

# „Tippen statt Treffen – Zum Stellenwert persönlicher Beziehungsnetze in Zeiten digitaler Kommunikation“

## EINLEITUNG

---

Heute ist ganz oft die Rede von den sozialen Netzwerken oder den Social Media. Kein Tag, ohne dass uns diese Begriffe im Alltag nicht um die Ohren fliegen oder wir irgendwo darüber lesen. Wie immer sind es meist die jüngeren und junggebliebenen Mitglieder der Gesellschaft, die rascher bereit sind, Neuland zu betreten und Unbekanntes auszuprobieren. Facebook, Twitter, Instagram und Co. sind für sie keine spanischen Dörfer, sondern sie bewegen sich so selbstverständlich in diesen Medien wie die Fische im Wasser. Andere stehen dem Phänomen – häufig aus Unkenntnis oder Respekt – zunächst einmal grundsätzlich skeptisch gegenüber und wissen nicht recht, was sie von dem ganzen Zeugs halten sollen. Und dann gibt es natürlich immer auch die, denen alles Fremde oder Neue aus Prinzip suspekt ist und die vorgeben, das alles interessiere sie sowieso nicht. Was der Bauer nicht kennt, isst er nicht! Vielleicht ergeht es Ihnen aber auch eher wie mir und Sie gehören (noch) nicht der Generation der „digital natives“ an, sind aber grundsätzlich offen für neue Arten der Kommunikation und des sozialen Austauschs und möchten gerne mehr darüber wissen, was es mit diesen hippen Tools auf sich hat, oder vielleicht möchten Sie sogar selbst Blogger oder Influencerin werden?

Vielleicht – und auch ich habe mich das gelegentlich schon gefragt – sagen Sie sich aber auch: „Muss ich denn jeden neuen Quatsch mitmachen, um mein Geschäft oder mein Dienstleistungsangebot zeitgemäss zu präsentieren? Geht es nicht auch anders, so wie bisher?“

## KLASSISCHE NETZWERKE VS. SOCIAL MEDIA?

---

Ich persönlich habe – wenig erstaunlich – genau in dem Moment angefangen, mich bewusst für Beziehungsnetzwerke zu interessieren, als ich in die berufliche Selbständigkeit wechselte. Zuvor: an der Uni und als Praktikantin und Gerichtsschreiberin an verschiedenen Gerichten, war es einfach irgendwie selbstverständlich, sich in den sozialen Peergroups zu bewegen und zu interagieren. Wohl hatte ich einen groben Plan im Kopf, doch die Dinge flogen mir damals einfach so zu und ich reagierte mehr, als dass ich agierte. Als junge Einsteigerin in einem freien Dienstleistungsberuf mit einem Schreibtisch, Visitenkarten, einem Telefon und viel freier Zeit ausgerüstet, dämmerte mir dann aber rasch, dass ich mich schon aktiv um Mandate würde bemühen müssen, wollte ich auch Butter auf mein Brot bekommen. Anders als viele meiner männlichen Kollegen konnte ich dabei nicht auf Verbindungen aus dem Militär, der Zunft, der Pfadi oder dem Fussballverein bauen. Ich

begann mich also umzuschauen nach beruflichen Beziehungsnetzwerken für Frauen und landete so u.a. bei NEFU.

Damals – Mitte der 90er Jahre – waren die meisten von uns beziehungstechnisch noch „analog“ unterwegs, d.h. wir schrieben unsere Texte zwar längst nicht mehr auf der Schreibmaschine, sondern am Personal Computer, aber E-Mail und Internet waren im normalen geschäftlichen Alltag noch nicht sehr verbreitet. Die meisten Beziehungsnetzwerke funktionierten nach dem altbewährten Muster von Service-Clubs: also regelmässig stattfindende physische Treffen der Mitglieder meist kombiniert mit einem Mittag- oder Abendessen und einem mehr oder minder spannenden Referat eines Mitglieds oder Gasts. Niemand hatte damals einen Webauftritt; wir tauschten von der Druckerei auf edlen Karton gedruckte Visitenkarten aus oder legten Flyer mit unserem Angebot auf.

Und heute? Ich würde gerne ein kleines Experiment mit Ihnen machen und bitte Sie dafür, sich kurz zu erheben (natürlich nur diejenigen, die können und mögen). Ich werde Ihnen nun einige Fragen stellen:

- Wer von Ihnen **keinen** Computer bei sich zuhause oder im Büro stehen hat, möge sich bitte setzen
- Wer **keine** E-Mail-Adresse besitzt, darf Platz nehmen
- Wer für sich oder sein Geschäft **keinen** Webauftritt hat, bitte absitzen,
- Wer **kein** Profil in einem digitalen Businessnetzwerk wie beispielsweise LinkedIn oder XING hat oder wem diese Begriffe nichts sagen, möge sich setzen
- Wer **kein** Facebook Profil besitzt, darf sich ebenfalls setzen,
- Wer **kein** Instagram- oder Twitter Profil besitzt, bitte Platz nehmen
- Wer **keinen** eigenen You Tube Kanal betreibt, prenez place s.v.p.

