

Grundlegendes zum Networking

Weshalb Sie über soziale Netzwerke schnell viele Kontakte knüpfen können

Ein erster Blick auf XING und LinkedIn

Kapitel 1

Ein Überblick vorweg

Wikipedia weiß Bescheid: »Networking (deutsch: Netzwerken) bedeutet den Aufbau und die Pflege von persönlichen und beruflichen Kontakten. Ziel ist ein Netzwerk aus einer Gruppe von Personen, die zueinander in Beziehungen stehen und sich privat, vor allem aber beruflich unterstützen, helfen oder kooperieren.« Eines fällt Ihnen dabei sicherlich sofort auf: Networking ist keine Erfindung des Internetzeitalters; früher wurde es allerdings Vitamin B, Klüngelei, Seilschaften oder Golfclub genannt. Was all diese Ideen gemeinsam haben? Immer geht es um das Knüpfen neuer Kontakte und die Pflege und Vertiefung bestehender Beziehungen mit dem Ziel, beruflich voranzukommen. Aber Achtung: Mit zielloser Kontaktsammelei oder Ausbeutung anderer hat das nichts zu tun!

Schauen Sie sich einmal in Ihrem Bekannten- und Freundschaftskreis um: Sicherlich ist darunter jemand, dem Sie schon bei x Umzügen geholfen haben, der aber immer einen dringenden Termin oder ein akutes Rückenleiden hat, wenn bei Ihnen ein Umzug ansteht. Menschen diesen Schlags unterwandern das zentrale Prinzip des Networkings: **Erst geben, dann nehmen**. Das ist in Online-Netzwerken nicht anders als im echten Leben: Wenn Ihnen beim Shoppen eine nette Kleinigkeit für Ihren Partner ins Auge sticht, machen Sie diesem genauso eine Freude wie Ihren XING- oder LinkedIn-Kontakten, denen Sie einen spannenden Link oder eine Job-Ausschreibung weiterleiten.

Überhaupt kommen Sie sehr weit, wenn Sie sich in sozialen Netzwerken ähnlich verhalten wie in der Offline-Welt:

- ✓ Seien Sie authentisch.
- ✓ Zeigen Sie Interesse, stellen Sie Fragen und hören Sie gut zu. Führen Sie einen Dialog, kein Verkaufsgespräch.

- ✓ Überlegen Sie, was Sie für das Gegenüber tun können – und erwarten Sie keine Gegenleistung.
- ✓ Suchen Sie Gemeinsamkeiten, und setzen Sie diese im Small Talk ein.
- ✓ Langweilen Sie Ihr Gegenüber nicht mit endlosen Monologen, sondern bringen Sie Ihr Anliegen mit wenigen prägnanten Sätzen auf den Punkt – und zwar nur, wenn Sie danach gefragt werden!
- ✓ Behandeln Sie alle gleich: Wer nicht als Kunde infrage kommt, ist möglicherweise eine tolle Multiplikatorin.
- ✓ Vermitteln Sie Kontakte, und sprechen Sie Empfehlungen aus – allerdings nur, wenn Sie von der Kompetenz des Empfohlenen überzeugt sind. Schlechte Empfehlungen fallen auf Sie selbst zurück.
- ✓ Und last but not least: Bedanken Sie sich!



Jede Form der Kommunikation ist nur so gut wie die dahinterstehende Strategie. Überlegen Sie sich also vor Ihrem Engagement bei XING und LinkedIn, was Sie dort eigentlich erreichen wollen (Ziele), welche Kontakte Sie dazu anstreben (Zielgruppen), was Sie diesen mitteilen wollen (Botschaften) und auf welche Weise Sie dies tun wollen (Methoden). Spätestens nach der Lektüre dieses Buches sollte das kein Problem mehr für Sie sein.

