

New Work, Co-Work – Network!

NETZWERKEN HEUTE Mit der Digitalisierung entstehen nicht nur neue Arbeitsmodelle, sondern völlig neue Organisationsformen. Starke Netzwerke werden dabei immer wichtiger. Was man beim Aufbau und der Pflege eines Netzwerkes in der digitalen Transformation beachten sollte.

⇒ Mit der Einsicht, dass Netzwerke nicht nur „denen da oben“ – in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft – dienen, sondern schlicht und einfach allen Menschen, ist der Begriff Networking vor einigen Jahrzehnten geradezu explosionsartig zum Dauerthema geworden. Hinzu kam die überfällige Erkenntnis, dass starke Verbindungen nicht nur Männersache sind. Frauennetzwerke entstanden zu Tausenden und haben sich bis heute zum Teil grandios entwickelt. Sie sind jung, das ist ein Vorteil, denn den meisten fällt es deshalb leichter, die sozialen Medien mit ihren noch viel weiter gefassten Kontaktmöglichkeiten in das eigentliche Networking einzubeziehen. Dabei ist es wiederum eine Frage der eigenen Persönlichkeit und wohl auch Erfahrung, wie intensiv man welchen Typus von Netzwerk nutzt.

LERNEN AUS VIELEN LÄNDERN

Für Nicole Stigler, Office-Managerin in der Finanzbranche, ist es die Begegnung, der persönliche Kontakt, das Gruppenerlebnis, vor allem aber die Internationalität, die sie an „ihrem“ Netzwerk liebt. 2016 war sie zum ersten Mal bei einem großen Netzwerk-Event von damals noch EUMA in Stockholm dabei (European Management Assistants). Heute nennt sich das in mittlerweile 25 Ländern vertretene Netzwerk IMA – International Management Assistants. „Das war genau die Art von Netzwerken, die ich gesucht hatte“, schildert die Office-Managerin ihr Schlüsselerlebnis auf der damaligen Veranstaltung: „Rund 150 Kolleginnen und Kollegen, von denen ich niemanden kannte, ich habe so viele Leute kennengelernt dort! Ich fühlte mich sofort angenommen.“ Seitdem ist sie aktiv dabei, mittlerweile als Chairman IMA Germany, und schwärmt von der Effizienz und zugleich Wärme der regionalen, nationalen und internationalen Zusammenkünfte. „Ich kann meine beruflichen Themen platzieren, ich bekomme kompetente Auskunft, ich habe Freundschaften geknüpft,

die auch in das Private hineinreichen, und das Netzwerk bildet natürlich auch weiter. Ich persönlich lerne wahnsinnig viel. Das Thema Digitalisierung habe ich über IMA deutlich schneller erfasst, als wenn ich nicht im Netzwerk organisiert wäre, auch durch die vielen Kontakte. Wie läuft das in den anderen Ländern, zum Beispiel bei den Finninnen, da habe ich sehr interessante Gespräche führen können.“ Netzwerksprache auf internationalen Treffen ist Englisch, für die Berufsgruppe Assistentinnen und Assistenten kein Problem. Heute ist das Netzwerk – gegründet 1974 von der Engländerin Sonja Vanular als The European Association of Professional Secretaries (EAPS) – in beiden Welten, real und virtuell, zu Hause. Die Mitgliederversammlung im vergangenen Jahr in Genf konnte von den Mitgliedern auch online verfolgt werden. „Das wurde sehr gut angenommen“, erzählt Germany-Chairman Nicole Stigler. „Deshalb ermöglichen wir das im kommenden Jahr auch.“ Dennoch ist für sie immer noch der persönliche Kontakt entscheidend. „Aber vertiefen und aufrechterhalten, das geht bestens über social-media-Kanäle. Business-Themen beispielsweise über LinkedIn und Xing, und wenn aus den Kontakten mehr wird, eine berufliche oder gar private Freundschaft, dann tauscht man sich eben auch auf Facebook aus.“

DIGITALE KONTAKTE BLEIBEN FLÜCHTIGER

Doch die Virtualität geht nicht ganz ohne Verluste einher, stellen zumindest jene fest, die die persönliche Begegnung viele Jahre mit gestaltet und genossen haben. Nicole Stigler hat bei IMA nachgefragt und dabei auch Stimmen eingefangen, die Veränderungen nicht ausschließlich positiv erleben.



© metamorworks/AdobeStock



Rund um die Welt netzwerken, das ist heute kein Problem mehr. Die Herausforderung dabei: Echte Verbindungen schaffen, Vertrauen bilden - und das braucht nach wie vor Persönlichkeit.

