

# Networking via Internet



**ROLAND FLEISCHHACKER**

## Lovo Lifestyle Service GmbH

**NETZWERK** Der Geschäftsführer von Lovo (Tourismus, Mobile Media), seit Dezember '04 bei OpenBC: „Ein gutes Netzwerk ist heute wichtiger als so manche Ausbildungsinitiative.“

**VORTEIL** „Ich kannte im Branchenumfeld meines neuen Unternehmens kaum Leute. Durch gezielte Recherche bei OpenBC habe ich jetzt ein Kontaktnetz, für dessen Aufbau ich früher Jahre gebraucht hätte.“

**ERFOLG** „Ich wurde kürzlich von einem Unternehmen kontaktiert, das sehr gut zu unseren Expansionsplänen für Deutschland passt. Und habe online einen neuen Mitarbeiter gefunden.“



»Online-Netzwerke sind ein sehr effektives Mittel, um Business-Kontakte anzubahnen.«

## »WIR TUN ES«

Online-Netzwerke sind voll im Trend – für Jobs oder die besten Business-Kontakte. E-MEDIA-Report über die neuen Networker per Klick

**E**igentlich ist Roland Fleischhacker ein alter Business-Hase. Und trotzdem auch wieder ein kompletter Newcomer. Nach 20 erfolgreichen Jahren im Consultingbereich gründete Fleischhacker *Lovo.cc*, eine mobile Plattform, die Reisende via Handy mit Daten zu Restaurants, Hotels und Shops nahe ihrem aktuellen Standort beliefert. Ein Branchenumfeld, in dem er kaum Leute kannte.

**Biz-Partner dank Web.** Das hat sich geändert. Seit Dezember 2004 ist Fleischhacker Mitglied der Kontaktplattform *OpenBC.com*. „Hier habe ich binnen weniger Monate Kontakte aufgebaut, für die ich früher Jahre gebraucht hätte.“ Darunter zu einem deutschen Unternehmen, das gut zu Fleischhackers Expansionsplänen für Deutschland passt. Ein erstes reales Meeting ist bereits vereinbart.

Fleischhacker: „Fürs Geschäft ist ein persönliches Netzwerk heute wichtiger als so manche Ausbildungsinitiative.“

**Freunderwirtschaft online.** Was zählt, ist nicht, wer du bist, sondern wen du kennst. Freunderlwirtschaft, heutzutage Networking genannt, ist angesagter denn je. Vor allem im Internet, wo Kommunikation die Killerapplikation schlechthin ist.

### Web-Network: Mit Vitamin B(ziehung) zum Top-Job

Darauf baut auch die im November 2003 gestartete Plattform *OpenBC.com*. Deren Prinzip ist ebenso simpel wie erfolgreich: Jeder kennt jeden – irgendwie. Und so funktioniert's:

● Wer sich beim „Open Business Club“ registriert, kann jederzeit über seine OpenBC-Mailbox



► Wer über das Web-Netzwerk jedoch an ein echtes Job-Offert oder zu einer viel versprechenden Business-Kooperation kommen will, sollte laut Network-Analystin Doris Spielthener von FAS.research ein paar Tipps beachten:

- Die persönlichen Daten immer aktualisieren. Jobwechsel, neue Interessen, neue Anschrift – kontaktiert werden kann nur, wer seine virtuelle Visitenkarte auf dem letzten Stand hält.
- Kontakte pflegen. Das Um und Auf. Wer sich nie meldet, gerät schnell in Vergessenheit.

## 1.500 Fach-Foren für die virtuelle Kontaktpflege

- Foren betreten. Allein OpenBC.com bietet 1.500 Fach-Foren zu Themen wie Journalismus, Science oder IT. Expertin Spielthener: „Dort findet man Menschen, mit denen man Interessen teilt. Die Kontakte werden intensiviert.“
- Das Wichtigste jedoch – trotz aller Vorteile der flotten Online-Kommunikation: Der Face2Face-Kontakt ist – noch – durch nichts zu ersetzen.

**Bier trinken mit Netzwerknern.** Gerade in einem kleinen Markt wie Österreich sind Online-Netzwerke zwar ein optimales Mittel zur Geschäftsanbahnung. Roland Fleischhacker von Loyo.cc: „Wer sich bei OpenBC registriert, will ja Kontakte knüpfen – und reagiert deshalb auf Mails nicht ablehnend. Das macht die ganze Geschichte erfolversprechend.“ Fix wird die Sache dann aber doch nur bei realen Treffen gemacht.

