Fachtag-Mentoring 2024 des *Frankfurter Netzwerks Mentoring*

Mentoring im Focus: Netzwerke aufbauen und nutzen

am 29.11.2024 im Crespo Haus der Crespo Foundation in Frankfurt am Main

Durch die Veranstaltung führten **Ute Chrysam**, Projektleiterin und Koordinatorin des *Frankfurter Netzwerks Mentoring*, beramí e.V., Frankfurt/Main, **Tabea Müller,** Projektkoordinatorin „Balu und Du“ School of Personal Development and Education (ScoPE) sowie **Chiara Schomburg**, wissenschaftliche Mitarbeiterin des Präventionsprojektes Balu und Du am Standort Frankfurt/Main.



Zunächst begrüßte **Cora Stein**, Bereichsleitung Bildung&Soziales, Crespo Foundation, Frankfurt/Main als Gastgeberin im Crespo Haus die ca. 60 Teilnehmenden des Fachtages.



Danach sprach **Veronika Katić**, Abteilungsleiterin, Amt für multikulturelle Angelegenheiten der Stadt Frankfurt/Main, das das Frankfurter Netzwerk Mentoring seit 2016 fördert, einige Grußworte.



Ute Chrysam stellte anschließend das *Frankfurter Netzwerk Mentoring* vor:

Es wurde im Sommer 2011 auf Initiative des Kinderbüros der Stadt Frankfurt/Main gegründet. Inzwischen sind 13 Organisationen mit insgesamt 17 Patenschafts- und Mentoring-Projekten daran beteiligt. 2023 wurden insgesamt 738 Tandems betreut.

Seit 2016 wird das Netzwerk vom Amt für multikulturelle Angelegenheiten der Stadt Frankfurt/Main gefördert und von beramí berufliche Integration e.V. koordiniert.

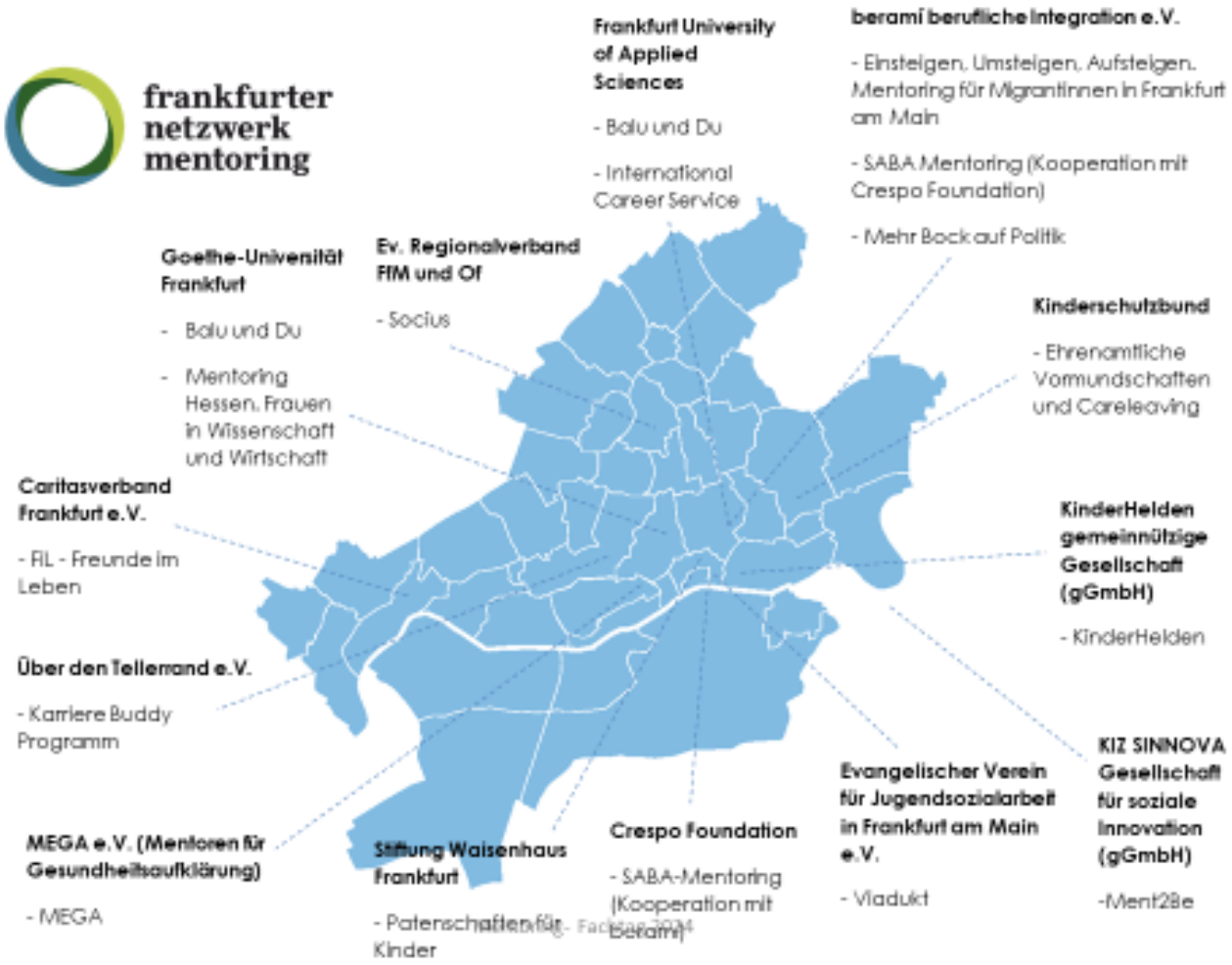
Im Netzwerk finden sich Projekte mit hauptamtlicher Projektleitung zusammen, die sich über ähnliche Rahmenbedingungen und gemeinsame Qualitätsstandards definieren. Hier finden die Teilnehmer*innen ein Forum für den kollegialen, fachlichen Austausch und zur Weiterbildung sowie Fallsupervisionen.

