

Erfolgreich(er) durch Netzwerken

Netzwerk Thüringen: Von den Großen lernen

Das Netzwerk Thüringen bietet Geschäftsführern und Führungskräften von kleinen und mittelständischen Unternehmen mit seinen Wirtschafts-Talks die Möglichkeit zum regelmäßigen Erfahrungsaustausch. In diesem Jahr sind insgesamt fünf Veranstaltungen geplant. Führende Vertreter bundesweit bekannter Unternehmen stellen in Praxisvorträgen ihre Konzepte vor, berichten über ihre Erfahrungen bei unternehmerischen Schlüsselthemen und gehen auf aktuelle wirtschaftliche Herausforderungen ein. Neben den Fachinformationen zu diversen Themenfeldern lassen die Wirtschafts-Talks viel Raum, bisherige Kontakte zu intensivieren oder neue Beziehungen zu knüpfen.

Themen und Termine der Wirtschafts-Talks 2017

- 23. März, ab 18:30 Uhr in der IHK Ostthüringen: „Google – ein Blick hinter die Kulissen“
- 4. Mai, ab 18:30 Uhr in der IHK Erfurt: „Motivation – was kann die Wirtschaft vom Fußball lernen“
- 24. August, ab 18:30 Uhr im Golfclub in Gera: Sommerfest des Netzwerkes Thüringen
- 28. September, ab 18:30 im Opel Autohaus Waltershausen: Joey Kelly – No Limits, wie schaffe ich meine Ziele
- 26. Oktober, ab 10:00 Uhr im ADAC Fahrsicherheitszentrum in Nohra: Netzwerk Tag Thüringen

Die Veranstaltungen werden von der IHK Ostthüringen zu Gera, der IHK Erfurt und der IHK Südthüringen begleitet.

Weitere Informationen und Anmeldung:

 www.netzwerk-thueringen.de



Im Interview gibt Guido Hunke, Initiator des Netzwerkes Thüringen, Impulse und Anregungen, zukünftig erfolgreicher beim Netzwerken zu sein.

Was sollte ich beachten, wenn ich Netzwerke nutzen und in ihnen erfolgreich sein will?

Auch beim Netzwerken läuft man ohne Ziel eher planlos durch die Gegend. Bei der „Akquise“ von neuen Kontakten ist es wichtig, strategisch und strukturiert vorzugehen. Analog, wie bei der Planung und Entwicklung von Geschäftsprozessen im Unternehmen, sollten zunächst Ziele und Erwartungen bestimmt werden: Was erwarte ich von meinen Kontakten? Was will ich konkret erreichen? Benötige ich einen vertrieblichen oder fachlichen Mehrwert? Entscheidend ist, sich hierüber im Vorfeld klar zu werden und dann das Vorgehen danach ausrichten. Grundsätzlich aber gilt, rechtzeitig anzufangen Kontakte zu knüpfen und nicht erst dann, wenn man aus wirtschaftlichen Gründen darauf angewiesen ist.

Was muss ich tun, um meine bestehenden Kontakte und Beziehungen zu pflegen?

Kontakte zu halten ist von gleich großer Bedeutung wie der Aufbau des Netzwer-

kes. Denn: Ein neues Netzwerk bringt nur dann Vorteile, wenn man aktiv ist und es bleibt. Es gilt, regelmäßig die eigenen Kontakte zu analysieren und zu überlegen, wer für wen interessant ist und den Kontakt zwischen diesen Personen herzustellen. Auch wenn man von direkten Kontakten keinen unmittelbaren Mehrwert hat, sollte man den Kontakt nicht abbrechen. Vielmehr sollte man prüfen, inwieweit diese Kontakte „Türen öffnen können“ zu anderen Personen, die für die eigenen Ziele von Interesse sind.

Immer wieder heißt es: Wer heute erfolgreich sein will, muss netzwerken. Doch was haben kleine und mittelständische Unternehmen in der Region davon?

Zunächst sollten sich Unternehmen darüber bewusst sein, dass sie das Netzwerken niemals unabhängig von Marketing- und Vertriebsmaßnahmen sehen dürfen. Wenn Unternehmen das beachten, dann kann ein gut gepflegtes Netzwerk langfristig den Umsatz und damit den Unternehmenserfolg steigern. Was in Zeiten des Fachkräftemangels ebenfalls immer mehr an Bedeutung gewinnt: Unternehmen müssen sich verstärkt als attraktive Arbeitgeber präsentieren. Auch dafür kann ein Netzwerk eine gute Grundlage sein.

Wie zahlen sich Netzwerke für Interessierte aus?

Ich halte es für einen falschen Ansatz, es beim Netzwerken gleich darauf anzulegen, ein Geschäft abzuschließen. Wer so herangeht, hat es schwer, ein langfristiges Netzwerk aufzubauen. Denn natürlich braucht Netzwerkarbeit auch Zeit, deshalb sollte man damit auch nicht erst beginnen, wenn man als Unternehmen auf ein Netzwerk angewiesen ist. Es ist wie in einer guten Ehe: Die größten Erfolge erzielt, wer mit dem Partner Ähnlichkeiten betont. Über die gleichen Interessen, wie z. B. in Sachen Sport oder Reisen, kommt man miteinander ins Gespräch und vielleicht später auch ins Geschäft. ■