

Beste Businessbeziehungen

Wie Sie geschäftliche Kontakte aktiv gestalten

Von Jörg Löhr

Beinahe täglich flattern sie in unseren virtuellen Briefkasten: Einladungen zu Events, Kontaktanfragen und Jobangebote via LinkedIn oder XING. Businessnetzwerke boomen, egal, ob online oder offline. Aus leidvoller Erfahrung aber wissen wir: Übereifrige Netzwerker können anderen furchtbar auf die Nerven gehen. Wie also macht man es richtig? Wie baut man erfolgreiche Geschäftskontakte auf? Wie pflegt man gute Businessbeziehungen?

Was bedeutet Beziehungsmanagement?

In der Betriebswirtschaftslehre versteht man unter dem Begriff „Beziehungsmanagement“ alle aufeinander abgestimmten Maßnahmen eines Unternehmens zur Anbahnung und Pflege von Kunden- und Geschäftsbeziehungen. Beziehungsmanagement bedeutet, bei Kontakten und Beziehungen möglichst wenig dem Zufall zu überlassen. Es geht also um aktive und systematische Gestaltung von Geschäftsbeziehungen.

Diese Art des Managements ist aber nicht nur für Unternehmen interessant, um mit Kunden, Lieferanten und Kooperationspartnern in guter Beziehung zu stehen, es ist für jeden für uns interessant! Was auch immer daraus erwächst: ein guter Rat, ein Jobangebot, ein spannender Kontakt zu einem potenziellen Firmenkunden, ein toller Geschäftsabschluss – gute Beziehungen sind nicht nur die Konsequenz von Erfolg, sondern auch seine Basis.

Umso erstaunlicher, dass sich in der Managementliteratur viele Ratgeber zum Thema Networking finden, aber nur wenige über systematisches Beziehungsmanagement. In seinem Buch „Hand drauf!“ erläutert Peer-Arne Böttcher, Geschäftsführer des Business Club Hamburg, die von ihm entwickelte „Beziehungspyramide“ aus zehn Bausteinen:

- 1.) Sie haben die Absicht, jemanden als Geschäftsfreund zu gewinnen.
- 2.) Sie informieren sich vor einer ersten Kontaktaufnahme über den potenziellen Geschäftsfreund.
- 3.) Sie wissen, wie Sie vorgehen wollen.
- 4.) Sie nehmen Kontakt auf.
- 5.) Sie machen einen ersten Schritt.
- 6.) Sie zeigen Selbstbewusstsein.
- 7.) Sie haben ein Ziel vor Augen.
- 8.) Sie folgen Ihrer Intuition.
- 9.) Sie verhandeln auf Augenhöhe.
- 10.) Sie geben gemeinsam Gas.

Was bringt Beziehungsmanagement?

Was haben Unternehmen im Sinn, die systematisches Beziehungsmanagement betreiben? Ganz klar: Sie wollen sich einen Wettbewerbsvorteil verschaffen, Kunden gewinnen, Geschäfte machen. Für Unternehmen ist Beziehungsmanagement eine messbare Investition in die Zukunft.

Folgen wir der Idee Peer-Arne Böttchers, dann sollten auch wir Zeit investieren und uns bereits im Vorfeld einer Kontaktaufnahme konkrete Gedanken über Chancen und Möglichkeiten einer möglichen Geschäftsbeziehung machen.

Dabei kann es nicht schaden, schon einmal vorab ein paar Informationen einzuholen. Es geht wohlgemerkt nicht darum, jemanden nach Geheimdienstmanier auszuspionieren. Für ein erstes Gespräch ist es jedoch oft hilfreich, ein paar Basisinformationen in Sachen Ausbildung und Werdegang, vielleicht sogar den Beziehungsstand des Gegenübers zu kennen. Bei eingefleischten Singles kommt Familien-Small-Talk nun mal nicht an. Und en passant einfließen zu lassen, dass man in der Unistadt XY studiert hat, ist nicht anzuraten, wenn der andere sein Studium abgebrochen hat und sich bis heute darüber ärgert.

Wie nehme ich Kontakt auf?

„Für den Aufbau oder die Vertiefung von Geschäftsbeziehungen sind bislang und auf absehbare Zeit digitale Medien völlig ungeeignet. Ich kann einen Menschen zwar aufgrund seines Profils in einem Netzwerk anschreiben, anstupsen, als Kontakt hinzufügen, ein Kennenlernen gibt es aber nur von Angesicht zu Angesicht“, schreibt Böttcher in seinem Buch.

Ich finde: Eine Kontaktanfrage über XING kann durchaus der erste Schritt sein. Besser aber ist selbstverständlich die Offline-Kontaktaufnahme. Eine Veranstaltung, bei der wir gezielt auf einen für uns interessanten Menschen zugehen, oder ein persönlicher Erstkontakt, den wir über unser Netzwerk ermöglicht haben ...

Wie gestalte ich erfolgreiches Beziehungsmanagement?

Offenheit und Interesse am anderen – das sind die Grundvoraussetzungen für erfolgreiches Beziehungsmanagement. Gute Kontakte, seien sie nun zielgerichtet oder zufällig entstanden, brauchen gute Pflege. Das bedeutet jedoch nicht, dass Sie den anderen von jetzt ab mit E-Mails und Anfragen bombardieren sollen.

Beziehungspflege bedeutet Geben und Nehmen. Und wenn Sie etwas wollen, dann sollten Sie dem anderen zuerst einmal ein Steinchen in den Garten geworfen haben. Das kann die aktuelle Studie sein, die Sie im Netz entdeckt haben und die für den anderen extrem interessant ist. Oder eine spannende Veranstaltung, zu dem Sie Ihren neuen Kontakt einladen. Wie gesagt, alles wohl dosiert und unaufdringlich. Ihr Ziel darf es nicht sein, Geschäftsbeziehungen auszunutzen, sondern gemeinsamen Erfolg zu ermöglichen.

Das Spannendste am Erfolg ist: Hat er sich erst einmal eingestellt, werden Sie sich vor Kontakten kaum mehr retten können. Auch dann aber sollten Sie clever agieren und sich nicht in zu vielen Projekten verzetteln.

Zum Weiterdenken:

- »» Wie viel Zeit investieren Sie in den Aufbau und die Pflege von Geschäftsbeziehungen und wie viel können Sie investieren?
- »» Wie systematisch gehen Sie dabei vor?
- »» Welche Menschen sind für Sie interessant, und was wissen Sie über diese Menschen?
- »» Wie können Sie Kontakt aufnehmen?
- »» Was haben Sie diesen Menschen zu bieten?