



Jolanta M. Schaefer

Heute
schon

KOOPERIERT?

LESEPROBE

Eine erfolgreiche Geschäftsfrau
gibt ihr Geheimnis preis

Inhalt

Mein Weg zur „Business-Kontaktbörse“	9
Der Netzwerk-Gedanke	15
Wenn das so einfach ist, warum macht das dann nicht jeder?	20
Wo und wie Geschäftskontakte geknüpft werden können	23
Vorgehensweise bei Kooperationsveranstaltungen	29
Auf Messen gezielt Kooperationen aufbauen	35
Kaltakquise am Telefon	39
Was man bei Kooperationsgesprächen beachten sollte	45

Wie präsentieren Sie sich und Ihr Unternehmen?	49
Das erste und zweite Treffen mit Kooperationspartnern	53
Die häufigsten Kooperationsmöglichkeiten	58
Wie finden Sie die richtigen Kooperationspartner?	65
Eine Kooperation sollte ein Win-win-Geschäft sein	71
Was bei einer Kooperation zu beachten ist	75
Beispiele für Kooperationen	79
Drei Eigenschaften, die zum Erfolg führen	90
Ein Wort zum Schluss	93

Buchbestellungen telefonisch 0049 30 / 668 680 -18

Es war einmal ein sehr hilfsbereiter Mann. Eines Tages traf er im Wald ein kleines altes Mütterchen, das am Wegrand saß. Neben ihr lag ein großer Korb mit Holz. Sie bat den Mann ihren Holzkorb zu sich nach Hause zu tragen. Der Mann nahm den Korb und so wanderten sie bis sie das Haus erreichten. Da sprach die Alte „Du warst mir eine große Hilfe und ich möchte mich dafür erkenntlich zeigen. Ich werde dir einen Wunsch erfüllen, denn ich bin eine gute Fee. Sage mir, was du dir wünschst.“ Etwas nachdenklich sprach der Mann: „Nun, wenn ich einen Wunsch äußern darf, so wünschte ich mir einmal bei Gott zu sein um den Himmel und die Hölle kennen zu lernen.“ „Gut, gehe nach Hause, lege dich schlafen und der Wunsch wird dir erfüllt.“ Sprach die Alte, schnippte mit dem Finger und war verschwunden. Der Mann ging nach Hause und legte sich zu Bett. Plötzlich aber stand er an einer großen Pforte. Noch ehe er klingeln oder sich bemerkbar machen konnte öffnete sie sich. „Bist du Gott?“, fragte der Mann. „Ja, und ich werde dir deinen Wunsch erfüllen, ein Engel wird dich zum Himmel und zur Hölle geleiten.“ Gott verschwand und ein kleines Engelchen erschien. „Komm, folge mir. Ich werde dir alles zeigen.“ Der Mann folgte dem Engel in ein großes Haus. Sie gingen einen Gang entlang und erreichten einen großen Raum. Es war ein Speisesaal. In der Mitte stand ein großer Topf mit einer köstlichen Suppe darin. Es roch ganz lecker und dem Mann lief das Wasser schon im Mund zusammen. Doch was sah er da? Um den Topf herum saßen viele Menschen, die von der Suppe essen wollten und nicht heran-

kamen. Denn jeder hatte einen meterlangen Löffel in der Hand. Es gelang ihnen daher nicht diesen zum Mund zu führen. Die Menschen sahen alle sehr unglücklich aus, hatten Tränen in den Augen und waren abgemagert. Der Engel sagte zu dem Mann, der sehr nachdenklich geworden war: „Schau dir das an, das ist die Hölle.“ Nun gingen sie weiter und kamen zu einem anderen Raum. Auch dies war ein großer Speisesaal. Und wie schon in der Hölle befand sich erneut in der Mitte des Raumes ein Topf mit einer dampfenden, köstlich riechenden Suppe. Wiederum saßen viele Menschen um den Topf herum und auch sie hatten meterlange Löffel in der Hand. Doch sie sahen alle glücklich und zufrieden aus, lachten und scherzten und waren wohlgenährt. Der Mann staunte. Doch dann sah er, dass sich die Menschen mit den riesigen Löffeln gegenseitig fütterten. Das war die Lösung um von der Suppe zu essen. Nun wusste der Mann auch wo er sich befand. Da fragte der Engel: „Na, weißt du, wo du jetzt bist?“ „Ja“, sagte der Mann, „jetzt bin ich im Himmel!“

Ein Märchen

Buchbestellungen telefonisch 0049 30 / 668 680 -18

Mein Weg zur „Business-Kontaktbörse“

Im Grunde ist es allein meiner Ungeduld zu verdanken, dass ich die Business-Kontaktbörse ins Leben gerufen habe. Denn nach der Geburt meines Kindes und einer Babypause wollte ich deutlich schneller wieder ins Geschäft kommen, als es mir möglich schien.