Die Projekte wirken im Bereich Bildung und gesellschaftliche Teilhabe und legen ihren Schwerpunkt auf die persönliche Entwicklung der Teilnehmenden. Sie sind überwiegend im sozialpädagogischen Bereich angesiedelt. Das Netzwerk ist offen für ähnliche Projekte.

Folgende Organisationen und Projekte sind aktuell im Netzwerk vertreten:

beramí berufliche Integration, Einsteigen, Umsteigen, Aufsteigen; Mehr Bock auf Politik, SABA Mentoring (Kooperationsprojekt mit Crespo Foundation)
Caritas Frankfurt e.V., FIL (Freunde im Leben)
Crespo Foundation und beramí e.V. , SABA Mentoring(Kooperationsprojekt mit beramí e.V.)
Ev. Regionalverband FfM und Of, Fachbereich I (Beratung, Bildung, Jugend), Socius
Evangelischer Verein für Jugendsozialarbeit in Frankfurt/Main e.V., Jugendberufshilfe an Beruflichen Schulen
Frankfurt University of Applied Sciences, Balu und Du; Career Mentoring für internationale Studierende, UAS international Career Service

Goethe-Universität Frankfurt: Balu und Du; Mentoring Hessen. Frauen in Wissenschaft und Wirtschaft
KinderHelden gemeinnützige Gesellschaft (gGmbH); KinderHelden
Kinderschutzbund: Careleaving
KIZ SINNOVA Gesellschaft für soziale Innovation gGmbH: Ment2Be
Über den Tellerrand Frankfurt e.V.: Karriere Buddy Programm
Waisenhaus Stiftung: Patenschaften für Kinder u. Jugendliche



Zur Einführung in das Thema: **Netzwerke** erfolgte eine Keynote: „Wie Netzwerke Barrieren überwinden“ von **Ivonne Schlesinger**, Senior Vice President HR People&Culture, Fraport AG, Frankfurt/Main:



„Netzwerke fördern Karrieren, weil sie Barrieren überwinden, Türen öffnen oder neue Perspektiven und Möglichkeiten bringen können. Daher sind die Stärkung und die Aufrechterhaltung von Netzwerken so wichtig.

Es gehört zu uns Menschen seit Kind an. Wir bauen fortlaufend Beziehungen auf: zur Familie, zu Freunden, in der Schule, beim Sport und im beruflichen Leben. Wir haben gelernt, Beziehungen sind uns nützlich. Denn wir haben schon früh gelernt, dass wir Dinge nicht alleine machen müssen – und auch nicht alleine machen können. Wir brauchen Unterstützende, Vorbilder, Menschen, die uns helfen, uns weiterzuentwickeln. Und es ist die Verantwortung der Menschen, zu unterstützen, Wissen weiterzugeben, Möglichkeiten der Entwicklung zu eröffnen. Denn alle bringen ihre individuellen Erfahrungen ein; unabhängig des Alters oder der Berufs- oder persönlichen Erfahrung.

Daher ist vor allem ein vielfältig aufgestelltes Netzwerk essentiell, denn Vielfalt bringt unterschiedliche Perspektiven sowie Erfahrungen und stärkt das Netzwerk

Beim Netzwerken geht es um den Aufbau der Verbindungen von Menschen, Ideen oder Möglichkeiten. Und es geht insbesondere um Ermutigung.

Menschen in einem Netzwerk stärken sich gegenseitig, denn sie haben immer zwei Rollen inne: Sie sind Mentor:in und Mentee. Deswegen sind Mentoringprogramme so beliebt und werden so oft angeboten, weil das Mentoring als Katalysator von Netzwerken und Förderung von Karrieren und persönlichen Entwicklungen dient.

Es gibt Studien, u.a. von Deloitte und PwC, die besagen, eine der wichtigsten Gründe, weshalb sich Menschen für Unternehmen entscheiden, Trainings-., Entwicklungs- und Karrieremöglichkeiten sind.

Sun Microsystems (2011) verglich die Karriereentwicklung von etwa 1.000 Mitarbeitern über einen Zeitraum von 5 Jahren und fand folgendes heraus:

· Sowohl die Mentoren als auch die Mentees erhielten mit etwa 20 % höherer Wahrscheinlichkeit eine Gehaltserhöhung als Mitarbeiter, die nicht am Mentoring-Programm teilgenommen hatten.

· 25 % der Mentees und 28 % der Mentoren erhielten eine Gehaltserhöhung - gegenüber nur

5 % der Manager, die keine Mentoren waren.

· Mitarbeiter, die von einem Mentor betreut wurden, wurden 5-mal häufiger befördert als Personen, die keinen Mentor hatten.

· Bei Mentoren war die Wahrscheinlichkeit, dass sie in eine höhere Position befördert wurden, 6-mal höher.