Karen Nanninga, früher Management-Assistentin, mittlerweile selbstständig als Coach, war jahrelang als International Executive Chairman im Netzwerk engagiert. Ihr geht es vor allem nach wie vor darum, miteinander wirken und füreinander da sein zu wollen, als echte Netzwerkerinnen. Selbstverständlich gehört auch für sie die virtuelle Ebene dazu, jedoch: „Der persönliche Austausch, die guten Gespräche, das Zugehörigkeitsgefühl, das war früher deutlicher spürbarer. Allerdings musste man früher auch deutlich mehr miteinander telefonieren oder gar Briefe schreiben. So einfach wie heute war es damals nicht, Kontakte zu halten. Die Zeit, die man miteinander verbrachte, hat man dann allerdings auch voll genutzt. Heute sind die Kontakte zwar kontinuierlicher, aber auch flüchtiger.“

NETZWERKE IN DEN UNTERNEHMEN

Neue wirtschaftliche Organisationsformen – agil, kollaborativ, virtuell – etablieren soziale Business-Netzwerke längst auch innerhalb der Unternehmen. Sie heißen Yammer, Trello, Slack, Teams oder Wunderlist, ständig kommen neue hinzu, mit immer intelligenteren Features für Austausch und Zusammenarbeit auf möglichst vielen Kanälen. Wer sich ihnen verschließt, kappt sich vom Wissen der anderen ab und bleibt auf dem eigenen Input sitzen – und versäumt damit die „positive, transformative Kraft der Sozialen Netzwerke“, schreibt die belgische Management-Beraterin und Autorin Isabel De Clercq. In ihrem Buch „#Vernetzt Arbeiten“ hat die Digital-Work-

place-Expertin 13 Beiträge von internationalen Autorinnen und Autoren versammelt, die allesamt die sozialen Netzwerke in Unternehmen thematisieren – geradezu euphorisch und mit dem einhelligen Mantra „Ein Knowledge-Worker schadet dem Unternehmen, wenn er sein Wissen nicht teilt“ (Isabel De Clercq). Dass Bedenken und Kritik zu kurz kommen, die bei der durchdringenden Vernetzung sämtlicher Lebensbereiche sicher mehr als angebracht sind, mag an dem Buch stören. Für Assistentinnen ist es dennoch eine hilfreiche Argumentationsammlung, wenn es darum geht, weniger technologiefreudige Vorgesetzte, Kollegen und Kolleginnen mit ins Boot zu holen. Wer dann noch bereit ist, eben doch auch die problematische Seite dieser neuen Arbeits- und Organisationsformen zu thematisieren und in Planung und Gestaltung einzubeziehen, nutzt Netzwerke – alte und neue – wohl optimal. **II**

✍️ Kirsten Wolf, Journalistin



#Vernetzt Arbeiten. Soziale Netzwerke in Unternehmen, von Isabel De Clercq, Frankfurter Allgemeine Buch, 2018, 208 Seiten, 25 Euro

Effizientes Netzwerken. Wie Sie aus einem Kontakt eine werthaltige Geschäftsbeziehung entwickeln, von Barbara Liebermeister, Frankfurter Allgemeine Buch, 2012, 133 Seiten, nur noch gebraucht erhältlich.



© Frankfurter Allgemeine Buch



„Persönlichkeit lässt sich nicht komplett digitalisieren“

Barbara Liebermeister beschäftigt sich als Speakerin, Management-Beraterin und Autorin mit Fragestellungen von Führung und Erfolg im digitalen Umfeld. Networking in Zeiten von New Work und Digitalisierung ist dabei ein Aspekt, den sie nicht nur auf Führungsebene, sondern generell als Erfolgsfaktor auf allen beruflichen Ebenen sieht.

w@o: Ist das Netzwerken heute einfacher, weil so viel mehr Kommunikationsmöglichkeiten zur Wahl stehen?

Barbara Liebermeister: Sicherlich ist die Kontaktabbahnung dank Social-Media-Kanälen heute leichter, ebenso wie das Kontakthalten. Doch für echtes, effizientes Networking muss erst eine gewisse Basis vorhanden sein, wie früher auch. Es ist ein Missverständnis zu glauben, dass die Masse an Kontakten ausschlaggebend ist für erfolgreiches Netzwerken. Tatsächlich kommt es nach wie vor auf die Qualität der Kontakte und des Austausches an. Ein Netzwerk ist ein Beziehungsgeflecht, da kann ich nicht einfach meine Facebook-Kontakte addieren und fertig ist mein Netzwerk. Mit einem Klick oder einem Hinzufügen von Kontakten bin ich noch weit entfernt von einer tragfähigen Beziehung.

w@o: Lässt sich so eine tragfähige Beziehung denn grundsätzlich auch über virtuelle Netzwerke aufbauen?