Da ich von 1994 bis 1999 erfolgreich Seminare zum Thema „Mitarbeitergewinnung für Direktvertriebe“ angeboten, viele Stammkunden gewonnen und eine doch sehr zufrieden stellende Geschäftsentwicklung vorzuweisen hatte, wollte ich genau an diesem Punkt auch wieder ansetzen. Aber leider musste ich feststellen: Meine guten Referenzen reichten nicht aus. Ich war raus aus dem Seminargeschäft. So schön es war, eine Tochter zur Welt zu bringen und mich ein Jahr lang nur um sie zu kümmern – ich musste wieder ganz von vorn anfangen.

Wie konnte ich die gewünschten Geschäftskontakte möglichst unkompliziert und schnell aufbauen?

Erst schaltete ich Anzeigen, aber die erhoffte Wirkung blieb aus. Auch von der Mitbegründung des *Bundesverbandes der Frau im Freien Beruf und Management* in Berlin versprach ich mir einen sofortigen Erfolg. Aber auch dies ging mir nicht schnell genug; der Verband musste ja erst einmal wachsen. Dann besuchte ich alle Business-Veranstaltungen, die sich mir anboten. Ich war mir sicher, dass mein Geschäft über Empfehlungen durch andere wieder besser anlaufen würde.

Hier jedoch gelang es mir nicht, über die Smalltalk-Basis hinauszugelangen und mehr als zwei bis drei Kontakte pro Veranstaltung zu machen.

Ich versuchte mir das zu erklären und beobachtete, dass auf diesen Veranstaltungen meist einige Personen, die sich kannten, in Grüppchen zusammenstanden und es nicht einfach war zu entscheiden, wen ich jetzt gern ansprechen wollte. Und wenn ich dann endlich jemanden gefunden hatte, redete ich meistens gleich den ganzen Abend nur mit einer oder höchstens zwei Personen. Das war angenehm und bequem, aber nicht sehr effektiv. Wir haben Visitenkarten ausgetauscht und das war's.

Auf diese Weise kam ich also nicht so schnell weiter, wie ich wollte. So verfolgte ich kurzerhand die Idee, einfach selbst die Sache in die Hand zu nehmen und eine nach meinen Bedürfnissen ausgerichtete Business-Kontaktbörse zu veranstalten. Dazu entwickelte ich ein Gesprächskonzept, bei dem die Leute sofort miteinander ins Geschäft kommen und über bestimmte Kooperationsmöglichkeiten reden konnten. Durch meine Vorauswahl bei der Einladung waren nur Geschäftsleute aus verschiedenen Branchen da, außerdem bekam jeder die Möglichkeit, sich auf der Veranstaltung selbst zu präsentieren und alle halbe Stunde den Gesprächspartner zu wechseln. Dies ist eine ideale Voraussetzung um neue Kontakte zu erschließen.

Zunächst sollte die Kontaktbörse nur für Frauen sein. Denn ich dachte damals noch, dass insbesondere weibliche Teilnehmer nicht den Mut hätten, miteinander sofort über das eigene Geschäft zu reden. Ich suchte mir die Namen gezielt aus dem allgemeinen und den frauenspezifischen Branchenbüchern aus und rief an.

Kaltakquise ist meine Spezialität. Das kann ich gut. Ich brauchte ja auch nur zu erzählen, dass ich eine Business-Kontaktbörse veranstalten wolle, die von mir moderiert werden würde und bei der es darum ginge, sofort Geschäftskontakte zu knüpfen. Dabei würde ich darauf achten, dass Frauen aus verschiedenen Branchen aufeinander trafen. Und siehe da: Diese Möglichkeit sich zu vernetzen stieß bei den Frauen auf großes Interesse! Schon die erste Veranstaltung war gleich sehr erfolgreich. Es kamen 50 Frauen. Ich konnte gute Kontakte knüpfen und wurde sogar nach der nächsten Business-Kontaktbörse gefragt. Die Akquise und das Kennenlernen der Frauen hatten mir zudem so viel Spaß gemacht, dass ich Lust bekam, noch mehr Veranstaltungen dieser Art anzubieten.

