.
Keine Statusmeldung in Ihrem Social Media Account, kein Post in Facebook, kein von Ihnen geschriebener Artikel schafft es, eine stärkere Marketingbotschaft an den Einzelnen zu transportieren und ihn zum Multiplikator zu machen, wie diese Stunde(n) unter vier Augen. Sicher, Sie erreichen in dieser Stunde nur den einen – dafür aber für immer. Wenn Sie auch danach alles richtig machen.

AUS DEN AUGEN – IN DEN SINN

Wenn ich dem Netzwerkmultiplikator von XING Glauben schenken darf, habe ich 684.000 Netzwerkkontakte zweiten Grades und sogar über 2,9 Millionen dritten Grades. Ich berufe mich lieber auf mein engeres und überwiegend persönliches Netzwerk. Aber auch das geht in die Tausende. Einmal von meinem Kern-Netzwerk abgesehen, das ich schon als Netzwerk-Freunde und/oder Netzwerk-Vertraute bezeichnen darf, zeigt diese Zahl schon ein Dilemma: Niemals hätte das Jahr genug Stunden, so viele Kontakte persönlich zu pflegen. Auch wenn ich es gern täte. Von großer Wichtigkeit ist daher für mich auch die CCW. Meist bin ich an zwei vollen Tagen da. Was ich da an persönlichen Gesprächen führen kann, würde mich per Geschäftsreisen über zwei Monate kosten.

Was aber darüber hinaus tun, damit es nicht heißt „aus den Augen, aus dem Sinn“? Antwort: Machen Sie Ihre Botschaften und Ihre Persönlichkeit präsent. In diesem Rat liegen exakt zwei Nachrichten. Zum einen, dass Sie nutzbringende Botschaften und ein klares Persönlichkeitsprofil haben. Und zu anderem brauchen Sie die richtigen Bühnen für Ihre Auftritte.

Was sind Ihre Botschaften? Wie sind Sie Ihrem Netzwerk nützlich? Wer sind Sie und wofür stehen Sie? Und über welche Wege kommunizieren Sie mit Ihrem Netzwerk? Was sind Ihre Bühnen? Ich bin zwar nicht täglich auf Facebook. Aber alle paar Tage, wenn ich da bin, lese ich fasziniert bekannte Namen aus unserer Branche, die spannende Posts einstellen. Mal sind es eigene Gedanken, mal Links zu Studien oder Nachdenkenswertes zu Kundenservice. Manche führen mich zu deren Blogs, manchmal klinge ich mich in den Dialog ein und er entwickelt sich und manchmal greife ich zum Handy und wir vertiefen unsere Netzwerk-Beziehung.

Bücher, Vorträge, Blogs, Arbeitskreise, Verbände. Es gibt unzählige Bühnen. Ein anderes Beispiel: Ich habe mich vor knapp acht Jahren für ein eigenes Kundenmagazin entschieden. Es trägt den passenden Namen „vernetzt!“. Meine Vision war es, dass ich zweimal im Jahr meinem Netzwerk eine nützliche Botschaft schenke. Das Magazin ist meine Bühne und zugleich meine berufliche Persönlichkeit. Manchen Leser habe ich seit Jahren nicht persönlich gesehen, aber wir haben dennoch eine intensive Beziehung. Wenn Sie richtig gute Botschaften senden und Ihre Bühne pflegen, dann entwickeln Sie mit der Zeit so etwas wie einen Mini-Promi-Status: Sie sind begehrt. Man will Sie lesen, hören, erleben. Oder anders ausgedrückt: Man hört Ihre Botschaften.

Fordern Sie das GORDELIK Magazin vernetzt! an.

Gordelik GmbH, www.gordelik.de,

Tel: +49 170 9601210, gordelik@gordelik.de

Was darüber hinaus tun, damit es nicht heißt „aus den Augen, aus dem Sinn“? Antwort: Machen Sie Ihre Botschaften und Ihre Persönlichkeit präsent.



