

NET(T) WORKING

Businesskontakte

Wer langfristig unternehmerisch wachsen will, muss strategisch Beziehungen aufbauen, Sichtbarkeit schaffen und in relevante Netzwerke investieren – analog wie digital.

TEXT: SIMONE REITMEIER

In der Geschäftswelt gilt: Die besten Beziehungen entstehen lange bevor sie gebraucht werden. Nachhaltiges Networking ist eine Investition in die Zukunft des Unternehmens. Wer frühzeitig strategische Kontakte aufbaut und pflegt, schafft ein belastbares soziales Kapital – bereit, im entscheidenden Moment als Ressource zu wirken. Unternehmerischer Erfolg beruht nicht nur auf Produkten oder Dienstleistungen, sondern zunehmend auf dem Netzwerk dahinter. ■

NETZWERK-FORMATE

- **Branchennetzwerke** (z. B. HR-, Immobilien- oder Tech-Cluster)
- **Strategische Business-Clubs** (z. B. Management Club, Rotary, Lions)
- **Digitale Businessplattformen** (z. B. LinkedIn, spezialisierte Online-Foren)
- **Interne Unternehmensnetzwerke** (z. B. Lauf- oder Projektgruppen)
- **Mentoring-Programme und Think-Tanks**

NO-GOS BEIM NETZWERKEN

- **Nur dann melden, wenn man etwas braucht:** Beziehungen funktionieren auf Gegenseitigkeit.
- **Kontakte nicht pflegen:** Beziehungspflege benötigt Regelmäßigkeit – auch ohne konkreten Anlass.
- **Kein Zeitbudget einplanen:** Netzwerke wachsen weder nebenbei noch innerhalb weniger Wochen.
- **Selbstfokussiert auftreten:** Wer fragt, führt – aktives Zuhören schafft Verbindungen.
- **Nur auf C-Level kommunizieren:** Auch Kontakte unterhalb der Führungsebene bringen Mehrwert.

Kooperation statt Konkurrenz

In einem sich rasant wandelnden Marktumfeld ist Innovationsgeschwindigkeit der Schlüssel. Erfolgreiche Unternehmer erkennen zunehmend das Potenzial von Kooperationen. Anstatt Ressourcen in die Eigenentwicklung zu investieren, nutzen sie vorhandenes Know-how – oft aus dem Netzwerk. Plattformen, Branchenevents und themenspezifische Foren bieten Zugang zu einem Ökosystem aus Ideen, Lösungen und Partnern – die Basis für Synergien und neue Geschäftsmodelle.

Digitale Visitenkarten

Ein repräsentatives LinkedIn-Profil ist heute unverzichtbar. Was zählt: ein hochwertiges Businessfoto, eine klare Positionierung und ein aktives Kommunikationsverhalten. Ein professionelles Profil lebt – durch inhaltliche Beiträge, Interaktionen und Sichtbarkeit. Selbst Messenger-Dienste wie WhatsApp gewinnen als Businesskanäle an Bedeutung. Entscheidend ist, dass die eigene Haltung und Expertise auf den ersten Blick erkennbar ist – „Was mache ich? Wofür stehe ich? Was biete ich an?“

Elevator Pitch: Positionierung in 30 Sekunden

Ob beim Investoren-Dinner, dem Business-Lunch oder online – ein prägnanter Elevator Pitch vermittelt in wenigen Sätzen die eigene Positionierung. Der Fokus liegt auf Klarheit und Wirkung: Wofür steht das Unternehmen? Was ist der konkrete USP? Ein überzeugender Pitch schafft Interesse, Vertrauen – und markiert den Beginn nachhaltiger Geschäftsbeziehungen.

Effizienz statt Streuverlust

Entscheidend ist die Wahl der passenden Plattformen. „Zwei bis drei sorgfältig ausgewählte Netzwerke genügen – idealerweise eine Kombination aus branchenspezifischen und übergreifenden Formaten“, rät Layr-Gizycki. Qualität schlägt Quantität – besonders für Unternehmer mit limitierten Zeitressourcen. Nur wer Mehrwert bietet, wird langfristig als wertvoller Teil des Netzwerks wahrgenommen.

Sichtbar sein: Hybrides Networking

Digitale Kanäle wie LinkedIn oder Branchenplattformen ermöglichen Sichtbarkeit, Reichweite und Relevanz – vorausgesetzt, sie werden strategisch bespielt. Dennoch: Vertrauen entsteht nur im persönlichen Kontakt. „Digitale Nähe ersetzt keine persönliche Begegnung“, betont Networking-Expertin Gerlinde Layr-Gizycki, Geschäftsführerin der Inamera. Ein zusätzlicher strategischer Nutzen digitaler Netzwerke liegt in ihrer Funktion als Vorbereitungstool für Business-Events und Konferenzen. Durch die gezielte Recherche über Veranstaltungsteilnehmende im Vorfeld lassen sich potenziell relevante Gesprächspartner identifizieren, priorisieren und effizient ansprechen. Dies ermöglicht eine zielgerichtete Kontaktabahnung sowie eine nachhaltige Pflege von Geschäftsbeziehungen im Nachgang der Veranstaltung.

Networking-Exzellenz: In 15 Minuten zum Kontakt

Effizientes Netzwerken folgt einem klaren Ablauf. Die 15-Minuten-Regel auf Veranstaltungen sorgt für Dynamik: zuhören, Gemeinsamkeiten ausloten, Mehrwert erkennen – und weiter zum nächsten Gespräch. Im Idealfall erfolgt die digitale Vernetzung noch vor Ort. Tipp: Eine gezielte Nachfrage bei bekannten Kontakten, wer bei einem Event relevant sein könnte, öffnet Türen – und signalisiert Wertschätzung.

BUCHTIPP

„Netzen – Menschen zu Netzwerken verbinden“

Gerlinde Layr-Gizycki, Valerie De Icco-Streibel & Wolfgang Layr, 29,90 Euro, im Buchhandel oder direkt beim Business-Netzwerk „Inamera“ erhältlich.



„RENAISSANCE DER FAMILIENUNTERNEHMEN“

Wie können Familienunternehmen trotz Zeitmangel ihre Netzwerke pflegen?

Ohne Commitment geht es nicht. Entscheidend ist, gezielt die Netzwerke auszuwählen, die zur eigenen Strategie passen. Hilfreich ist zudem der Einsatz von Netzwerkknoten – also Personen, die bereits über breite Kontakte verfügen und Verbindungen herstellen. So funktioniert beispielsweise unser Cross-Mentoring-Programm an der WU Executive Academy: Wir bringen gezielt Mentees und Mentoren aus unterschiedlichen Branchen zusammen.

Welche Netzwerke erachten Sie als besonders wertvoll?

Branchennetzwerke sind essenziell für das operative Geschäft. Doch die Königsdisziplin sind strategische Netzwerke – etwa Rotary oder exklusive Business-Clubs. Denn in diesen Kreisen geht es ans Eingemachte. Hier reichen Mitgliedsbeiträge nicht aus, man muss auch etwas vorweisen können – ein bereits bestehendes Netzwerk, eine Expertise oder einen Fürsprecher.

Wie wird sich Netzwerken in den nächsten Jahren verändern?

Vertrauen wird zur Schlüsselwährung – und genau hier liegt die Stärke von Familienunternehmen. Nach einer Ära der Globalisierung erleben wir aktuell die Rückkehr zur persönlichen Verbindung. Es folgt die Renaissance des Netzwerks – und damit die Renaissance der Familienunternehmen.

Gerlinde Layr-Gizycki
Geschäftsführerin
Inamera