· Die Verbleibquote war sowohl bei den Mentees (+22 %) als auch bei den Mentoren (+20 %) höher als bei den Mitarbeitern, die nicht an einem Mentoring-Programm teilgenommen hatten.

Durch formales Mentoring steigt der Anteil der unterrepräsentierter Gruppen (einschließlich Frauen) in Führungspositionen um durchschnittlich 9 % bis 24 % (KPMG 2023).

McKinsey in einer Studie 2023, dass Unternehmen im obersten Quartil zu 39 % finanziell besser abschneiden als ihre Wettbewerber. Bereits 2015 wies Deloitte darauf hin, dass 83 % der Millennials sich in einem integrativen Arbeitsumfeld stärker engagieren. Mehrere andere Studien haben in der Vergangenheit gezeigt, dass Teams, die unterschiedliche Perspektiven und Erfahrungen einbeziehen, innovativer sind. Aus genau diesen Gründen lege ich bei Netzwerken, aber auch in meinen Teams, großen Wert auf Diversität.

Mein Fazit/Botschaften:

Netzwerke verbinden und überwinden Barrieren. Und fördern Karrieren.

Je vielfältiger das Netzwerk ist, umso stärker ist es gemeinsam.

Je vielfältiger das Netzwerk ist, umso mehr Perspektiven und Möglichkeiten werden sichtbar.

Je vielfältiger das Netzwerk ist, umso transformativer ist es.

Je vielfältiger es ist, desto mehr Karrieremöglichkeiten eröffnen sich."

Yvonne Schlesinger, Senior Vice President HR People&Culture, Fraport AG, Frankfurt/Main

Nach dieser interessanten Keynote erfolgte ein Podiumsgespräch zum Thema Netzwerken mit anschließender Frage-Diskussionsrunde, die von **Cora Stein** moderiert wurde. Die Teilnehmerinnen* waren:
Aicha Bah, Projektleiterin* jumpp, Mentorin* und ehemalige Mentee, Frankfurt/Main; **Anastasia Malikova,** Immigration Consultant, Fragomen Global LLP und ehemalige Mentee, Frankfurt/Main; **Lena Meyer,** Geschäftsführerin* Common Purpose, Hamburg; **Ute Volz,** geschäftsführender Vorstand Eleven e.V. und Vorstand Bundesverband für soziales Mentoring, München.



Die erste Frage richtet sich an Frau Volz: „Können Sie uns einen Einblick zur Gründung des Bundesverbandes für soziales Mentoring auf Metaebene geben?“

Frau Volz erklärt, dass bei einer Veranstaltung die Überlegung für ein Tool zum bundesweiten Austausch für Mentoring Programme aufkam. Daraus entstand die Idee der Gründung eines Bundesverbandes. Fünfzehn Akteure haben sich über zwei Jahre lang online getroffen, um diesen Plan umzusetzen. Zunächst benötigten sie eine Geschäftsstelle und hauptamtliche Mitarbeiter*innen.

2022 wurde der Bundesverband für soziales Mentoring schließlich gegründet. Der Vorstand arbeitet bis heute ehrenamtlich. Es gibt Angebote für regionale Netzwerke, kleine Mentoring-Programme und Mentoring-Förderprogramme. Es geht u.a. darum, alle zusammenzubringen, zu vernetzen und eine Verbindung für das soziale Mentoring zu schaffen. Der Aufnahmeprozess ist nicht komplex. Frau Volz ruft alle Mentoring Programme auf, die noch nicht im Bundesverband sind, sich bei ihr zu melden.

Anschließend wird Frau Malikova angesprochen. Sie erzählt, dass sie allein nach Deutschland kam, um zu studieren. Sie konnte die Sprache nicht und war auf sich alleine gestellt. Alleine seien die Herausforderungen in einem anderen Land schwer machbar gewesen. Sie brauchte Kollegen*innen oder Personen im privaten Bereich als Netzwerk, da man zusammen viel mehr schafft. Vor allem nach ihrem Branchenwechsel als Freiberufliche* in eine Festanstellung brauchte sie Unterstützung. In ihrem neuen Beruf hatte sie zunächst noch kein Netzwerk.

Daher hatte sie zwei Aufgaben: Zum einen die Einarbeitung in ihre beruflichen Tätigkeiten und zum anderen die Frage, wie die Branche funktioniert. Ihr ist das "big picture" wichtig. Sie möchte wissen, wie alles zusammenhängt. So ist sie besser informiert und kann bessere Entscheidungen treffen. Frau Malikova hat viel recherchiert, besucht Konferenzen und informiert sich viel.

Dann stellt Frau Stein die Frage nach ihren Strategien des Netzwerkens oder der Recherche. Frau Malikova meint, dass das nicht nur eine Strategie ist. Sie ist einfach sehr neugierig und möchte den Kontext, in dem sie arbeitet und sich bewegt, stets besser verstehen. Frau Malikova erzählt, dass sie nicht zufällig hier ist. Es ist wichtig die Verbindung mit Menschen zu halten, um das Netzwerk aufrechtzuerhalten.

Als nächstes wird Frau Bah-Diallo angesprochen. Ihr wird die Frage gestellt, ob ihr das Thema: „Umorientierung und Berufseinstieg" bekannt vorkommt.

Sie erzählt zunächst, dass sie viele Leute kennt, die Fragen und Probleme haben. Gleichzeitig kennt sie Personen, die die Lösung haben. So schafft sie Netzwerke.