So und wer jetzt noch steht, ist fraglos und definitiv im digitalen Zeitalter angekommen oder noch sehr jung!

Wie soeben demonstriert nutzen die allermeisten von uns heute ganz selbstverständlich die Möglichkeiten der digitalen Kommunikationskultur, natürlich in unterschiedlicher Ausprägung und Häufigkeit.

Ich persönlich finde es zum Beispiel toll, dass ich mich dank Facebook mit einer mir davor nicht bekannten Unternehmerin und Künstlerin aus Brooklyn austauschen kann. Obwohl wir uns physisch noch nie im Leben begegnet sind, unterhalten wir uns von Zeit zu Zeit über dies und das und ich erfahre, was die Menschen im Big Apple aktuell grad' umtreibt. Sollte

ich je wieder in die USA reisen – was wohl erst wieder in der Post Trump Ära der Fall sein wird – werde ich definitiv versuchen, Connie auch einmal im sog. „wahren Leben“ zu treffen - sofern sie überhaupt real existiert und ich nicht einem Roboter auf den Leim gekrochen bin.

Im 19. und 20. Jahrhundert war die Pflege von Brieffreundschaften ausserordentlich verbreitet, um nicht zu sagen „trendy“. Schriftstellerinnen, Politiker, Künstlerinnen, Wissenschaftler, auch das gehobene Bildungsbürgertum pflegte den regelmässigen brieflichen Austausch mit Menschen aus nah und fern. Was – ausser der Geschwindigkeit der Übermittlung – unterscheidet meine Korrespondenz mit Connie in Brooklyn via Facebook vom Briefverkehr im 19./20. Jahrhundert?

## TIME IS MONEY

---

Als selbständige Unternehmerinnen agieren wir heute in vielen Rollen gleichzeitig. Nebst unserem Business haben wir häufig einen Haushalt und eine Familie mit Kindern oder Angehörige zu betreuen, sind vielleicht noch in einem oder gar in mehreren Vereinen oder in der in der Nachbarschaftshilfe aktiv, machen in der Schulpflege mit oder sind in einem politischen Amt engagiert. Dann und wann möchten wir vielleicht noch das eine oder andere Hobby pflegen oder einfach mal NICHTS TUN!

Klassische physische Netzwerktreffen sind zeitintensiv. Wir alle kennen das. Ich muss nach einem anstrengenden Arbeitstag zu einem fremdbestimmten Zeitpunkt irgendwohin fahren und komme erst spät in der Nacht wieder nach Hause. Dort warten noch der Abwasch und die ungeöffnete Post von gestern. Manchmal interessiert mich auch das Thema oder die Referentin nur mässig oder ich sehe auf Anhieb keinen Bezug zu meinem Geschäftsfeld. Gerade für Jung- und Kleinst-Unternehmerinnen kann die Mitgliedschaft in Business-Clubs auch eine finanzielle Belastung bedeuten. Selbst wenn – wie bei NEFU – kein wiederkehrender Mitgliederbeitrag geschuldet ist, entstehen für jeden Anlass doch Kosten (Essen, Getränke, Fahrtkosten, Veranstaltungsbeitrag, etc.). Vielleicht muss ich einen Babysitter engagieren oder eine Nachbarin bitten, einen Abend lang auf die Kinder zu schauen, mit der Konsequenz, dass ich einen weiteren Abend verliere, wenn ich im Gegenzug auf ihre Kinder aufpassen sollte.

Dem allem steht womöglich ein eher mässiger oder ungewisser Nutzen gegenüber, weiss ich doch vorher nie, ob sich der ganze Aufwand am Ende für mich auch wie erhofft auszahlt. Vielleicht ist an diesem Abend niemand aus meiner Zielgruppe dabei oder nur solche, die mich schon kennen und die meine Pitches nicht mehr hören können. Oder vielleicht bin ich nicht so gut im Reden und generell in Gesellschaft eher schüchtern und getraue mich auch

nach dem 2. Glas Wein nicht, mit der erfahrenen Marketingfachfrau oder der kompetenten Steuerexpertin direkt ins Gespräch zu kommen.

