

Effektiver Netzwerken für den nächsten Job



Netzwerken ist für viele eher lästige Pflicht und zusätzliche Bürde neben all den anderen Verpflichtungen. Mancher Medienprofi fürchtet sich auch davor, sich anderen aufzudrängen und selbst anzupreisen. Doch über persönliche Branchenkontakte erfahren Sie am besten von interessanten Stellen, Projekten und Trends – und bringen sich ins Gespräch.

VON ATTILA ALBERT



Viele Journalisten haben lange die angenehme Erfahrung machen können, dass sie sich nie wirklich bewerben mussten. Ihre Jobs kamen durch vorhandene Kontakte in der Branche zustande, Beförderungen wurden ihnen angeboten, ebenso Aufträge und Projekte. Das kann lange funktionieren, doch einmal steht jeder vor der Situation, dass das zu wenig ist: Für den nächsten Schritt bräuchte es Selbstmarketing. Nicht wenige scheuen davor zurück. Sie wollen sich nicht aufdrängen und anpreisen, führen zudem Zeitknappheit an („Ich hab doch schon genug zu tun“).

Auch die Angst, von anderen bewertet oder gar kritisiert zu werden, schwingt mit. Doch wer sich beruflich weiterentwickeln will oder selbstständig arbeitet, muss sich, seine Kompetenzen und Leistungen vorstellen. So erfahren Sie von offenen Stellen, spannenden Projekten, bringen sich ins Gespräch.

Netzwerken ist also kein geselliger Zeitvertreib oder reiner Selbstzweck, sondern soll Ihnen helfen, einen konkreten Erfolg (z. B. neue Stelle) zu erreichen. Zielloser Mitteilungs- oder Geltungsdrang schadet professionell eher, etwa kontroverse Meinungsäußerungen oder emotionale Selbstentblößung („Das ist jetzt mein schwierigster Beitrag auf LinkedIn“). Sie können kurzzeitig zu hohen Reichweiten führen, schaden bald aber dem Ruf. Folgende Empfehlungen können Ihnen helfen, Ihr Netzwerk auf positive Weise auszubauen.



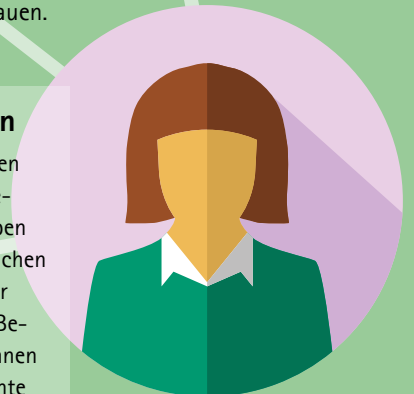
Netzwerken ist also kein geselliger Zeitvertreib oder reiner Selbstzweck, sondern soll Ihnen helfen, einen konkreten Erfolg (z. B. neue Stelle) zu erreichen. Zielloser Mitteilungs- oder Geltungsdrang schadet professionell eher, etwa kontroverse Meinungsäußerungen oder emotionale Selbstentblößung („Das ist jetzt mein schwierigster Beitrag auf LinkedIn“). Sie können kurzzeitig zu hohen Reichweiten führen, schaden bald aber dem Ruf. Folgende Empfehlungen können Ihnen helfen, Ihr Netzwerk auf positive Weise auszubauen.



Netzwerken im PresseClub München

Sich mit anderen Medienschaffenden austauschen und vernetzen – das ist das A und O beim PresseClub München. Regelmäßig veranstalten wir neben unseren Pressekonferenzen und Werkstattgesprächen auch abwechselnd ein PresseClub Afterwork oder PresseClub Café. In lockerer Atmosphäre haben Besucher Gelegenheit, andere Mitglieder näher kennen zu lernen, Kontakte zu knüpfen und auch Bekannte aus der Medienwelt mitzubringen, um ihnen den PresseClub vorzustellen.

Sie möchten über die nächsten Termine informiert werden und dabei sein? Schreiben Sie uns an vorstand@presseclub-muenchen.de



→ Legen Sie ein konkretes Ziel fest:

Damit Ihre Aktivitäten zielgerichtet, effektiv und erfolgversprechend sind, sollten Sie vorab festlegen, was Sie damit anstreben. Beispiel: Sie suchen eine neue Anstellung in einer bestimmten Stadt, vielleicht sogar bei einem konkreten Arbeitgeber. Daraus ergibt sich, wohn Sie sich wenden, wen Sie einmal treffen sollten.

→ Bemühen Sie sich um die richtigen Leute:

Möglicherweise kennen Sie hunderte Menschen, die gern mal mit ihnen einen Kaffee trinken gehen würden. Aber da Ihre Zeit knapp ist, sollten Sie gezielt auswählen: Wer kann Ihnen wirklich weiterhelfen, wem können Sie im Gegenzug etwas anbieten? So wird das Gespräch für beide nützlich.

→ Identifizieren Sie Lücken in Ihrem Netzwerk:

Üblicherweise kennt man die meisten Branchenkollegen vom aktuellen und früheren Arbeitgeber. Aber Ihre unerschlossenen Chancen sind möglicherweise ganz woanders. Legen Sie deshalb eine Tabelle an: Bei welchen Unternehmen und in welchen Städten kennen Sie jemanden, wo noch nicht?

→ Keine Angst, Unbekannte anzusprechen:

Auf LinkedIn, über die Google-Suche oder Branchenverzeichnisse wie die „Kressköpfe“ lassen sich Branchenkollegen leicht finden. Bei bisher Unbekannten ist ein Kompliment immer ein guter Einstieg: „Ich finde total spannend, was Sie machen“, „Ihr letzter Artikel war wieder hervorragend“.