Ihr ist Sympathie und Mut besonders wichtig. Sie geht auf Menschen zu. Wenn Personen ihr nett und sympathisch vorkommen und sie Potenzial sieht, spricht sie sie an. Sie selbst wollte vor einigen Jahren beruflich mehr und ging deshalb zur Beratung zu beramí zu Ute Chrysam. Das Mentoring-Projekt: *Einsteigen, Umsteigen, Aufsteigen*, an dem sie teilnahm, gab ihr Mut für mehr. Durch das Netzwerk des Mentoring-Projektes hat sie dann auch einen Job bekommen.

Das Netzwerk lässt sich bei Jobbewerbungen gut nutzen, z.B., wenn man dem Arbeitgeber sagt, wer einen auf die Stelle aufmerksam gemacht hat. Ihr ist es aber auch wichtig, dass sich die Personen, die sie bei der Jobsuche unterstützt hat, bei ihr melden, ob es geklappt hat oder nicht.

Es ist von großer Relevanz, sich um sein Netzwerk zu kümmern und dieses zu pflegen. Sie hat deshalb das System "klein picture" im Kopf. Sie sagt z.B. den Ratsuchenden bei ihrer Arbeit, wen sie bei berami anrufen sollen. So gibt sie ihre Kontakte weiter. Sie kann kein Geld geben, aber Lösungen finden.

Frau Stein fragt, ob sie Netzwerkerin* ist, um etwas für die Ziele anderer beizusteuern. Dies bejaht Frau Bah-Diallo. Es braucht Mut und neue Perspektiven.



Im Anschluss wird Frau Meyer angesprochen. Sie schafft auch Netzwerke, allerdings für Führungskräfte. Sie wird gefragt, wie sie das macht. Frau Meyer antwortet, dass alle Netzwerke in ihrem Kontext haben. Daraus können sich Querverbindungen ergeben. Die jeweiligen Gruppen eines Durchlaufes des Jahresprojektes von *Common Purpose*, bestehen aus ca. 30 Leuten aus unterschiedlichen Bereichen, wie bspw. der Politik.

Es kommt die Frage auf, wie die Leute das Projekt finden. Sie berichtet, dass die Mitarbeiter*innen von *Common Purpose* selbst viel Netzwerkarbeit machen. In Frankfurt gibt es das Projekt seit über 20 Jahren. Die Leute vor Ort werden proaktiv und berichten anderen vom Projekt.

Zudem gibt es ein großes Netzwerk an Alumni, die das Projekt bewerben. Die Preisgestaltung läuft durch ein Solidarprinzip. Es geht nur darum die Kosten zu decken. Sie wollen diverse Gruppen anzusprechen.

Als nächstes wird Frau Malikova erneut nach ihrer Strategie des Netzwerkens gefragt.



Sie erläutert, dass ihr erster Schritt war, auf Webseiten von Organisationen oder auf LinkedIn bei einer "interessanten Person" zu schauen: Was macht die Person? Wofür steht sie? Das geht sowohl deutschlandweit als auch europaweit. Auf einer europäischen Konferenz hat sie z.B. eine Person kennenglernt, die sie vorher nur von LinkedIn kannte. Nun korrespondieren beide per WhatsApp.

Auch andere Begegnungsmöglichkeiten sollten genutzt werden. Solche Chancen müssen ergriffen und gestaltet werden. Es braucht Mut, nicht nur in der Ecke zu stehen und zu warten, bis man angesprochen wird.

Frau Bah-Diallo wird gefragt, ob man bei ihr lernen kann, nicht nur „in der Ecke zu stehen" und zu warten.

Frau Bah-Diallo erzählt, dass sie sich zuerst umschaut. Wie divers ist der Raum? Warum ist sie die einzige Migrantin? Das irritiert die Leute oft. Sie geht auf die Leute zu. Sie muss abwägen zwischen dem schnellen Einsammeln von Visitenkarten oder längeren Gespräche.

Sie gibt selbst auch Workshops zu dem Thema: „Netzwerken". Es geht nicht nur um die Frage: „Was kann ich anderen geben?", sondern: „Was kann der Andere mir geben?"

Gegenseitiges Vertrauen ist wichtig. Nur mit diesem Ansatz kann man zusammenarbeiten und eine Lösung finden. Frau Meyer wird gefragt, ob das bei *Common Purpose* auch so ist. Wie kann da Vertrauen aufgebaut werden?

Frau Meyer antwortet, dass es im Rahmen des Projektes leichter ist. Es ist der „Zugfahreffekt". Man erzählt manchen Personen mehr, als die eigenen Eltern wissen. In der Gruppe ist man nicht in Konkurrenz zu einander und es gibt kein Abhängigkeitsverhältnis unter den Personen. So können vertrauensvolle Begegnungen gelingen. Eine Regel ist, dass Informationen nicht personalisiert außerhalb der Gruppe genutzt werden dürfen.

Es gibt scheinbar das unbewusste Bedürfnis der Menschen, gleich zu sein. Allerdings ist es beim Netzwerken hilfreich, nicht gleich zu sein. Man muss das Besondere, das einen ausmacht, nutzen.

Frau Volz wird angesprochen und gefragt, ob das bei der Art des Netzwerkens auf Metaebene anders ist.

Alle sind von einem Thema überzeugt und wollen ein spezifisches Thema voranbringen. Somit wollen alle das Gleiche, so Frau Volz. Das kann Momente der Stärke auslösen, es wird dadurch eine besondere Energie und Motivation erzeugt.

