

Karriereleiter: Beziehungen und Eigenvermarktung bringen Menschen nach oben

Netzwerkexpertin Magda Bleckmann rät zu persönlichen Kontakten statt zu teuren Werbemaßnahmen

Es ist schon viel gesagt zum Thema Karrierenetzwerke. Führungskräfte wissen heute, dass die Qualität ihrer Kontakte entscheidend für das eigene Fortkommen ist. Immer mehr Menschen nutzen ergänzend XING, facebook und andere sogenannte Social Media als Informations- und Kontaktplattform. Aber weder das Wissen noch das Dabeisein reichen aus, um aus Kontakten stabile Beziehungen zu machen. Wer die Karriereleiter erklimmen will, braucht Ziele, Organisationsfähigkeit und Kommunikationstalent, weiß die ehemalige Spitzenpolitikerin Magda Bleckmann.

Soziale Netzwerke sind unsozial. „Soziale Netzwerke im Internet sind letztlich nichts weiter als sich selbst aktualisierende Adressbücher“, erklärt die Karrierenetzwerk-Expertin Magda Bleckmann aus Graz. Es entstünden lose und unverbindliche Kontakte, die eher zufällig funktionierten. Wichtiger sei aber, dass Netzwerke stabile Beziehungsgeflechte darstellten, auf die sich jedes Mitglied verlassen können muss, wenn es darauf ankomme. „Das ist wie bei einer Seilschaft“, so Bleckmann. Um dieses Ziel zu erreichen, müsse man bereit sein, Zeit, Vertrauen und eventuell auch Geld zu investieren.

Geben und Nehmen. „Netzwerke, Clubs und Seilschaften können nur diejenigen unterstützen, der etwas von sich preisgegeben hat und den man kennt“, erklärt Bleckmann. Das sei eine Frage des Vertrauens, das es zu gewinnen, aber auch langfristig aufzubauen gelte. Dabei wiederum helfe eine gelungene Selbstinszenierung. „Die anderen Netzwerkmitglieder sollen wissen, wer man ist, was man kann und welchen Nutzen sie wiederum daraus ziehen können. Geben und Nehmen seien die Zauberworte, die in einem ausgewogenen Verhältnis stehen müssten“, verdeutlicht die Profi-Netzwerkerin.

Die richtige Wahl treffen. Magda Bleckmann erklärt in ihrem Buch „Die geheimen Regeln der Seilschaften“ eindringlich, wie Netzwerke genutzt werden können. Sie funktionieren unter anderem als Karrieresprungbrett, als Informationsplattform oder als Sicherungsnetz. Was ein einzelner beitragen möchte und was er als eine Art Kontaktrendite herausziehen kann, hänge von zwei entscheidenden Fragen ab: Welche Ziele habe ich und wie finde ich dafür das passende soziale System. „Nicht immer ist



ein Business Club oder ein örtlicher Interessensverein die richtige Wahl“, so Bleckmann. Es müsse alles passen: der Mensch, das Netzwerk, die persönlichen und kollektiven Ziele und die entsprechende Atmosphäre. Nicht jeder sei überall willkommen und gut aufgehoben. Erfolgreiche Netzwerker wüssten, wer sie sind und wo sie hingehören. Authentizität sei wichtig.

Die richtige Dosis ist von Bedeutung. Die Kombination aus Planung, Selbstinszenierung, Präsenz im Netzwerk, Geben und Nehmen und Kommunikationsgeschick sei der entscheidende Erfolgsgarant. Wer die richtigen Mittel in der geeigneten Dosis einsetze, habe auch Erfolg – privat und auf der beruflichen Karriereleiter. Fleiß und Leistung, so Bleckmann abschließend, seien wichtig, aber der langfristig große Erfolg hänge viel stärker vom perfekten Netzwerken ab. Dann könne man sogar auf manchen teuren Werbeetat verzichten.

Hintergrund. Magistra Dr. Magda Bleckmann ist promovierte Betriebswirtin, ehemalige Spitzenpolitikerin sowie Expertin für exklusive Karrierenetzwerke und Kundenbeziehungsmanagement. Seit 2005 ist sie Inhaberin der Unternehmensberatung Bleckmann Coaching – Connecting – Consulting und gefragte Speakerin, Trainerin und Dozentin an verschiedenen Fachhochschulen. Sie lebt das, wovon sie spricht und bringt ihre Expertise in der German Speakers Association, verschiedenen Expert Groups der Wirtschaftskammer Österreich und anderen Managementzirkeln ein. Mit ihrem Wissen, Können und ihrer langen Erfahrung begleitet sie Führungskräfte auf dem Weg nach oben.