Die virtuellen Communities dienen vermehrt als Katalysator für reale Gemeinschaften. Profi-Networker Fleischhacker etwa trifft einige andere OpenBC-Mitglieder bereits regelmäßig zum Business-Talk in der „wirklichen Welt“: „Gemeinsam ein Bier zu trinken bleibt einfach lustiger, als allein vor dem PC-Schirm zu hocken.“

Und klappt's auch nicht mit dem Big Biz, so macht's auf jeden Fall privat Spaß (siehe auch *Kasten rechts*). Fleischhacker, augenzwinkernd: „Ich bin zufällig bei OpenBC.com auf meine Schwester gestoßen. Sie war nur vier Klicks entfernt.“

NANA SIEBERT

## ROBERT LUNGLMEIR

### Siemens AG

**NETZWERK** Der Siemens Account Manager ist zwar erst seit März Mitglied beim Business-Netzwerk OpenBC – zählt aber bereits 54 Kontakte.

**VORTEIL** „Für mich ist OpenBC ein Tool, um berufliche Kontaktdaten abzulegen. Vorausgesetzt, die Daten sind gepflegt, hat man per Klick immer eine aktuelle Visitenkartensammlung.“

**ERFOLG** „Ob man über Online-Netzwerke Geschäfte anbahnen kann, vermag ich noch nicht zu beurteilen. In einem kleinen Markt wie Österreich klappt das wahrscheinlich noch besser über direkten Kontakt.“



»Ein hervorragendes Tool, um meine beruflichen Kontaktdaten abzulegen.«



## MICHAEL SEREINIG

### Styrian Airways AG

**NETZWERK** Der Marketingleiter der steirischen Fluglinie schaut täglich bei OpenBC vorbei: „Eine unkomplizierte Sache, die eine große Chance bietet.“

**VORTEIL** „Es kann, aber muss sich nichts ergeben. Ich konnte schon einige Expertisen geben und mit Kontakten helfen.“

**ERFOLG** „Dass Firmen Angebote an mich herantragen, ohne sich zu fragen, ob es Sinn macht, finde ich allerdings störend.“

»Ein zeitgemäßes Networking abseits elitärer Clubs.«

# Die neuen Freundschaftsnetze im Web

**FRIENDSTER, ORKUT & CO.** Online-Netzwerke boomen vor allem auch für private Kontakte

**M**illionen Mitglieder, massig Features: Nach Friendster und Googles Orkut setzt jetzt auch Yahoo! auf den Trend zum Social Network.

Eine Clique von 16 Millionen Menschen weltweit – damit ist das erst im April 2002 online gegangene Social Network *Friendster.com* der Primus unter den „neuen Communities“.

Das Prinzip: Die beste Quelle für neue Freunde sind die eigenen Freunde. Denn wer ins Netzwerk eingeladen wird, bringt ebenfalls Freunde mit. Die wiederum bekommen Mailkontakt zu den Freunden der Freunde. Frei nach der Theorie, dass jeder jeden irgendwie über sechs Ecken kennt, entstand ein irrer Hype: Friendster-Mitgliedschaften und -Freundeskreise werden bereits beim Auktionshaus eBay zur Ersteigerung angeboten. Friendster-Marketingchefin Michelle

Wohl zu E-MEDIA: „Wir wollen für Freundschaften das werden, was Amazon für Bücher und Google für Information ist.“ Klappen soll derlei mit Features wie Weblogs, Chats, Foren.

Ein Erfolg, der Nachahmer auf den Plan ruft: Google-Entwickler Orkut Buyukkokten erfand die kurz darauf von seinem Brötchengeber gekaufte Freundeskreis-Site *Orkut.com* mit über 13 Mio. Mitgliedern. *MySpace.com* wird mit 9 Mio. Besuchern allein im März zum ernsthaften Konkurrenten. Im August 2004 startete in Österreich *Groonity.at* mit bisher über 1.000 regelmäßigen Usern.

Jetzt will auch Yahoo! auf den Zug aufspringen: Über einen neuen Webdienst sollen die 165 Mio. registrierten Nutzer Inhalte aus Foren und E-Fotoalben in Weblogs einbauen können, um leichter Kontakte zu knüpfen.

## FREUNDSCHAFTSNETZE

**FRIENDSTER** Pionier unter den Social Networks mit 16 Millionen Mitgliedern. Features: Weblogs, Foren, Chats, Mailbox-System.  
► [www.friendster.com](http://www.friendster.com)

**ORKUT** Freundeskreis-Community von Google. Kontaktaufnahme zwischen Usern nur bei beiderseitigem Einverständnis. Foren, Weblogs.  
► [www.orkut.com](http://www.orkut.com)

**GROONITY** Portal für Deutschland, die Schweiz, Österreich. Hierzu bereits 1.000 Mitglieder.  
► [www.groonity.at](http://www.groonity.at)

**MYSPACE** Neun Millionen Besucher pro Monat. Mit Weblogs, Chats, Groups, Foren und Channels wie Online-Games und Musik.  
► [www.myspace.com](http://www.myspace.com)