Ganz im Gegensatz dazu ist die Kontaktpflege auf Social Media jederzeit und von jedem Ort auf der Welt zu verhältnismässig geringen Kosten möglich. Ich brauche nicht einmal einen Laptop, das Smartphone genügt! Ich muss dafür auch keinen ganzen Abend opfern, sondern kann die Zeit im öffentlichen Verkehrsmittel auf dem Heimweg nutzen oder die Mittagspause. Ich muss nicht top gestylt an einem Event auftauchen und mit Gott weiss wem höflich Smalltalk betreiben, sondern kann mitten in der Nacht im Pyjama mit der Berufskollegin aus Übersee „chatten“, wenn mir ein Problem den Schlaf raubt. Oder in einer LinkedIn oder Xing-Gruppe gezielt Schwarmwissen abfragen, wenn ich in einer bestimmten Sache allein nicht mehr weiterkomme.

Vielen Menschen fällt es leichter, eine Kontakthanfrage via Businessplattform zu versenden, als jemanden an einem Anlass direkt anzusprechen. Ausserdem können wir uns in den Social Media aussuchen, mit wem wir gerne näher in Kontakt treten würden, und so uns und unser Angebot gezielter an die Frau oder den Mann bringen.

Ein weiterer Vorteil der Online Kommunikation gerade im Businessbereich ist schliesslich auch deren Reichweite. Wir vernetzen uns heute völlig problemlos über Landes- und Sprachgrenzen hinweg. Statt mit Händen und Füssen kommunizieren wir halt notfalls mit Emojis!

Bedeutet dies nun, dass die traditionellen Formen von Netzwerkmarketing endgültig passé sind? Mitnichten! Das Zauberwort heisst – wie so oft: Sowohl als auch. Oder das eine tun und das andere nicht lassen! Die Pflege direkter zwischenmenschlicher Beziehungen wird niemals durch das Internet ersetzt werden! Wir brauchen den direkten unmittelbaren Kontakt mit unserem Gegenüber. Nur dort erleben uns unsere Partner authentisch mit Mimik und Gestik und unserem ganzen Wesen und eben auch „ungeschönt“. „Ein Bild sagt mehr als tausend Worte“ gilt paradoxerweise im Zeitalter von Photoshop nicht mehr!

Würden Sie morgen zusammen mit einer reinen Internetbekanntschaft auf eine lange Reise aufbrechen oder ihr Kind eine Woche allein dorthin in die Ferien schicken? Kein noch so aufwändiger und teurer Internetauftritt kann den Eindruck ersetzen, den ich bei meinen Klienten im direkten Eye to Eye Kontakt mache. Vertrauen entsteht nicht über Nacht im Internet-Chat, sondern wächst über gemeinsames Erleben und gemeinsame Erfahrungen. Und das braucht eben häufig seine Zeit. Dafür hält die Kundenbeziehung dann auch länger.

Aber nicht nur in der Beziehung zu potentiellen neuen Kunden und Kundinnen sind analoge – sprich: physische Treffen wichtig. Gerade Einfrau-Unternehmerinnen müssen Acht geben, dass sie nicht vereinsamen. In Kleinst- und Familienbetrieben ist man oft den grössten Teil der Zeit unter sich oder arbeitet für sich allein. Ein regelmässiger, unkomplizierter Austausch mit Kolleginnen wie er in grösseren Unternehmen ganz selbstverständlich im Alltag passiert, fehlt hier. Einfrau-Unternehmerinnen sollten sich dessen bewusst sein und ganz gezielt den Ausgleich suchen. Netzwerk-Treffen sind eine gute Gelegenheit, um mal für einige Stunden raus zu kommen und über den eigenen Tellerrand zu schauen. Zu erfahren, dass andere sich mit den gleichen oder ähnlichen Widrigkeiten plagen, kann eine grosse Entlastung sein. Hin und wieder etwas aus der Aussenperspektive gespiegelt zu bekommen, ist hilfreich und wertvoll.

### Und wie geht nun modernes Netzwerken?

---

Selbstvermarktung und der Austausch mit den richtigen Kontakten sind entscheidend – sei dies online oder offline! Häufig höre ich Einfrau-Unternehmerinnen klagen: „Jetzt war ich vor 14 Tagen an diesem Netzwerk-Treffen und habe mir so grosse Mühe gegeben und doch keinen einzigen neuen Kunden dazugewonnen!“ Ich sage dann jeweils: Netzwerken ist wie Zähneputzen – ein Leben lang und am besten 3x pro Tag!

Wenn Sie Produkte anbieten, müssen diese primär ein Kundenbedürfnis, also eine Nachfrage erfüllen und qualitativ sowie preislich überzeugen. Auch Art und Weise der Produktion sowie Nachhaltigkeit sind heute ein Thema.

Wenn Sie – wie ich – Dienstleisterin sind, verkaufen Sie im Grunde sich selbst. Gekonnte Selbstpräsentation ist Pflicht. Sei es bei einem klassischen Netzwerk-Treffen oder im Profil auf der Business-Plattform.