→ Vereinbaren Sie möglichst persönliche Treffen:

Bei aller Digitalisierung – erst im direkten Gespräch kann man einander wirklich verstehen und eine engere Verbindung aufbauen. Treffen Sie sich daher möglichst direkt, ein Kaffee in der Mittagspause oder eine Verabredung bei einem Branchentreffen sind unkompliziert für beide Seiten.

→ Bereiten Sie vor, was Sie sagen wollen:

Damit Sie im entscheidenden Moment die richtigen Worte finden, sollten Sie vorab in einigen Sätzen notieren, was Sie sagen wollen. Wer sind Sie, was machen Sie, wo wollen Sie hin? So können Sie Ihre Gedanken ordnen und können nach einigen Wiederholungen den besten Wortlaut auswendig.

→ Hören Sie die Hälfte der Zeit zu:

Gerade, wenn Sie aufgeregter sind oder unbedingt etwas erreichen wollen, ist die Gefahr groß, dass Sie viel und schnell reden – eventuell komplett an Ihrem Gegenüber vorbei. Stellen Sie deshalb immer wieder offene Fragen, versuchen Sie, Ihren Gesprächspartner und was ihn beschäftigt zu verstehen.

→ Melden Sie sich nicht nur im Notfall:

Gute Netzwerke halten oft über Jahrzehnte, beruhen aber auf Geben und Nehmen. Melden Sie sich also nicht nur oder überhaupt das erste Mal, wenn Sie etwas brauchen (z. B. neuer Job nach Kündigung). Unterstützung, Treue und Loyalität kann auf Dauer nur erwarten, wer sie auch selbst gibt.

→ Kleine Gesten verbinden:

Gelegentliche Aufmerksamkeiten oder Geschenke mit symbolischem Wert verbinden auch im beruflichen Kontext. Eine Geburtstagskarte, die dem Empfänger entspricht, ein Buch oder auch weitergeleiteter interessanter Fachartikel zeigen Ihrem Gegenüber, dass Sie an ihn denken. So bleiben Sie selbst in Erinnerung.

→ Auf Branchenveranstaltungen aktiv sein:

Nutzen Sie Konferenzen, Diskussionen und Messen, um andere kennenzulernen. Seien Sie nicht schüchtern, gehen Sie auf andere zu. Eine offene Frage ist ein guter Einstieg: „Ein spannendes Event! Wie gefällt es Ihnen bisher?“ Schon sind Sie im Gespräch, können danach ihre Kontaktdaten austauschen.

→ Andere Medienstädte besuchen:

Meist sind Branchenkontakte über mehrere Städte verteilt, z. B. in München, Hamburg und Berlin. Besuchen Sie, wen Sie bisher nur über E-Mail oder soziale Medien kennen. Legen Sie vier bis sechs Termine auf einen Tag, dann lohnt der Aufwand. Die Reisespesen können Sie meist steuerlich absetzen.

→ Mindestens eine Online-Visitenkarte:

Zwingend ist heutzutage ein Profil in einem beruflich relevanten sozialen Netzwerk (z. B. LinkedIn). Ein aktueller Online-Lebenslauf mit Foto und beruflichen Stationen ermöglicht es anderen, leicht Kontakt aufzunehmen. Für Freie dazu: Eine eigene Webseite und ein PDF-Flyer mit der Angebotsübersicht.

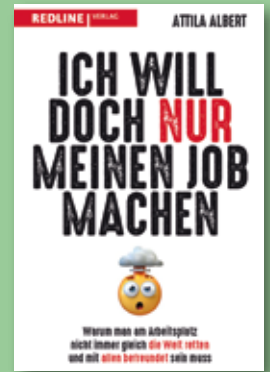
→ Aufwand für fortlaufende Formate bedenken:

Ein eigener Blog, Podcast oder Newsletter kann ein hervorragender Weg sein, die eigene Bekanntheit zu vergrößern. Bedenken Sie jedoch den Zeit- und Kostenaufwand, er hält sie zudem von anderen Aufgaben ab. Ein Ausweg: Von vornherein begrenzt anlegen (z. B. als zehnteilige Serie).

→ Fortlaufend im Kalender einplanen:

Netzwerken sollte als fortlaufende Aufgabe im Kalender eingeplant werden, sonst kommt beruflich und privat immer wieder etwas dazwischen. Empfehlung: Eine feste Zeit dafür reservieren, z. B. jeden Freitag nach der Mittagspause zwei bis vier bestehende und neue Kontakte anrufen bzw. anschreiben.

Das Selbstmarketing in der digitalen Welt sollte immer sehr bedacht erfolgen, für Angestellte schon aus Rücksicht auf ihren aktuellen Arbeitgeber. Plump Werbung, allzu private Details oder öffentliche Selbsterhöhung werden schnell als unecht und aufdringlich durchschaut. Bieten Sie stattdessen nützliche Informationen an, etwa einen Hinweis auf eine Branchenveranstaltung oder -personalie, ein neues Produkt oder einen Trend. Helfen Sie anderen, dann wird man gern auch Ihnen helfen. ■



Buchtipps: „Ich will doch nur meinen Job machen“ (224 S., 15 Euro) von Attila Albert, erschienen bei Redline.



Attila Albert (geb. 1972) ist Karriere-Coach für Medienprofis und wöchentlicher Kolumnist beim Branchendienst Kress. Er hat Betriebswirtschaft und Webentwicklung studiert, eine Coaching-Ausbildung in den USA absolviert und selbst mehr als 25 Jahre journalistisch gearbeitet, u.a. bei der Freien Presse, bei Axel Springer und Ringier.

www.media-dynamics.org