



Ernst Vettori unterhielt die „Fit for Business“-Besucher mit einem Exkurs durch die Skisprunggeschichte.

FOTOS: VN/HOFMEISTER

## Einzelkämpfer haben ausgedient

**MASCHINERIE.** Auch der Spitzensport kommt schon längst nicht mehr ohne Netzwerke aus. Einzelkämpfer sind Vergangenheit. Dass Skispringer ihre Sprungski noch selbst wechseln, wie es Ernst Vettori vor seinem Olympiasieg in Alberville getan hat, ist heute kaum mehr vorstellbar. „Alles ist hochprofessionell organisiert“, erzählte Vettori in seinem Impulsreferat. Was nicht weiter verwundert, hängt doch eine ganze Maschinerie an den Erfolgen der ÖSV-Adler. Denn die sportliche Leistung ist eng mit dem Zuschauerinteresse verknüpft, das wiederum für Medienpräsenz und damit verbunden Sponsoren sorgt. Alles zusammen ermöglicht erst Spitzensport.

### Umfassend organisiert

Laut Ernst Vettori gibt es im Springerzirkus kaum einen Tag, an dem nicht kommuniziert wird. Trainer, Sportler, Ausstatter, Vereine, Geldgeber, Medien, Tourismus: Das Netzwerk ist umfassend. Und das sei gut so. „Es macht flexibel und ermöglicht so schnelles bzw. vorausschauendes Handeln“, erläuterte der ehemalige Superspringer. Dass es mit der Antizipation ausgerechnet bei der Bindung, die den Schweizer Simon Ammann in Vancouver zum zweifachen Goldflieger machte, nicht klappte, bewertete Vettori als unglücklichen Umstand.

Da seien andere eben klüger gewesen, weil sie das Projekt weiterverfolgt hätten. Vielleicht plädierte der sympathische Marketingexperte aus Tirol aus diesem Grund dafür, sich stets die Offenheit auch für Dinge zu bewahren, von denen man meint, dass sie im Moment nichts bringen. Und er warnte davor, auf den realen Bezug zur Umwelt zu vergessen.

VN-MM

# Netzwerke mit Bedacht bauen

## Networking kann auch für kleinere Unternehmen zum großen Erfolgsfaktor werden.

**AM PULS.** Im Mannschaftsbus der österreichischen „Adler“, der als Blickfang vor dem Hotel „Martinspark“ in Dornbirn postiert war, lässt es sich vermutlich nicht nur komfortabel reisen, sondern ebenso gut netzwerken. Sowohl real wie virtuell. Beides braucht es, um auch unternehmerisch Erfolg zu haben. Das wurde bei einem Seminar der Volksbank-Initiative „Fit for Business“ deutlich. Wer das eine ohne das andere pflegt, vergibt viele Chancen. Allerdings wollen Netzwerke mit Bedacht aufgebaut werden.

Netzwerken ist erlernbar, waren sich die rund 70 Teilnehmer aus klein- und mit-

telständischen Betrieben einig. Und das bestätigte auch Unternehmensberaterin Dr. Magda Bleckmann. Wobei es zuerst vor allem darum geht, mit den Menschen ins Gespräch zu kommen. „Das bereitet vielen Probleme, erst recht, wenn es um höherrangige Personen geht“, berichtete Bleckmann. Da heiße es, über den eigenen Schatten springen und dann immer wieder auf sich aufmerksam machen. „Es muss jedoch ein gegenseitiger Nutzen da sein“, betonte die ehemalige Politikerin.

### Goldene Regeln

Zu den goldenen Regeln eines kompetenten persönlichen Netzwerks gehören laut Bleckmann „erst geben, dann nehmen“, Interesse am Gesprächspartner zeigen,

ständig aktiv sein, Kontakte pflegen, Spaß und vor allem Zeit und Geduld haben. Denn: „Netzwerke sind eine langfristige Strategie, weil sie Vertrauen erfordern“, sagte Magda Bleckmann.

Das vor allem vor dem Hintergrund, dass Online-Netzwerke in die Brüche gehen können, was Bettina Fattinger am Beispiel eines Glases mit vielen Perlen darin demonstrierte. Die großen Vorteile von Plattformen wie Facebook, Twitter, Xing oder Blogs sieht die Webexpertin der Volksbank vor allem im schnelleren Informationsfluss. „Die Meinung der großen Masse im Netz zählt oft mehr als das, was auf der eigenen Website steht“, machte sie den aufmerksamen Zuhörern klar. Auch die Verkaufszahlen lassen sich

„Die Meinung der großen Masse im Netz zählt meist mehr.“

BETTINA FATTINGER

bei zielgerichteten Auftritten steigern. Anbieter von speziellen Süßwaren beispielsweise tummeln sich gerne auf Netlog, einer Plattform, die speziell 12- bis 17-jährige User besuchen.

### Vorsicht angebracht

Laut Fattinger kann auf diese Weise aber auch die Produktentwicklung gesteuert werden. „Man befragt die Fische, was sie an der Angel wollen“, umschrieb sie blumig den Sinn der Sache.

Bei aller Euphorie über die grenzenlosen Möglichkeiten

des Internets mahnte Bettina Fattinger jedoch Vorsicht ein. Das Internet vergisst schließlich nicht. Deshalb sei schrittweises Vorgehen angezeigt. Zuhören, dann antworten und schließlich mitmachen, wenns passt: Diese Reihenfolge legt die Fachfrau künftigen Social-Networkern ans Herz.

### Selber nachforschen

Und sie sollten unbedingt nachforschen, was dort vielleicht schon über ihre Firma zu lesen steht. Videobeiträge, die schonungslos peinliche Unzulänglichkeiten bei hochgepreisten Produkten offenbaren, sind bekanntlich schon so manches Unternehmen sehr teuer zu stehen gekommen.

MARLIES MOHR  
marlies.mohr@vn.vorarl.at



Sibylle Stark (l.) und Sabrina Schütz.



Ein Wolfgang kommt selten allein: Wolfgang Dietrich (l.) mit Wolfgang Schertler.



Als interessierte Zuhörer dabei: Helmut Haberl (r.) und Günter Morscher.



Walter Gridling, Ulrike Feuerstein und Manfred Felder (v. r.) Ernst Vettori mit Bettina Fattinger (l. o.), Magda Bleckmann und Markus Dietrich (l.).



Timo Löw, Ernst Vettori und Alexander Frick (v. l.) besichtigten den „Adler“-Tourbus.



Jürgen Piffer (r.) und Gert Stadelmann informierten sich über Networking.



**FIT FOR BUSINESS – Erfolgsfaktor Networking**  
Netzwerke effektiv nutzen und mitgestalten.

**VOLKSBANK**  
VORARLBERG

