

Netzwerke als Erfolgsbasis für Unternehmensgründer

Der Erfolg von Unternehmern wird häufig hinterfragt. Warum sind manche Entrepreneure erfolgreich und andere nicht? Der Unterschied liegt häufig nicht im fachlichen Bereich, sondern ist vielmehr auf eine proaktive Grundeinstellung, die in konkreten Handlungen zum Ausdruck kommt, zurückzuführen. Das proaktive Handeln ist ein Meilenstein für den Aufbau eines dichten persönlichen Netzwerks. Unternehmer, die nach diesem Prinzip handeln, sind bereit in soziale Beziehungen zu investieren ohne eine direkte Gegenleistung zu verlangen. Folglich geht es beim Networking nicht darum möglichst schnell einen Auftrag zu erhalten, sondern primär um Beziehungsaufbau. Diese Bereitschaft drückt sich beispielsweise durch die Weitergabe von Informationen, Empfehlungen von Personen, Produkten oder Dienstleistungen aus. Durch diese Unterstützungsleistungen erwirbt sich der Unternehmer eine Reputation als verlässlicher und gewinnbringender Netzwerkpartner. Den mittel- bis langfristigen Nutzen, erfährt er in Form von reziproker Unterstützung aus dem Netzwerk. Diese muss nicht zwingend von Personen kommen, die er im Vorfeld proaktiv unterstützt hat, sondern kann ebenfalls von Dritten kommen, die indirekt davon profitiert haben. Das proaktive Handeln ist besonders zu Beginn einer unternehmerischen Tätigkeit von Bedeutung, da der Unternehmer zu diesem Zeitpunkt vorerst das Vertrauen und die Aufmerksamkeit seiner Zielgruppe gewinnen muss. Proaktives Handeln stellt in diesem Zusammenhang ein wirkungsvolles Instrument dar, da der Einsatz der klassischen Marketinginstrumente wie Direktmarketing oder Werbung in diesem frühen Stadium meist nicht finanzierbar ist. Außerdem eignen sich Direktmarketing oder Werbung lediglich zur Bekanntmachung von Produkten und Dienstleistungen des Unternehmens sowie zur Aufmerksamkeitsgewinnung. Ein Vertrauensaufbau ist jedoch durch den Einsatz dieser Instrumente nur eingeschränkt möglich. Vertrauen entsteht primär durch positive Erfahrungen der Zielgruppe mit dem Unternehmen – seinen Mitarbeitern und Erzeugnissen. Diese positive Erfahrung kann der Unternehmer seinem direkten Umfeld durch proaktives Handeln vermitteln und somit den Grundstein für seinen zukünftigen Erfolg im Markt legen.

Autoren: Ramona Terrail-Mignon, Matthias Steimel
Homeran Unternehmensberatung, Bonn
www.homeran.de

Zeichen: 2.075 ohne Leerzeichen