Barbara Liebermeister: In einem ersten Schritt auf jeden Fall. Recherchieren, wer könnte für mich interessant sein, ein freundliches Anschreiben, das zeigt, dass man sich mit dem Thema des Gegenübers vertraut gemacht hat, ist ein guter Weg für eine erste Kontaktabbahnung. Die Frage nach der Chemie spielt eine Rolle, mag man sich, kann man etwas miteinander anfangen? Beim Netzwerken geht es, ob in realer oder virtueller Umgebung, eben immer auch um Achtsamkeit und Sensibilität. Und, sehr wichtig: Handeln ist eine hilfreiche Ergänzung, etwas tun füreinander. Denn die oberste Regel des Netzwerks gilt nach wie vor, Networking besteht aus Geben und Nehmen. Wenn ich irgendwann etwas von meinem Netzwerkpartner erwarte, muss ich in Vorleistung gehen. Ein Netzwerk nur als Akquise-Quelle nutzen zu wollen, ist auch in den sozialen Medien ein No-go.

w@o: Und welche Rolle spielt das Netzwerken im realen Leben noch, persönliche Treffen und Veranstaltungen zum Beispiel?

Barbara Liebermeister: Persönliche Begegnungen spielen nach wie vor eine wichtige Rolle. Doch wenn sie effektiv und nachhaltig sein sollen, dann geht es auch hier nicht ohne Planung und Einsatz. Ein sehr häufiger Fehler ist es, sich auf Netzwerk-Events oder Ver-

anstaltungen nicht genügend vorzubereiten. Ich muss wissen, wofür ein Netzwerk steht, welche Menschen ich dort treffe, und, ganz entscheidend, ich brauche Ziele. Das A&O ist also zu wissen, wo Sie hin wollen mit Ihrer jeweiligen Netzwerkaktivität. Ohne Zieldefinition bauen Sie kein intelligentes Netz auf. Und dazu gehört es zum Beispiel auch, eine Marke aus sich zu machen. Menschen brauchen

Schubladen, in die sie ihre Begegnungen einordnen können, so sind wir nun einmal. Mit der rasant zunehmenden Zahl an Kontakten wird das immer wichtiger. Wenn es mir nicht gelingt, bei Ihnen ein Bild von mir zu etablieren, an das Sie sich erinnern, dann ist der Kontakt eigentlich verloren. Zur Beruhigung: Selbstmarketing ist nicht zwingend laut, sondern intelligent und kontinuierlich, und eine Frage des persönlichen Stils. Welche Wordinge verwenden Sie, was sagen Sie, wofür stehen Sie: Wir senden von morgens bis abends Signale. Sie sollten sich bewusst sein, welche Signale das sind und welche Sie rüberbringen wollen, wenn Sie Netzwerkveranstaltungen besuchen.

w@o: Und worauf kommt es beim virtuellen Netzwerken besonders an?

Barbara Liebermeister: Erstens: Ihre Präsenz in den sozialen Medien ist Ihre digitale Visitenkarte. Was Sie bei LinkedIn, Twitter, Xing, Instagram oder sonstwo präsentieren beziehungsweise posten, ist der erste Eindruck, den sie digital machen. Heutzutage ‚stalken‘ wir den Menschen, mit dem wir Kontakt aufnehmen möchten, zunächst im Web: Was finde ich über den, wie präsentiert er oder sie sich. Wenn Ihr Profil nicht professionell ist, haben Sie die Chance eines ersten guten Eindrucks schon mal verpasst. Daher lohnt es sich, hier Zeit und Kreativität zu investieren. Zweitens: Die unglaubliche Menge an Kontaktmöglichkeiten über Social Media macht es notwendig, sich hier noch stringenter als Marke darzustellen. Ein kontinuierlicher Informationsfluss, ein charmanter, intelligenter Post in Ihrer unverwechselbaren Art – so etwas kann mit etwas Glück 5 000 Mal gesehen werden. Persönlichkeit lässt sich zwar nicht komplett digitalisieren. Doch eine digitale Präsenz kann sehr wohl persönlich überkommen, wenn es gelingt, die eigenen Fähigkeiten mit der eigenen Persönlichkeit zu kombinieren. Das ist meiner Meinung nach der Mehrwert von sozialen Netzwerken.



Barbara Liebermeister