



Soziale Netzwerke und Beziehungsmanagement

.....Seite 1



Welchen Eindruck hinterlässt Ihr Unternehmen im Netz?

.....Seite 1



Beziehungsmanagement – der richtige Umgang mit Netzwerken

..... Seite 2

Soziale Netzwerke und Beziehungsmanagement

Welche Chancen und Potenziale Ihnen entgehen könnten



Götz Walter,
Geschäftsführer der BDE

Bewusst oder unbewusst: wir sind alle Teil von ihnen: den sogenannten Beziehungsnetzwerken.

Und sie beeinflussen uns, ob wir wollen oder nicht.

In den „traditionellen“

Netzwerken fühlen wir uns heimisch, ihr Nutzen liegt für uns auf der Hand: seien es Wirtschaftsverbände, der Rotary oder Lions Club oder der heimische Sportverein; hier werden Kontakte geknüpft und Netzwerke ausgebaut.

Im Schatten dieses realen Beziehungsmanagements haben sich in den letzten Jahren die „neuen“, oft virtuellen Netzwerke und Communities etabliert. Und gerade diese verzeichnen derzeit riesige Wachstumssprünge: weltweit sind bereits 65% aller Internet-Nutzer bzw. 734 Mio. Menschen Mitglied in einem Online-Netzwerk (Studie Juni 2009, ComScore USA). Jedoch werden diese Netzwerke immer noch unterschätzt, trotz ihrer vielfältigen Chancen und Möglichkeiten. Eine Studie belegt: die größere Anzahl neuer Geschäftskontakte wird nicht über gute Freunde oder Kunden, sondern über Bekannte und Kenner ihres Profils generiert. Was für die „reale“ Welt längst selbstverständlich ist, funktioniert auch in virtuellen Beziehungen. Deshalb möchten wir Sie ermutigen, dieses Feld für sich zu erschließen. Wir zeigen Ihnen wie:

Quersichten: Multikulturelle und gesellschaftlich vielfältige Plattformen schaffen Austausch auf unbekanntem Terrain, Ideen können diskutiert und innovative Konzepte können mehrdimensional bewertet und evtl. auf ihre

unternehmerischen Herausforderungen angewendet werden. Fragen, die sich der Fachmann per se nicht stellt, beleuchten oftmals kritische, bisher nicht bedachte Aspekte.

Kontakt zu Spezialisten: Branchenspezifische Kontakte zu Experten können sich bei besondere Problemstellungen als ebenso wichtig herausstellen wie bei Alltagsproblemen, ein Beispiel: Ihr spezifisch ausgebildeter Entwicklungsingenieur kündigt plötzlich. Anzeigen in Printmedien helfen bei solch einer Stellenbesetzung nur selten, verdeutlichen evtl. sogar eine offene Flanke. Als etablierter Netzwerker in Experten-Foren treffen Sie meistens auf thematisch Kundige, oft sogar auf potenzielle Mitarbeiter, auf die Sie zurückgreifen und deren Kompetenzen Sie bereits gut einschätzen können.

Publicity: Diskussionsbeteiligungen und Vorträge in Foren, Erwähnungen in Forschungsberichten des Netzwerkes: Hier gilt das Gleiche, wie in der realen Welt: „Tu Gutes und rede drü-

ber!“. So können Sie Ihr Image positiv beeinflussen und Ihren Bekanntheitsgrad steigern. Ein positiver Nebeneffekt: Die Auffindbarkeit Ihrer Firma in Suchmaschinen wächst mit den „richtigen“ Begriffsverknüpfungen.

Positionierung: Um Ihre Marktposition zielgruppengerecht zu justieren, ist das Wissen - erworben in Anwendernetzwerken - über die Wettbewerbssituation, Entwicklungstendenzen und Stimmungen einer gesamten Branche eine wertvolle Ergänzung. Die Unabhängigkeit und Unvoreingenommenheit von Netzwerkpartnern ist ein guter Prüfstand für die eigene Argumentation.

Recruiting: Verstärkt läuft die Jobsuche, besonders von jungen Potenzialträgern, über Netzwerke wie Xing oder Linked-In. Sie tummeln sich in „News-“ oder „Themengruppen“. Die unmittelbare Ansprache verringert Streuverluste und Kampagnen-Kosten und positioniert Ihr Unternehmen als offen für neue Mitarbeiter. Das wirkt sich auch positiv auf Blindbewerbungen aus.