Sie appelliert: „Traut Euch, Sachen anzusprechen und Fragen zu stellen. Habt Mut, anderen Fragen zu stellen. So öffnen sich Türen und es lassen sich neue Möglichkeiten erschließen."



Frau Stein stellt die Frage: „Wie wählt man aus, auf welche Veranstaltung man geht?"

Frau Volz wählt Veranstaltungen aus, die der gleichen Wirkungslogik entsprechen. Sie fragt sich: „Passen die Inhalte der Veranstaltung zum Bundesverband?"

Frau Bah-Diallo schaut sich das Programm an. Wenn es interessant klingt, sagt sie ihrem Netzwerk Bescheid.

Frau Malikova sucht nach ihrem aktuellen Interesse die Veranstaltungen aus. Sie wählt nach Themen aus, die sie beruflich beschäftigen und Menschen, die sie kennenlernen möchte.

Frau Meyer fragt sich bei analogen Veranstaltungen, ob die Veranstaltungen zum Projekt passen. Bei digitalen Veranstaltungen ist das schwieriger.

Die Frage: „Was verfolgt man weiterhin?" wird gestellt, da sich manche Kontakte nie melden. Frau Bah-Diallo versucht alle, die wollen, im Netzwerk mitzunehmen. Sie hat eine große

WhatsApp Gruppe, in der sie alles Interessante weiterleitet. Vor allem Vertrauen und Sympathie sind ihr wichtig. Sie will Türen öffnen, Wege schaffen und das System verändern. Sie entscheidet bewusst, wo sie hingeht und wohin nicht. Sie will u.a. die Diversität fördern.

Es wird nach zielgerichteten Anrufen gefragt. Außerdem kommt die Frage auf, ob man netzwerkt, wenn man etwas Konkretes wissen will und, ob auch Netzwerken mit Hintergedanken dazu gehört.

Frau Meyer antwortet, dass Beides dazu gehört. Ist die Person mir sympathisch und gibt sie mir persönlich etwas oder brauche ich sie nur für mein Ziel und muss deshalb in Kontakt bleiben. Das macht zwar weniger Spaß, gehört aber dazu.



Frau Stein erzählt, dass Ute Chrysam ihr einen Trick verraten hat und zwar, mit Netzwerkpartner*innen Mittagessen zu gehen. Laut ihrer Aussage werden dann auch andere Themen besprochen.

Es wird die Frage gestellt, ob die Podiumsteilnehmer ähnliche Erfahrungen gemacht haben.

Frau Bah-Diallo antwortet, dass sie das ähnlich macht. Wenn die Person nett ist, trifft sie sich mit ihr in einem Café. Es ist persönlicher als im Büro. Wenn sie in Kontakt bleiben muss, reicht auch E-Mail Kontakt.

Frau Volz antwortet, dass sie auch Essen geht, aber nur mit Personen, die sie mag. Dabei kommt auch viel von der anderen Person zurück. Das kann sehr förderlich sein.

Frau Malikova erzählt, dass sie sich mal mit einer Person auf einen Kaffee getroffen hat, die sie auf LinkedIn kennenglernt hat, und nun hat sie ein Bild zur Person.

Es wird die Frage gestellt, wie das mit der Grenze zwischen persönlichem und professionellem Netzwerk ist und ob man das trennen muss.

Frau Meyer antwortet, dass das eine persönliche Sache ist. Sie trennt es. Allerdings ergeben sich auch private Beziehungen. Andere beflügelt es, privat und professionell zu verbinden. Das muss jede*r individuell entscheiden.

Das Publikum wird nun um Fragen und Anmerkungen gebeten. Eine Person aus dem Publikum erklärt, dass die Beziehungsebene im Networking eine große Rolle spielt. Sie wirft folgende Frage auf: „Wann ist etwas zu privat und wann zu sachlich?“. Weiterhin erklärt sie, dass es immer auch einen Mehrwert für das Unternehmen, die eigene Arbeit oder die Persönlichkeit braucht. Die Frage, wo die „Win-Win“-Situation gegeben ist, wird gestellt. Außerdem geht es um die Frage, wie persönlich man sich einbringt und was das Persönliche ist?

Frau Bah-Diallo antwortet daraufhin, dass es persönlich wird, wenn Barrieren überwunden werden müssen, wie bspw. einen Kitaplatz zu finden. Dann kann sich diese Person nur schwer auf den eigenen Beruf konzentrieren.

Das Ende bildet ein Fazit: Netzwerken tun wir die ganze Zeit und jeder tut es. Es geht um Beziehung und Relationship.

Den Schluss bildet ein Blitzlicht. Folgender Satz soll beendet werden:

„Ich netzwerke, weil …“

Frau Volz: „…es uns besser und schneller macht.“

Frau Bah-Diallo: „….Netzwerken Türen öffnen und Probleme lösen kann.“

Frau Malikova: „….es den Weg in Deutschland einfacher machen kann.“

Frau Meyer: „….ich Menschen treffe, die ich sonst nicht treffen würde.“

Protokoll: Marie Böckler, Studierende der Goethe-Universität, Frankfurt

Nach einer kurzen Pause teilten sich die Tagungsteilnehmer*innen auf 3 Workshops auf.



frankfurter netzwerk mentoring

1. Wie baut man Netzwerke auf? Erfolgreiches Netzwerken aus eigener Erfahrung“

Referentin: Anastasia Malikova ist Beraterin in Sachen Immigration, ehemalige Mentee und angehende Mentorin



Während des Workshops stellt Frau Malikova ihren eigenen beruflichen Weg vor und zeigt auf, welche Erkenntnisse sie währenddessen mit Bezug auf das Netzwerken erzielt habe.