Einen Monat später war es soweit. Diesmal lud ich auch Männer ein. Schließlich bestand der größte Teil meiner ehemaligen Kundschaft aus Teilnehmern, die meine Managementseminare besucht hatten. Ich stellte fest, dass meine Business-Kontaktbörse bei Männern ebenso gefragt war wie bei den Frauen. Denn auch ihnen fällt es offensichtlich nicht so leicht, schnell und unkompliziert Business-Kontakte zu knüpfen. Ebenso wie ich hatten auch Männer die Erfahrung gemacht, dass die Begegnungen über ein nettes Gespräch oft nicht hinausgingen. Sie waren neugierig darauf zu erfahren, wie man miteinander kooperieren bzw. eine Kooperation effektiv angehen kann.

Kontakte können ohne große Anstrengung zustande kommen. Wenn Sie die richtige Strategie verfolgen, machen sie keine Mühe und entstehen wie von selbst. Es muss nur die Bereitschaft dazu da sein, sich zu vernetzen und Kooperationen einzugehen.

Die zweite Business-Kontaktbörse sprach sich schnell herum und beruhte schon weitgehend auf Weiterempfehlung. Da sie so gut ankam, habe ich sie noch weiter professionalisiert und dann gleich bundesweit angeboten. Die Teilnehmer waren begeistert. Auch ich konnte gute Kontakte knüpfen und mein Geschäft voranbringen.

In dieser Zeit habe ich erst so richtig begriffen, wie wichtig Business-Kontakte für das Geschäft sind. Also organisierte und moderierte ich im ersten Jahr alle sechs Wochen eine, d. h. insgesamt acht, Kontaktbörsen.

Heute trete ich zwar immer noch als Kontaktbörsen-Moderatorin bei Verbänden, auf Business- und Existenzgründermessen auf und bin sehr gefragt. Es bleibt mir aber keine Zeit mehr, selbst welche zu veranstalten. Damit die Idee der Business-Kontaktbörse weiter erhalten bleibt, verkaufe ich sie als Lizenz. So können nun bundesweit Städtelizenzen für die Business-Kontaktbörse erworben werden.

Durch diese Veranstaltungen habe ich wichtige Erfahrungen gesammelt, die für jeden interessant sein können, der erfolgreich sein will. Aus diesem Grund habe ich mich entschlossen, ein Buch darüber zu schreiben, wie wichtig Kontakte für das Geschäftsleben sind. Nachdem Sie das Buch gelesen haben,

werden Sie ganz bewusst auf Business-Veranstaltungen gehen, um durch Kontakte Ihr eigenes Geschäft und das der anderen zu stabilisieren und zu erweitern.

In diesem Buch möchte ich Ihnen gern etwas darüber erzählen, wie Netzwerke funktionieren, wo Geschäftskontakte geknüpft werden können, wie Sie gezielt Kooperationen aufbauen, was bei einer Kooperation zu beachten ist und wie ein Kooperationsgespräch aussehen sollte. Zahlreiche Beispiele veranschaulichen in den einzelnen Kapiteln, welche Möglichkeiten der Kooperationen es gibt, was uns manchmal davon abhält, welche einzugehen, und dass wir lernen müssen, um die Ecke zu denken, damit wir anfangen, unsere Kontakte wirklich immer effektiv zu nutzen.

Buchbestellungen telefonisch 0049 30 / 668 680 -18

Der Netzwerk-Gedanke

In meinen Seminaren frage ich die Teilnehmer häufig, was für das berufliche Fortkommen am wichtigsten ist: die Leistung, das Image oder der Bekanntheitsgrad. Viele antworten spontan, dass es vor allem auf die Leistung ankomme. Umso erstaunter sind sie, wenn ich ihnen das Ergebnis einer Untersuchung des Computerkonzerns IBM vorstelle: Nur 10 Prozent der befragten Führungskräfte und Personalverantwortlichen sprachen sich für die Leistung als wirksamsten Faktor aus. Stattdessen wurde mit 60 Prozent vor allem der Bekanntheitsgrad für eine Unternehmenskarriere verantwortlich gemacht. Für das Image entschieden sich 30 Prozent.