Welchen Eindruck hinterlässt Ihr Unternehmen im Netz?

Wissen Sie eigentlich, welchen Eindruck Ihr Unternehmen in internationalen Netzwerken hinterlässt? Wir von der BDE waren bei uns selbst überrascht....

60% der BDE-Mitarbeiter sind Berufseinsteiger, deren Kernkompetenzen u.a. „selbstständiges Arbeiten“ sind. Dieser verfälschende Eindruck von der BDE entstand aufgrund von vielfältigen Netzwerkaktivitäten unserer Mitarbeiter; Ob Selbstportraits aus Bewerbungszeiten, Beiträge in Themengruppen oder veraltete Angaben zu Freizeitaktivitäten - all dies prägt die Außenwahrnehmung eines Unternehmens.

Ein Gespräch mit den Mitarbeitern schärfte das Bewusstsein für die Darstellung in Netz-

werken. Werben Sie bei Ihren Mitarbeitern um Verständnis, denn ein falscher Eindruck Ihres Unternehmens kann sich evtl. auch auf Ihren unternehmerischen Erfolg auswirken. Die Umsicht Ihrer Mitarbeiter stärken ohne das private Umfeld zu reglementieren, ist die Kunst und schafft ein realistisches Bild Ihres Unternehmens in Netzwerken.

Ausschnitt aus dem aktuellen BDE-Profil in einem Online-Netzwerk (Sept. 09)

Mitarbeiter dieser Firma bieten:
Controlling, Projektmanagement, Change Management, Organisationsentwicklung, M&A, Strategieentwicklung, Finanzen, ...

Firmenzugehörigkeit:

40 %	Länger als 5 Jahre
20 %	3 - 5 Jahre
40 %	1 - 3 Jahre

Beziehungsmanagement

Der richtige Umgang mit Netzwerken



Stephanie Winter,
Junior-Consultant
der BDE

Die Vorteile und Chancen eines guten Netzwerkes liegen klar auf der Hand. Aber: Was müssen sie dafür tun und welche grundlegenden Erwartungen

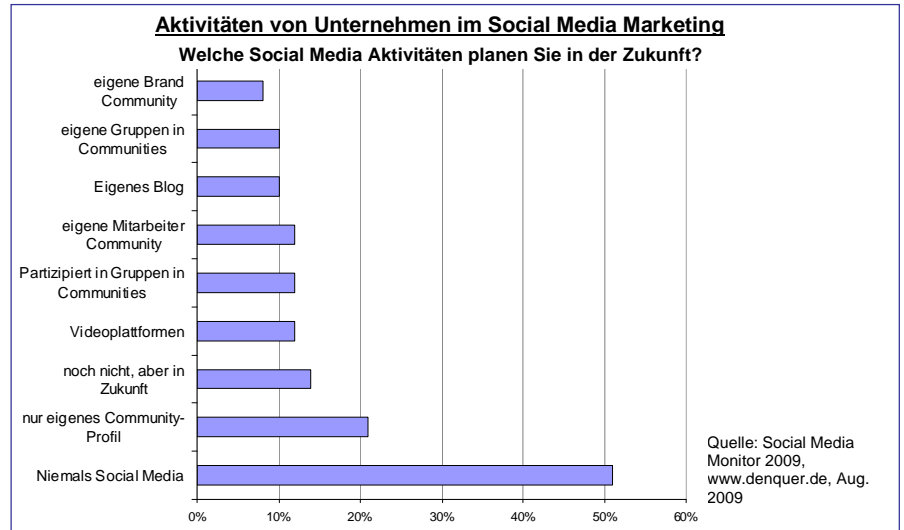
sollten Sie entwickeln, um nicht vom „Netzwerken“ enttäuscht zu werden?