Zu Beginn legt Frau Malikova dar, dass sie ursprünglich ohne Kenntnisse der deutschen Sprache aus Russland gekommen sei, um in Deutschland ihren Masterstudiengang abzuschließen. Zudem habe sie zu diesem Zeitpunkt keine Familie oder Freunde in Deutschland gehabt, was sie in Kombination vor große Herausforderungen gestellt habe.

Zuerst habe sie sich daher Deutsch als Fremdsprache angeeignet und bis 2021 freiberuflich als Sprachtrainerin gearbeitet.

Die Arbeit als Freiberufler*in biete in gewisser Hinsicht besondere Herausforderungen im Bereich des Netzwerkens. Um sich selbst ein Netzwerk aufzubauen, sei sie daher unter anderem mit einem Verein namens ELTAF in Kontakt getreten. Mit der Zeit habe sie für den Verein auch das Amt des Social Media Koordinators übernommen. Auf diese Weise habe sie zum ersten Mal ihr Motto „Netzwerke öffnen Türen“ weitergeben können.

Ein nächster Schritt zum bzw. im eigenen Netzwerk sei dann eine Kooperation zwischen der VHS MTK und einem Golfclub gewesen. So habe sie ihre eigenen Interessen verbinden und den Schülern ihrer Sprachkurse einzigartige Golfkurse mit englischen Muttersprachler*linnen als Lehrer*innen anbieten können.

Daraufhin habe für sie ihr wichtigster Branchenwechsel angestanden: Von der Zeit als Freiberuflerin* in ein Anstellungsverhältnis. Im Bereich der „Relocation“ sei eine der wesentlichen Herausforderungen gewesen, dass sie, um einen Einstieg in die Branche zu finden, mehr Informationen und Kontakte brauchte. Ihr bisheriges Netzwerk habe hier nicht mehr den

gleichen Nutzen gebracht, stattdessen habe sie sich ein neues Netzwerk im entsprechenden beruflichen Kontext geschaffen.

Im Weiteren stellt Frau Malikova daher vier Schritte dar, die ihr beim Netzwerken geholfen hätten:

1. Über Branche informieren: durch ein Verständnis für das „Big Picture" könne man einfacher wichtige Personen identifizieren und seinen eigenen Platz verstehen. Dafür bäten sich bspw. Podcasts und LinkedIn an. Ein wichtiger Faktor sei zudem eine neugierige Einstellung. Außerdem könne man durch diese Recherche schon Gemeinsamkeiten mit potenziellen Gesprächspartnern finden, um auf diese Weise leichter im Gespräch zueinanderzufinden.

2. Meinungsträger identifizieren: Meinungsträger seien Menschen, die schon lange im entsprechenden Beruf sind und die daher ein Gefühl für die aktuellen Themen, Schmerzpunkte und weitere Themen der Branche haben. Diese Informationen würden einem später helfen können einen besseren Einstieg in die Branche zu finden.

3. Multiplier Personen identifizieren: Multiplier seien jene Personen, die bereits ein großes eigenes Netzwerk haben, sie seien hilfreich, um selbst sein eigenes Netzwerk zu vergrößern, indem man Teil des Netzwerkes des Multipliers wird. Hierbei sei es wichtig, zuerst zu fragen: Besteht eine gewisse Sympathie zu der Person? Was kann ich der Person/ihrem Netzwerk bieten?

4. Veranstaltungen: bei all den verschiedenen Wegen der Recherche sei es letztlich wichtig, das LinkedIn-Netzwerk in ein echtes Netzwerk zu verwandeln, indem man echte Treffen folgen lasse.

Eine Zwischenfrage sorgt dafür, dass die Teilnehmer*innen sich der Frage zuwenden: Wie moderiert man sein LinkedIn Profil? Insbesondere bei einer hohen Anfragenquote, solle man die entsprechenden Optionen nutzen und nach Gemeinsamkeiten (wie Branche und Ort) mit den Anfragenden zu suchen und sich nicht davor fürchten, unpassende Anfragen einfach abzulehnen. Zudem solle das eigene Profil Inhalt besitzen, sodass es auch gefunden und genutzt werden kann. Ein Profilbild und eine gute Beschreibung der aktuellen und vergangenen Tätigkeiten mit entsprechenden Keywords seien dafür essenziell. Eigene Postings wiederum seien kein Muss und sollten im Zweifel strategisch mit Blick auf zukünftige Auswirkungen verfasst werden.

Es kommt auf, dass Treffen als sehr wirksam wahrgenommen wurden, die Teilnehmenden aber gerne Tipps dafür bekommen würden, wie man an solchen überhaupt teilnehmen könne oder dazu eingeladen werde. Es werden verschiedene Herangehensweisen gesammelt: passende Emailverteiler/Newsletter nutzen, Events auf LinkedIn durchschauen, aus dem eigenen Netzwerk eingeladen werden, Branchenverbände nutzen und zuletzt auch manchmal gezielt aus seinem Netzwerk heraus an typische Treffpunkte anderer zu gehen. Letzteres biete einem wiederum den Vorteil als „Exot" im entsprechenden Bereich Aufmerksamkeit zu bekommen und mit dieser auf eigene Anliegen hinweisen zu können.