Dieses Ergebnis zeigt auf, dass der Bekanntheitsgrad eine ganz entscheidende Rolle spielt, wenn wir weiterkommen wollen. Und darum sollten wir alles daran setzen, uns mehr Bekanntheit zu verschaffen. Es ist ganz leicht. Kontakte können ohne große Anstrengung zustande kommen. Wenn Sie die richtige Strategie verfolgen, machen sie keine Mühe und entstehen wie von selbst. Es muss nur die Bereitschaft dazu da sein, sich zu vernetzen und Kooperationen einzugehen.

Auf Empfehlung reagieren viele Kunden sehr positiv. Jeder Geschäftsmann weiß, dass ein Geschäft am einfachsten durch einen persönlichen Kontakt oder durch Empfehlung entsteht. Wer bessere und mehr Geschäfte machen will, muss alles tun, um sich bei so vielen Leuten wie möglich bekannt zu machen.

Aber was genau ist eine geschäftliche Kooperation?

Bei meinen Seminaren bemerke ich oft, dass die Teilnehmer mit diesem Wort nicht sehr viel verbinden. Sie wissen nicht einmal genau, was es bedeutet und wozu eine Kooperation gut sein soll. Machen Sie sich anhand einer einfachen Rechnung einmal klar, was eine Kooperation bewirken kann:

Jeder, der ein Geschäft führt, hat eine bestimmte Menge an Kontakten und Kunden. Wenn er für sich allein arbeitet, hat er vielleicht an die Hundert Kontakte. Sobald er sich jedoch mit jemand anderem zusammentut, kennen ihn möglicherweise gleich doppelt so viele potentielle Kunden. Und nun brauchen Sie nur noch zusammenzählen: Geschäftspartner A hat 100 Kontakte, B 70, C 200 und D 90 Kontakte. Jeder Partner für sich allein ist nur wenig bekannt. Aber wenn A, B, C und D eine Kooperation aufbauen, dann stehen 460 Kontakte zur Verfügung, die den jeweiligen Kooperationspartner weiterempfehlen können.

Der Sinn einer Kooperation kann z. B. sein, die gemeinsamen Kunden an einem Ort zu einem Ereignis zusammenzubringen. Zum größten Teil haben die Firmen, die sich vernetzen, die gleiche Zielgruppe. Sie unterscheiden sich aber in ihrem Angebot und ihrer Branche so sehr voneinander, dass sie sich bestenfalls ergänzen und sich so gegenseitig keine Kunden abwerben.

Um Ihnen das zu veranschaulichen, möchte ich Ihnen ein Beispiel nennen. Auf einer meiner Business-Kontaktbörsen waren einmal ein Friseur, ein Herrenschneider, ein Unternehmensberater und eine Farb- und Stilberaterin. Diese vier Ge-

schäftsleute organisierten gemeinsam eine Veranstaltung in einer Café-Bar, zu der jeder seine eigenen Kunden einladen durfte. Als Highlight stellte ein jeder von ihnen sich und seine Produkte bzw. Dienstleistungen auf einem kleinen Messestand vor.

Dies ist eine gute Möglichkeit sich bekannt zu machen. Alle Gäste bekommen die Gelegenheit, die Geschäfte der Partner kennen zu lernen, gleichzeitig werden sie durch Empfehlung auf sie aufmerksam gemacht. Die eingeladenen Kunden konnten auf diese Weise nicht nur einen netten Abend verbringen, sondern auch Gutscheine von dem Friseur, dem Herrenschneider und dem Unternehmensberater einsammeln. Und was die vier genannten Geschäftspartner betrifft: Sie haben mittlerweile eine GbR gegründet und bieten diese Art von Veranstaltungen nun professionell an.

Auf Empfehlung reagieren viele Kunden sehr positiv. Jeder Geschäftsmann weiß, dass ein Geschäft am einfachsten durch einen persönlichen Kontakt oder durch Empfehlung entsteht.

Wer bessere und mehr Geschäfte machen will, muss alles tun, um sich bei so vielen Leuten wie möglich bekannt zu machen. Und je mehr Leute einen kennen lernen können, z. B. auf Börsen, Business-Frühstücksveranstaltungen, bei Vereinen und Verbänden, desto bekannter wird man.

Denken Sie einmal darüber nach, wie viel Zeit SIE hierfür aufwenden.

Buchbestellungen telefonisch 0049 30 / 668 680 -18