

Quelle: Kuratorium für Journalistenausbildung
Datum: 26.05.2011

“Marketing nicht mit Beziehungsmanagement verwechseln”

Warum Online-Netzwerke nichts zu Beziehungen beitragen und am Beziehungsmarkt die Währungen “Money” und “Meaning” (Anm., “Geld” oder “Bedeutung”) gelten, erzählt Netzwerk-Analyst Harald Katzmaier im Gespräch mit NEUN10.

NEUN10: Wie helfen uns Netzwerke zum Erfolg oder für die Karriere?

Katzmaier: Macht und Einfluss, oder generell etwas bewegen zu können in dieser Welt, hängt von zwei Dingen ab: die Mengen an Ressourcen und Beziehungen, die man hat. Macht ist gleich Ressourcen mal Beziehungen oder Geld mal Netzwerk. Bei der Karriere ist das nicht anders. Ich kann die besten Ideen der Welt haben. Ich werde sie nicht realisieren oder kapitalisieren können, wenn ich nicht das entsprechende Netzwerk habe. Netzwerke sind so gesehen eine wesentliche Voraussetzung dafür, dass irgendetwas verwertet werden kann.

NEUN10: In welchem Alter soll man damit beginnen, sich ein Netzwerk aufzubauen?

Katzmaier: Es gibt die Netzwerke, die man erbt, und es gibt die Netzwerke, die man erwirbt. Man wird ja nicht in einen luftleeren Raum geboren, sondern man ist immer schon in einem Netzwerk drinnen.

NEUN10: Das Netzwerk der Familie zum Beispiel?

Katzmaier: Die Familie, die Freunde, mit denen man spielt, das sind ja alles Beziehungen. Ein Netzwerk strategisch aufbauen funktioniert ohnedies nur in einem eingeschränkten Sinn. Weil die Beziehungen, die ich eingehe, davon abhängen, was ich auf den Tisch legen kann. Ich bin ja nur für jemanden interessant, wenn ich ihm helfen kann, einen gewissen Value, einen bestimmten Wert, zu produzieren.



NEUN10: *Könnte man sagen, es herrscht Angebot und Nachfrage auch bei persönlichen Beziehungen?*

Katzmair: Beziehungen sind nicht immer ein reiner Markt. Oft geht es auch um Loyalitäten. Da heißt es: wenn du mit dem dieses machst, dann ist es aus mit unserer Freundschaft. Sich Netzwerke als reinen Beziehungsmarkt vorzustellen, das mag für die Peripherie von Netzwerken stimmen, aber je weiter Sie in das Zentrum von Netzwerken gelangen, umso mehr gelten andere Regeln.

NEUN10: *Wie soll man ein Netzwerk am besten pflegen?*

Katzmair: Jede Beziehung hat zwei Dimensionen. Erstens: Die Menge an Werten und Haltungen, die man teilt – die gemeinsame Identität. Und zweitens: Was teilen wir an Chancen im Sinne von ökonomischen Chancen. Es gibt Netzwerke, die ausschließlich privater Natur sind, wo wir sehr viel an gemeinsamen Werten teilen, aber keinen gemeinsamen Chancen nachgehen. Und es gibt Netzwerke, die nur bestehen, um gemeinsamen Chancen nachzugehen – 192denen die Teilnehmer aber sonst nichts verbindet. Das sind dann reine Deal-Netzwerke. Und dann gibt's Netzwerke, wo das verbunden wird. Wo man gemeinsam Projekte oder Geschäfte macht, gemeinsam berufliche Ziele verfolgt, aber auch gemeinsame Werte und Haltungen hat. Es muss mindestens eines von beiden vorhanden sein und am besten beides. Ich sag immer "Money and Meaning". Wenn beides fehlt, gibt es keine Beziehungen.

NEUN10: *Würden Sie sagen, dass Online-Netzwerke dazu beitragen, einfacher Netzwerken zu können?*

Katzmair: Glaub ich nicht, nein. Es gibt diese Illusion, dass es einfacher wird. Die sozialen Netzwerke haben ihre Rolle als Medium, in dem man sich selber präsentieren kann – zur Selbstpromotion, als Marketinginstrument. Aber verwechseln Sie Marketing nicht mit Beziehungsmanagement oder –aufbau. Das ist etwas anderes. Ich glaube, es ist ein exzellentes Marketinginstrument, aber in der Online-Welt funktioniert der Vertrauensaufbau nicht und man kann nicht wirklich herausfinden, was der andere benötigt.