Im weiteren Verlauf des Workshops kommt Frau Malikova noch auf verschiedene andere Punkte zu sprechen, die für die eigene Entwicklung beim Netzwerken für sie essenziell gewesen seien:

1. Eigene Einflussmöglichkeiten verstehen: Bsp.: Dem Arbeitgeber zeigen, welche Vorteile es für ihn haben kann, wenn man an einer Tagung teilnimmt und dadurch potenziell Unterstützung, wie bspw. freie Tage, von ihm zu bekommen.

2. Die Fachsprache der Branche meistern: um professionell zu wirken und schnell als Teil der Community akzeptiert zu werden.

3. Weiterbildung: im Allgemeinen zur Steigerung des eigenen Marktwertes und weil anerkannte Zertifikate teilweise als Eintrittskarte fungieren können.

4. Präsenz zeigen: man kann nur gefunden werden, wenn man sichtbar ist, dafür können jegliche Arten von Selbstdarstellung hilfreich sein. Bsp.: LinkedIn oder eigene Website.

Zusammenfassend spricht Frau Malikova davon, dass Neugier und Leidenschaft eine gute Basis für das Netzwerken seien. Unternehmerisches Denken wirke zudem umfassend unterstützend und wenn man mit dem Gedanken „Netzwerken ist keine Einbahnstraße“ an das Thema herangehe und zuerst schaue, was man selbst dem anderen geben kann, ergäben sich viel einfacher Win-win-Beziehungen.

Zuletzt wird auf eine Nachfrage hin festgehalten, dass auch klassische soziale Medien wie bspw. Instagram einen Platz beim Netzwerken haben können. So seien sie bspw. im kreativen Bereich gut zum Erreichen von Kunden.

Protokoll: Felix Wiedermann, Studierender der Goethe-Universität, Frankfurt

2.„Mehr als Netzwerken: Die Bedeutung von Relationship Management für nachhaltiges Wachstum“

Referentin: Astrid Kramer ist die Leiterin der Stabsstelle Hochschulförderung bei Frankfurt University of Applied Sciences aus Frankfurt am Main.



Der Workshop startet mit einer kurzen Vorstellungsrunde. Dabei soll jede*r die Frage beantworten, ob und wenn ja, wie das Netzwerken in der kurzen Pause zwischen Podiumsgespräch und Workshop war. Es wurde berichtet, dass Mut gemacht wurde zum Netzwerken und diese erste Chance dazu genutzt wurde. Andere wiederum hatten noch keine Zeit dazu. Anschließend stellt sich die Referentin vor und gibt einen kurzen Überblick über ihren Lebenslauf.

Die Referentin beginnt mit dem 4-Ohren-Modell von Schulz von Thun. Dabei sendet der Sender dem Empfänger eine Botschaft. Dadurch entsteht immer eine Beziehung zwischen beiden

Parteien. Die gesendete Nachricht übermittelt verschiedene Informationen. Es gibt die Sachebene, die sich mit der Frage: „Worüber informiert man?“ auseinandersetzt. Die Selbstkundgabe ist die Ebene, auf der die Person etwas von sich selbst preisgibt. Die Beziehungsebene beschreibt die Frage, was die Person emotional transportiert. Ist die Person beispielsweise offen mir gegenüber oder nicht? Die vierte Ebene ist die Appellebene, welche mit der Frage: „Was möchte die Person bewirken?“ beschrieben werden kann. Dabei ist es wichtig, sich selbst und sein Gegenüber zu reflektieren.

Die Frage, ob man Relationship lernen kann, wird von einer Teilnehmerin gestellt. Die Referentin bejaht die Frage. Vor allem durch Beobachtung anderer Menschen und deren Körperhaltung kann man Relationship lernen. Am wichtigsten ist es, authentisch zu bleiben und sich zu fragen, welcher Weg am besten zu einem passt. Für sie ist es bedeutsam, die verschiedenen Persönlichkeiten kennenzulernen. Dabei sollte man sich auf zufällige Begegnungen einlassen, da diese oft einen großen Mehrwert haben.

Im Anschluss geht es um das Eisbergmodell. Dabei wird ersichtlich, dass 20% Botschaft „über Wasser“ liegen. Dies bildet die Sachebene. 80% einer Botschaft liegen „unter Wasser“ und werden durch die Beziehungsebene deutlich. Dabei spielen Werte, Gefühle und Motive eine bedeutsame Rolle.

Die drei Dimensionen von Wachstum sind: beruflicher Erfolg, unternehmerischer Erfolg und persönliche Entwicklung.

Die Referentin wirft die Frage auf, ob die Teilnehmer*innen etwas ergänzen wollen. Nach einer Diskussionsphase wird sich auf einen vierten Punkt geeinigt: Auf das Wachstum von gesellschaftlicher und sozialer Solidarität.



Die Referentin definiert Relationship-Management als authentische, strategische Beziehungen mit gegenseitigem Nutzen. Die Voraussetzung dafür bilden Neugier und die Offenheit dem Anderen gegenüber. Durch Beziehungen können Türen zu Ressourcen (bspw. Menschen), Informationen (emotional, sachlich), Chancen und zur Selbsterkenntnis (persönliches Wachstum) geöffnet werden.