Ein verbreitetes Problem beim Netzwerken ist, dass viele Menschen eine natürliche Hemmung haben, sich selbst als Verkäufer zu sehen. Hier hilft es, sich vorzustellen, dass Sie nicht sich selbst verkaufen müssen (ich bin so gut, so großartig, so unentbehrlich – dabei fühle ich mich grad' so mickrig), sondern schlicht versuchen, im Gespräch beim Gegenüber Vertrauen oder einfach ein gutes Gefühl zu erwecken. Das kann in wenigen Minuten passieren, wenn eine positive Energie herrscht und die andere Person Lust bekommt, mehr über Sie zu erfahren oder wieder mit Ihnen zusammen zu kommen.

Auch sollten Sie sich beim Netzwerken immer bewusst sein, dass es einen wichtigen Unterschied gibt zwischen den Begriffen Kontakt und Beziehung. Eine Beziehung ist ein

Kontakt, der durch eine Vertrauensbasis ergänzt wird. Eine Visitenkarte zu haben oder nur online mit jemandem vernetzt zu sein, ist hingegen ein Kontakt. Es bringt letztlich nicht wirklich viel für Ihr Business, wenn Sie 5000 Freunde auf Facebook und 100'000 Follower auf Instagram haben (ausser Sie seien eine Influencerin), aber mit niemandem eine Beziehung pflegen.

Beziehungspflege ist wichtig und absolut unverzichtbar. Das berühmte Vitamin B ist fraglos ein Türöffner. Oft auch ein indirekter, indem Sie bzw. Ihr Angebot oder Ihre Dienstleistung von jemandem weiterempfohlen werden. Das ist die beste Werbung, die Ihnen passieren kann. Es reicht also nicht, nur zu Networking-Veranstaltungen zu gehen und sich dort gut zu präsentieren. Diese Form von Treffen ist sogar eher ineffizient. Erfolgsversprechender ist es, im Anschluss an ein Netzwerktreffen, die Beziehung mit einem oder zwei besonders vielversprechenden Kontakten zu vertiefen und zu pflegen, z.B. indem Sie einen gemeinsamen Lunch oder einen Feierabenddrink anregen. Oder einen interessanten Gesprächspunkt nochmals vertiefen, das kann dann durchaus auch online geschehen. Die Beziehungspflege selbst fällt Frauen gar nicht so besonders schwer. Jedoch haben erfahrungsgemäss viele von uns Mühe, eine Beziehung auch effektiv für Businesszwecke zu nützen. Männer haben da deutlich weniger Hemmungen und wir könnten uns hier ruhig noch eine Scheibe abschneiden.

Der wichtigste und meiner Meinung nach alles entscheidende Faktor beim Netzwerken ist Authentizität. Versuchen Sie bitte nie, etwas oder jemand anderes darzustellen, als Sie sind. Verstellen Sie sich nicht! Stehen Sie zu sich! Selbst zu Ihren Unsicherheiten und Zweifeln. Das heisst nicht, dass Sie diese besonders herauskehren müssen, aber unterliegen Sie auch nicht der Versuchung, sie zu verbergen oder zu überspielen. Es funktioniert nicht! Ihr Gegenüber spürt, wenn Sie nicht sich selber sind, und das schreckt ab und macht misstrauisch. Und Misstrauen ist zweifellos die schlechteste Grundlage für jede Beziehung.

Kommen wir zum Ende...

---

Ich bin kürzlich unterwegs im Auto am Radio zufällig auf die holländische Komponistin und Musikkünstlerin Sanne Heibrechts gestossen. Sie hat sich aus Überzeugung dem Do-it-yourself Prinzip verschrieben. Will heissen, sie macht nicht nur auf der Bühne alles selbst, sondern verzichtet bewusst auch auf eine Agentur. Sie will selbst entscheiden, wie sie sich beziehungsweise ihre Kunst vermarktet und nutzt dazu alle bekannten Social Media Kanäle. In besagtem Radio-Interview erklärt sie, dass sie die besten Kontakte zu Konzertveranstaltern bei informellen Gesprächen knüpfe, in denen ihre künstlerische Tätigkeit gar nicht so sehr im Vordergrund stünde, sondern eher zufällig zur Sprache

komme. Sie dränge auch nie Konzertveranstalter dazu, sie zu buchen oder drücke ihnen Flyer in die Hände, damit sie sich an sie erinnerten. Aus dem Interview mit Sanne Heibrechts ist mir ein Satz hängen geblieben, mit dem sie ihre Haltung beim Netzwerken umschreibt und den ich Ihnen zum Schluss mitgeben möchte:

“You don’t have to remember me, but you will remember me because I have red hair and a nice smile!”

Denise Kramer-Oswald, Rechtsanwältin und Mediatorin, Kramer & Kramer, Zürich