

MEIN NETZWERK - MEIN ERFOLG

DER NETZWERKFORSCHER HARALD KATZMAIR ERKLÄRT, WAS NETZWERKE ERFOLGREICH MACHT, WIE MAN NETZWERKEN RICHTIG ANGEHT UND WARUM PLATTFORMEN WIE FACEBOOK & CO NICHT VIEL NÜTZEN.

Die brillianteste Idee und das beste Produkt bringen nichts, wenn man keinen Marktzugang hat. „Jungunternehmer wissen, dass es der Zugang zu (Neu-)Kunden ist, der darüber entscheidet ob ich wachsen und meine Firma sich entwickeln kann, oder ob mir bald die Luft ausgehen wird. Netzwerke sind hier ein „make or break“-Faktor“, erklärt Harald Katzmaier. Der gebürtige Linzer ist Gründer und Head of Science von FAS.research Austria und CEO von FAS.research USA. Es wird viel von Kapitalbedarf und Finanzierungsproblemen gesprochen, doch das soziale Kapital eines Jungunternehmers ist mindestens ebenso wichtig, wie die Eigenkapitalausstattung. Ein Jungunternehmer braucht Menschen,

kommt. Je „reicher“ die Mitglieder, umso eher können sie etwas geben und einbringen. „Erfolgreiche Netzwerke sind aber nicht nur reich an Ressourcen und ökonomischen Opportunities. Erfolgreiche Netzwerke bilden auch eine Identität aus, also eine gemeinsame Kultur mit Werten und Geschichten“, betont der Netzwerk-Forscher: „Ein Netzwerk ist keine kalte Transaktionsmaschine, sondern immer eingebettet in ein Wertesystem mit Stories, Ritualen, Identitäten.“ Vor allem im Creative Industries Bereich oder bei politischen Netzwerken können Werte und Visionen zumindest für einen gewissen Zeitraum tatsächlich Geld ersetzen.



Netzwerkforscher
Harald Katzmaier

Vom richtigen Flow

Gute Netzwerke produzieren also einen „Flow“ – von Ressourcen, von Storys, von Visionen. „Überall dort, wo etwas fließt, entsteht Dynamik und dort wo Dynamik entsteht, werden neue Ressourcen und damit neue Chancen angezogen“, erklärt Katzmaier. Um die berühmte Win-Win-Situation zu erreichen, müssen die Beteiligten unterschiedlich sein, etwas anderes haben als die anderen. In Netzwerken wo alle gleich sind, alle das Gleiche haben und anbieten und am Selben interessiert sind entsteht kein Flow. „Lebendige Netzwerke gibt es nur, wenn die Teilnehmer unterschiedlich genug sind, um einander auch tatsächlich nützlich sein zu können und trotzdem eine gemeinsame Kultur möglich ist, die diese Transaktionen begleitet“, erklärt Katzmaier und bringt einige Beispiele: „Deshalb sind Charities, Rotary Clubs, Kirchen, Sportvereine, politische Vorfeldorganisationen, Studentenverbindungen und so weiter so beliebte Plattformen. Weil hier sehr unterschiedliche Menschen aus unterschiedlichen Bereichen zusammenkommen, aber trotzdem eine gemeinsame Kultur gelebt werden kann.“

die Marktzugänge ermöglichen und ihm Feedback über das Produkt geben. „Netzwerke sind demnach nicht nur Türöffner, sondern auch Filter“, betont Katzmaier: „Sie geben Orientierung, in welche Richtung es am wahrscheinlichsten Sinn macht, sich weiterzuentwickeln. Ohne Netzwerke ist man orientierungslos, blind. Und man hat es extrem schwer, in Märkte zu kommen beziehungsweise das eigene Know-how zu kapitalisieren.“

Von erfolgreichen Netzwerken

Ein gutes Netzwerk hängt von der tatsächlichen Anzahl der nutzbringenden Beziehungen ab. Nutzbringend kann nur sein, wer etwas zu geben hat: Geld, Wissen, Informationen, Kontakte, Reputation. Erfolgreiche Netzwerke schaffen es, dass es zu einem lebendigen „Flow“ dieser Ressourcen

Beim Netzwerken sollte man systematisch vorgehen und Win-Win-Konstellationen ausloten, Chancen identifizieren und einen Wert produzieren. „Networking hat aber immer auch schon ein wenig den Charakter des Salesworking – der Übergang ist oft fließend“, meint der Experte. Generell könne man sagen, dass das Networking eine Vorstufe zum eigentlichen Verkaufsprozess ist, quasi ein erster Schritt. Im Networking sei der „Deal“ aber immer schon intendiert, das unterscheidet das Networking auch vom privaten Zusammenkommen.

Text: Ursula Horvath
Fotos: zur Verfügung gestellt

Von den häufigsten Fehlern

Sich selbst bestmöglich darzustellen, genügt nicht. „Eine Beziehung ist nur erfolgreich, wenn der andere auch etwas davon hat. Wenn ich aber nicht weiß, was der andere braucht, was für den anderen ein Value ist, dann ist es sehr wahrscheinlich, dass ich am anderen vorbeiredete“, so Katzmair: „Daher ist der häufigste Fehler, dass man dem anderen nicht zuhört, nicht die richtigen Fragen stellt, um herauszufinden, was der andere benötigt, wie der andere tickt.“ Ein weiterer Fehler ist die Ungeduld. Beziehungen brauchen ihre Zeit. Vertrauen ist eine sehr zarte Pflanze, die sehr leicht zerstört werden kann. „Es gibt kein Speed-Networking“, bringt es der Profi auf den Punkt: „Das ist Unsinn und führt nur zu Burn-out.“

Von Facebook & Co

Nie war das Kontakte knüpfen so leicht, wie in Zeiten von Facebook. Katzmair ist kritisch: „Facebook & Co sind nett, man kann schon damit seine eigene Community mit News versorgen. Aber diese Beziehungen produzieren – von einer gewissen kulturellen Synchronisierungsleistung mal abgesehen – in der Regel keine ökonomischen Opportunities. Es seien eben private Beziehungen und das wäre auch gut so, daran sei auch nichts falsch. Katzmair selbst hat rund 180 Facebook-Freunde. „Davon sind vielleicht 20 Personen, die ich wirklich kenne und wo es tatsächlich einen Austausch gibt. Das sagt, glaube ich, alles“, so Katzmair. Er findet Facebook und auch Twitter zu „self-promo-

tional“. Beides sei das Gegenteil von Zuhören und Fragen stellen. Den anderen mit Infos über das eigene Leben zu versorgen, bedeutet noch nicht, dass daraus Win-Win-Konstellationen oder Freundschaften entstehen. „Aber das Medium ist jung, man wird sehen, wie sich dieser Kommunikationskanal entwickelt. Es ist sicherlich zu früh, um ein abschließendes Urteil zu fällen“, so der Netzwerkprofi: „Aber eines ist gewiss: Das Online-Networking kann und wird das Offline-Networking nicht ersetzen.“

Die fünf besten Netzwerk-Tipps für Jungunternehmer

- Zuhören, dem anderen Fragen stellen, den anderen nicht vollquatschen.
- Aktiv überlegen, was für den anderen ein „Value“ sein könnte.
- Zuerst Geben und dann Nehmen – und nicht umgekehrt.
- Beziehungen brauchen Zeit. Oft geht erst Jahre später die Saat auf. You never know.
- Man begegnet einander immer zweimal im Leben. Schlecht reden über andere produziert keine (nachhaltige) Reputation.