DER ERFOLG DES NEINS

Was ich bis hierhin geschrieben habe, ist im Grunde exakt das, was ich in den ersten Jahren meines Netzwerkaufbaus getan habe. Eines Tages registrierte ich den Erfolg: Nicht nur ich ging aktiv auf Kandidaten und potenzielle Kunden zu, sondern vielmehr kamen sie auf mich zu. Darüber hinaus bekam ich plötzlich Anfragen, Vorträge zu halten, Artikel zu schreiben, Blogs zu moderieren, Veranstaltungen zu besuchen. Auf wundersame Weise hatte sich das Blatt gewendet. Doch der Promi-Status hat auch eine Schattenseite. Nicht jede „Fanpost“ ist angenehm zu lesen. Ich kann mich erinnern, dass ich anfangs jede beantwortet habe. Einmal zum Beispiel schrieb ich eine Kolumne im Hamburger Abendblatt über Frauen im Top-Management. Ein paar Tage später rief mich eine Dame an und wollte mich unbedingt kennenlernen und mit mir über ihre Karriere sprechen. Ich vereinbarte einen Termin mit ihr und war gespannt, zumal sie laut Telefon-Kurz-Vita Geschäftsführerin bei einem Online-Versandhändler war, was genau in meinen Branchenfokus passt. In der ersten Stunde lauschte ich ihrer spannenden Vita, in der zweiten Stunde wettete sie über die böse Männerwelt, die sie gemobbt hatte, und in der dritten brauchte ich zwei Pakete Taschentücher für ihre Tränen, ob so viel Ungerechtigkeit, dass sie seit drei Jahren keinen Job mehr findet.

Ich kann nicht verhehlen, dass sie mir wirklich leidtat. Mir wurde damals sehr deutlich, wie nah auch für Top-Manager der Abgrund sein kann. Aber ihr zu helfen, war ich nicht in der Lage, da ich kein Psychologe bin. Es tut mir auch leid, dass ich keine Fachartikel zur Agenten-Rekrutierung schreibe. Und Teamleiter vermittele ich auch nicht. Beides ist nicht meine Zielgruppe. Das wäre etwa so, als würde Cher Kinderlieder singen. Das ist nicht ihr Timbre, selbst wenn es um Singen geht. Ich halte auch keine Vorträge mehr. Weil ich one-2-many nicht beherrsche (somit keinen Nutzen bringe), mein Metier ist one-2-one. Ich poste auch nicht in sozialen Netzwerken übermäßig. Mein Business ist Diskretion, Plaudern passt da nicht, und das bin ich nicht. Einen Executive Search-Auftrag, von dessen Erfolg ich nicht überzeugt bin – aus welchen Gründen auch immer –, den lehne ich ab.

Ich glaube, von allen Tipps rund ums Netzwerken, die ich geben kann, ist das der Wertvollste: Haben Sie den Mut, NEIN zu sagen. Allerdings bedingt es, dass Sie genau wissen, was Sie wollen, wie Sie nutzen, wer Sie sind und sich ausschließlich darauf fokussieren. Neben einer großen Liebe zu Ihrem Beruf und zu Menschen ist das wirklich alles, was Sie benötigen, um ein wertvolles Ne(u)tzwerk aufzubauen. Und ich entschuldige mich bei den geduldigen Lesern, die es bis hierhin geschafft haben und immer noch auf Ratschläge warten wie „Verteile deine Visitenkarten“, „übe einen Elevator-Pitch“, „Gebe bei der Begrüßung einen kraftvollen Händedruck“ oder „Besuchen Sie Netzwerkveranstaltungen“. Denn auf der CCW sind Sie doch ganz sicher, oder?

AUTORIN: IRIS GORDELIK



Ich darf mit Stolz und gleichzeitig dankbarem Vertrauen in die Offenheit meines Netzwerkes sagen, mein Netzwerk hat auch von mir Nutzen.