Das Kleine-Welt-Phänomen

Nach vielen Jahren der Freundschaft stellt sich heraus, dass Ihr bester Kumpel in einem Fußballteam mit Ihrem Physiotherapeuten spielt. Bei der Hochzeit Ihrer besten Freundin stellen Sie fest, dass deren Cousine eine Arbeitskollegin Ihres Mannes ist. Situationen dieser Art kennen wir alle, und üblicherweise reagieren wir mit dem Satz: »Die Welt ist klein«, oder: »Jeder kennt jede um sechs Ecken.« Dass das tatsächlich so ist, hat der US-amerikanische Psychologe Stanley Milgram bereits 1967 nachgewiesen und dafür den Begriff des »Kleine-Welt-Phänomens« geprägt. Milgram meint damit, dass jeder Mensch auf der Welt mit jedem anderen über eine überraschend kurze Kette von Bekanntschaftsbeziehungen verbunden ist. Wie diese Kette bei XING aussieht, sehen Sie in Abbildung 1.1.

Stellen Sie sich vor, was das für die Akquise oder Kontakthanbahnung bedeutet! Am besten geeignet ist dazu ein praktisches Beispiel: Was tun Sie, wenn Sie einen Hautarzt oder eine Steuerberaterin suchen? Beide Branchen beschäftigen sich mit sensiblen Themen, in beiden Fällen suchen Sie jemanden, dem Sie

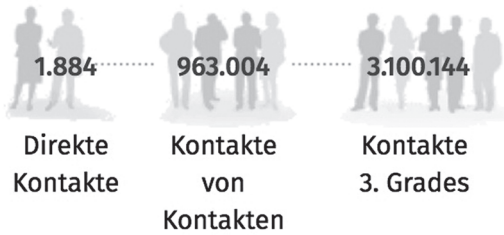


Abbildung 1.1: Über 963.000 Menschen sind bei XING nur über jeweils eine gemeinsame Kontaktperson mit Constanze Wolff vernetzt.

uneingeschränkt vertrauen können. Mit großer Wahrscheinlichkeit werden Sie daher Menschen, denen Sie ohnehin schon vertrauen, nach einer Empfehlung fragen.

Auf diesem Prinzip basiert jede Form des »Social Networkings« – im professionellen Umfeld dann auch gerne »Empfehlungsmarketing« genannt. Anders als in Ihrem Freundschaftskreis erreicht Ihre Anfrage mithilfe von XING und LinkedIn jedoch nicht nur eine Handvoll Menschen, sondern (wie in Abbildung 1.1 abgebildeten Beispielfall) 1.884 Personen auf einen Schlag. Diese 1.884 Personen sind wiederum mit 963.004 anderen Menschen vernetzt: Darunter sollte eine Steuerberaterin oder ein Hautarzt zu finden sein, oder?



Der besondere Clou bei XING und LinkedIn: Sie können in den Kontakten Ihrer Kontakte suchen! Um einen Hautarzt oder eine Steuerberaterin zu finden, müssen Sie also noch nicht einmal fragen, sondern können gewissermaßen das Adressbuch Ihrer Kontakte durchstöbern. Wie das geht, erfahren Sie in Kapitel 8.

XING und LinkedIn – zwei Steckbriefe

Von Facebook bis X (ehemals Twitter), von Instagram bis TikTok: Hinter jedem dieser Netzwerke steckt ein Unternehmen, das die Plattform nicht aus reiner Menschenfreundlichkeit betreibt, sondern Geld damit verdienen möchte. Für die Nutzenden ist das Ganze kostenlos, die Umsätze werden über zahlende Kunden generiert, die ihre Marketingbotschaften bei den Nutzenden platzieren möchten.

Auch bei XING und LinkedIn gibt es die Möglichkeit, bezahlte Werbung zu schalten (siehe Kapitel 12). Aber auch die Nutzenden selbst zahlen – abgesehen von den kostenlosen und dafür in der Nutzung eingeschränkten Basisversionen – eine Gebühr. Denn anders als Facebook und Co. werden XING und LinkedIn aus

beruflichen Gründen genutzt: Die Mitglieder profitieren von der Nutzung, verfolgen ein klares professionelles Ziel und sind daher bereit, dafür Geld zu bezahlen. Doch wer genau steckt eigentlich hinter den Plattformen? Wie wurden XING und LinkedIn zu den Netzwerken, die sie heute sind?