Grundsätzliche Voraussetzungen

Viele Unternehmen schätzen ihre Medienkompetenz, um sich in den „neuen Netzwerken“ sicher bewegen zu können, als gering ein. Dies zeigt auch eine aktuelle Umfrage (s. Graphik): 51% der befragten Unternehmen planen zukünftig keine „Social Media Aktivitäten“. Die befragten Geschäftsführer und leitenden Angestellten glauben überwiegend, dass der Hauptgrund hierfür im fehlenden Wissen der Entscheidungsträger liegt. Aber es braucht nicht immer gleich einen Medienmanager um aktiv werden zu können. Denn: es ist gar nicht schwer Zugang zu den per se kontaktfreudigen Netzwerkern zu finden.

Die richtige Einstellung

Im alltäglichen Geschäft wird Netzwerkmanagement oft als „mühsig“ empfunden. Aber Beziehungen müssen langfristig aufgebaut und gepflegt werden, denn die Praxis zeigt: es dauert – nicht selten mehrere Jahre – bis Netzwerkbeziehungen belastbar sind. Wer kurzfristigen vertrieblichen Erfolg sucht, ist schnell enttäuscht. Es braucht seine Zeit, bis aus Kontakten Partnerschaften entstehen. Und in der Not zu beginnen, wird aufgrund der uns treibenden Ungeduld, vermutlich scheitern. Unabdingbar: Authentizität und Berechenbarkeit! Alle verdeckten



Versuche, z.B. im Rahmen von organisierten Netzwerkveranstaltungen, nicht nur schnell an Visitenkarten, sondern an Aufträge heranzukommen, werden schonungslos enttarnt. Nur wer neben einem berechtigten vertrieblichen Interesse mit seinem Profil aktiv etwas einbringen kann, kann wirklich gewinnen. Denn Ihre Netzwerkpartner spüren Ihre Beweggründe und mit einseitig orientierten Unternehmen möchte niemand gerne zusammenarbeiten.

Die richtige Dosierung

Nicht jedes Netzwerk ist für Sie und Ihr Unternehmen geeignet, prüfen Sie mit einem kritischen Blick, bevor Sie mit dem „Netzwerken“ beginnen.

Außerdem: Je nach Netzwerk sollten Sie den Zeitaufwand, den Sie in die Beziehungen stecken, abwägen und sich über die richtige Dosierung Gedanken machen. Sie wollen sich ja schließlich weder im Beziehungsaufbau verlieren noch von Ihren Kontakten einseitig ausnutzen lassen.

Die Möglichkeiten

Nicht nur internationale Business-

Netzwerke wie Xing, mit über 8 Mio. Mitgliedern, wachsen derzeit sehr stark. Besonders das Twitter-Netzwerk überholt derzeit alle und ist bereits in den USA etabliert. Aber: viele Unternehmen sehen Ihre Chancen nicht und belächeln noch immer die Twitter-Gemeinde. Lernen Sie aus der Web 1.0-Vergangenheit: Sichern Sie sich rechtzeitig Rechte und Unternehmensnamen. Verpassen Sie Ihre Chancen nicht und beschäftigen Sie sich frühzeitig mit diesen Chancenfeldern!

Die Eignung

Die meisten Dienstleistungsunternehmen sind sich der Bedeutung von Beziehungen und einem guten – auch verstärkt virtuell aufgebautem – Netzwerkmanagement bewusst, aber viele Unternehmen unterschätzen diesen Kontaktweg und seine Potenziale noch immer.

„Netzwerken“ ist nicht nur für alle Unternehmen geeignet, sondern, das zeigt gerade die aktuelle Krisensituation besonders eindringlich, für alle – mehr denn je – überlebenswichtig!

**Möchten Sie mehr über uns und unsere Arbeit wissen?
Wir freuen uns auf das Gespräch mit Ihnen.**

BDE-Hamburg
Tel: 040 - 539 10 281
Fax: 040 - 539 10 280
hamburg@bde-consulting.de

BDE-Frankfurt
Tel: 06101 - 98 99 57
Fax: 03212 -10 65 285
frankfurt@bde-consulting.de

www.bde-consulting.de

Impressum:

Herausgeber:
BDE-Consulting GmbH, Gösselkoppel 56
22339 Hamburg, www.bde-consulting.de

Redaktion:

Götz Walter, Martin Grimpe, Stephanie Winter
Bildquellen: BDE; ©S.Hofschlaeger/PIXELIO,
www.pixelio.de, www.sxc.hu

Auflage: 320

Stand: 06.10.2009

V.i.S.d.P. Stephanie Winter