

Neue Wege

Karim Allouche von SVAX spricht beim DMVÖ über das Networking im Netz.

Ende Oktober lud der DMVÖ ins Wiener Looshaus zu einer Diskussion über das Online-

Networking. Der Profi-Netzwerker Karim Allouche, Geschäftsführer des Social Business-Networks SVAX, erläuterte den anwesenden Dialogmarketing-Spezialisten, worauf es beim modernen Netzwerken ankommt: Die Globalisierung lässt nicht nur Unternehmen näher zusammenrücken, sondern verändert auch unsere Lebensgewohnheiten. Während es bis vor wenigen Jahrzehnten noch üblich war, ein Leben lang für ein und dasselbe Unternehmen zu arbeiten und Geschäftspartnern für immer die Treue zu halten, läutet die neue Flexibilität ein neues Zeitalter ein. „Der Mensch von heute führt ein selbstbestimmtes Leben, in dem er seine Kontakte und Partnerschaften regelmäßig prüft. Die Folge fürs Business: Netzwerken ist für Unternehmer, Selbständige und Manager notwendig wie nie zuvor. Die Qualität der Kontakte ist dabei der erfolgsbestimmende Faktor“, sagt DMVÖ-Vizepräsident Werner Schediwy.



V. li.: DMVÖ-Vizepräsident Werner Schediwy (Raiffeisenlandesbank Niederösterreich-Wien AG), Getrude Pleil (Winzerin Weingut Pleil), Karim Allouche (GF SVAX Social Business Network)

Nicht nur in puncto Flexibilität verändert sich unser Alltag – auch das Kommunikationsverhalten geht neue Wege. Während die Facebook-Generation in privaten Social Networks neue Kommunikationsformen und sogar eine neue Sprache entwickelt, suchen Geschäftsleute den Anschluss an die digitale Welt. Dabei gilt es, den Spagat zwischen virtueller Welt und persönlichem Kontakt zu schaffen. „Der Anspruch von Unternehmern an Business Networks ist ungleich höher als bei privaten Usern. Man will die Vorteile der schnellen Verknüpfungen im Internet nutzen und trotzdem nicht auf die persönliche Beratung verzichten“, meint Karim Allouche. In der Tat reicht es auf lange Sicht nicht aus, Businesskontakte nur virtuell zu pflegen und zu knüpfen: „Jedes Netzwerk zeichnet sich durch grundlegende Vertrauensbeziehungen aus – Vertrauen setzt eine persönliche Betreuung voraus“, erklärt Allouche.



Keine Angst vor Web 2.0

Web 2.0 wird oft missverstanden – es ist weder Hype, noch Geschäftsmodell, noch Technologie. Auch der vielfach strapazierte Begriff des user generated content greift zu kurz. Web 2.0 ist weit mehr. Es ist ein (wenn auch nicht ganz glücklich gewähltes) Wort, das beschreibt, dass wir einen guten Teil unserer Kommunikation und unseres Alltagsleben, sei es beruflich oder privat, ins Web verlagern.

Netzwerken über diverse Social nNetworks wie Xing oder LinkedIn, Partner suchen über Chatrooms und Online-Vermittlungen, Telefonieren via VoIP oder Skype, Foto- und Office-Anwendungen, alles passiert im Netz.

Diese Verlagerung ist eine weitreichende Veränderung und führt natürlich mitunter zu Unsicherheiten. Google löscht nichts! Man kann kaum steuern, was über einen im Netz zu finden ist. Einigen fehlt die Lust, sich mit dem Internet zu befassen, oder sogar die Möglichkeit.

Das führt zum nächsten Missverständnis: Web 2.0 als Sicherheitsrisiko! Schon melden sich die ersten Paranoiker zu Wort: „Ich werde doch nicht meine Telefonnummer im Web bekannt machen, da könnte mich ja wer anrufen.“ Es soll auch schon passiert sein, dass jemand einen Job nicht bekommen hat, da der Personalentscheider so manche (Alkohol-)Leiche aus der Vergangenheit mittels Google zu Tage beförderte.

Doch was ist die Alternative – sich ganz aus dem Web zurückziehen? Wie soll das gehen? Also doch lieber mit etwas Bedacht (mit-)gestalten, was im Web zu finden ist. (Man hängt sich ja auch nicht die Zeugnisse trunkenere Nächte ins Vorzimmer.)

Junge Leute, die ihre Jugend schon zum Teil im Netz verbringen, werden solche Probleme nicht mehr haben, da sich zwangsläufig ein sinnhafter Umgang mit den neuen Kommunikations-Möglichkeiten entwickeln wird. Durch die ungeheure Menge an Daten, die über Einzelne zur Verfügung stehen, wird der persönliche Kontakt wieder wichtiger werden, denn es wird kaum mehr möglich sein, die Information auszuwerten. Das Potenzial für staatliche Rasterfahndung im Web und die Auswertung unserer digitalen Footprints für kommerzielle oder gar kriminelle Ziele gibt es mit oder ohne unser Zutun. Also glaube ich, es ist besser, gemeinsam eine sinnvolle Nutzung der neuen Möglichkeiten voranzutreiben, als sich zu fürchten.

Mag. Michael Ghezso,
GF Confare IT- und Marketingberatung

SVAX nützt die Vorteile des Internets und kombiniert diese mit einer persönlichen Betreuung der einzelnen Mitglieder. Denn anders als bei anderen Netzwerken zählt bei SVAX nicht die Anzahl der Mitglieder, sondern die Qualität der Beziehungen. Prinzipiell kann jeder mitmachen, wobei die wichtigste Komponente die persönliche Betreuung ist. Für jeden Bewerber gibt es einen Beratungsscheck, denn selbstverständlich ist eine Mitgliedschaft bei SVAX nicht. Wie effektiv persönliche Kontakte sind, demonstrierte der DMVÖ im Anschluss bei einem Business-Speed-Dating, bei dem erste Gespräche mit den Unternehmen Extramarketing, Olympische Sport Bibliothek, SVAX und Vienna Communications Consulting geführt werden konnten.