XING auf einen Blick

Das 2003 unter dem Namen »OpenBC« (Open Business Club) gegründete XING hat seinen Sitz in Hamburg und ist seit 2006 börsennotiert. Rund 2.000 Mitarbeitende arbeiten an einer Plattform, die mehr als 21 Millionen Berufstätigen aller Branchen das Suchen und Finden von Aufträgen, Jobs, Mitarbeitenden, Kooperationsmöglichkeiten, Fachinformationen und Geschäftsideen ermöglicht. Mit seinen Marken und Services engagiert sich das Unternehmen für eine erfülltere Arbeitswelt – und änderte seinen Namen daher im Jahr 2019 konsequenterweise von XING SE zu NEW WORK SE.

Nach der Umstellung von OpenBC auf XING im Jahr 2006 lautete der Leitsatz zunächst: »Powering Relationships«. 2010 wurde im Rahmen einer Marketingkampagne mit »Und es hat XING gemacht« geworben. Slogan Nummer eins bringt die Anbahnung von Kontakten auf den Punkt, Ansatz Nummer zwei steht für die mit XING erlebbaren Erfolgsmomente. Doch erst der mit der umfassenden Überarbeitung der XING-Seite im Juni 2011 eingeführte Werbespruch »Das professionelle Netzwerk« rückte die Kernkompetenz von XING in den Fokus: die Anbahnung und Vertiefung von geschäftlichen Beziehungen. Heute bringt der Slogan »For a better working life« die Vision der NEW WORK SE auf den Punkt.

Basis der Plattform ist für jedes einzelne Mitglied sein persönliches Profil: Hier hinterlegt es detaillierte Angaben zu seinen Interessen und Kompetenzen – bis hin zu seinem kompletten beruflichen Lebenslauf. Beim Umschauen auf XING stößt es dann schnell auf Freundinnen, Bekannte und spannende Neukontakte, die es seinem Netzwerk hinzufügen kann. Wie bei jedem sozialen Netzwerk gilt auch hier: Wirklich lebendig wird XING erst durch die Aktivität seiner Mitglieder. Zentrum des Austauschs ist der Menüpunkt INSIGHTS, unter dem die Beiträge der eigenen Kontakte und spannender Unternehmen zusammenlaufen und gelikt, kommentiert oder geteilt werden können.

LinkedIn auf einen Blick

Anders als XING ist LinkedIn nicht nur im deutschsprachigen Raum aktiv, sondern auf der ganzen Welt und daher in 24 Sprachen nutzbar. Von den mehr als eine Milliarde Mitgliedern gehören gut 20 Millionen der DACH-Region (Deutschland, Österreich und die Schweiz) an.

Das Unternehmen wurde 2002 im Wohnzimmer des Mitbegründers Reid Hoffman ins Leben gerufen, im Mai 2003 ging die Seite online. Der Börsengang erfolgte 2011, im Jahr 2016 wurde das Netzwerk von Microsoft gekauft. Die Zentrale befindet sich in Kalifornien, die 21.000 Mitarbeiter sind jedoch in 36 Büros auf der ganzen Welt tätig.

Ziel von LinkedIn ist es, Fach- und Führungskräfte rund um den Globus zusammenzubringen, um sie produktiver und erfolgreicher zu machen. Denn genau darum geht es letztlich jedem Mitglied eines Business-Netzwerks. Wir investieren unsere Zeit nicht, weil uns langweilig ist oder wir gerade nichts Besseres zu tun haben, sondern weil wir uns einen echten Nutzen von dieser Investition versprechen. Je nach Bedarf bieten XING und LinkedIn Ihnen ganz unterschiedliche Nutzen. Welche das sind, erfahren Sie in den folgenden Kapiteln.