Im Anschluss wird der Aufbau nachhaltiger Beziehungsnetzwerke erläutert. Es ist eine strategische und langfristige Aufgabe, Beziehungen aufzubauen. Es geht um Kontinuität,

Touchpoints zu schaffen und beiden einen Mehrwert zu bringen. Das basiert auf Werten wie Authentizität, Vertrauen, Verlässlichkeit, Empathie, Fachkompetenz und Erfolgsversprechen.

Was ist einem persönlich wichtig? Diese Werte sollten im beruflichen Leben Einklang finden. So kann unsere Gesellschaft verbessert werden. So entsteht eine win-win-Situation auf beiden Seiten. Weiterhin werden Interaktion sowie gezielte Maßnahmen erforderlich.

Es folgt eine genaue Planung des Aufbaus von Kontakten. Zuerst sollte ein übergeordnetes Ziel definiert werden. Wer hat welches Ziel? Anschließend sollte die eigene Persönlichkeit gescreent werden. Wer sind Sie? Wofür stehen Sie? Was ist der USP (Unique Selling Point) Ihres Zieles?

Danach wird die Zielgruppe definiert. Für wen bin ich interessant? Mit welcher Strategie ist das erreichbar? Es ist wichtig, soziale Medien, wie beispielsweise LinkedIn zu nutzen. Dort teilt man durch Kommentare etwas über sich mit. Plattformen, Veranstaltungen oder Verbandstätigkeiten sollten genutzt werden. Die nächsten Schritte müssen reflektiert und definiert werden. Es ist wichtig, seinem Gegenüber aktiv zuzuhören, sodass Schnittmengen, Matchingpoints und win-win-Chancen gefunden werden.

Der letzte Schritt ist „Call to action“:

Vor allem im beruflichen Kontext gibt es meist nur eine Chance, einen Kontakt zu knüpfen. Der falsche Zeitpunkt oder Ort erhöht das Nichtgelingen von Networking. Allerdings kann man durch Herausforderungen wachsen. Dabei ist es wichtig, eigene Handlungen zu reflektieren und sich interkultureller Unterschiede bewusst zu werden.

Zum Ende des Workshops werden Handlungsempfehlungen vorgestellt:

Kunden-Feedback sowie Partner-Ideen sollten eingeholt werden, um neue Lösungen zu fördern. Gelungene und schwierige Interaktionen sollten als Lernchance gesehen werden.

Dabei geht es um die Reflexion, was gut lief und was nicht. Weiterhin sollten die Fragen: „Wen spreche ich wann, wie und mit welchen Botschaften an? Ist das zielführend?“ berücksichtigt werden.

Es ist sinnvoll, Erkenntnisse in einem Customer-Relationship-Management festzuhalten. Dabei reicht eine Exceltabelle. Eine individuelle und regelmäßige Pflege der Kontakte sollte stattfinden. Ehrliches Interesse an den Bedürfnissen des Gegenübers sollte gezeigt werden. Eine gute Balance zwischen Beruflichem und Privatem ist wichtig, da ein beruflicher Kontext niemals ausschließlich privat ist. Eine Investition in Beziehungen ist notwendig. Dabei ist die Vorgehensweise authentisch, strategisch und nachhaltig. Relationship-Management sowie die daraus entstehenden Beziehungen sollten bewusst eingesetzt und gestaltet werden.

Protokoll: Marie Böckler, Studierende der Goethe-Universität, Frankfurt

3. „Netzwerke in der Stadtgesellschaft bilden und stärken“

Lena Meyer, Geschäftsführerin Common Purpose, Hamburg



Der Workshop beginnt mit der Frage, wie viele der Teilnehmenden mehr als drei Personen im Raum gut kennen. Das sind nicht sehr viele, weshalb Lena Mayer betont, wie wichtig Workshops zum Netzwerken sind, um ins Gespräch zu kommen. Daran anschließend gibt es eine Vorstellungsrunde. Die Teilnehmenden sollen in maximal 90 Sekunden erzählen, welchen Beruf sie als Kind ergreifen wollten und was sie heute machen. Daraus ergibt sich eine sehr vielfältige und unterhaltsame Vorstellungsrunde, in der es möglich ist, interessante Informationen über die Personen und Lebensläufe zu erfahren.

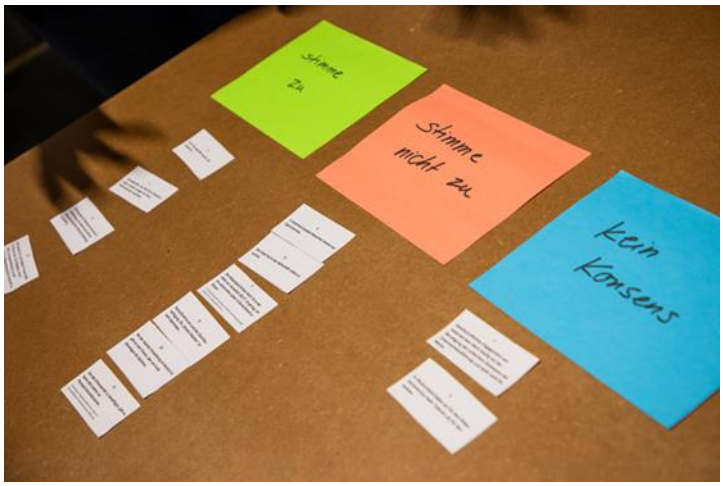
Als nächstes stellt Lena Mayer kurz die Mission von Common Purpose vor: Die Programme von Common Purpose sollen den gesellschaftlichen Zusammenhalt stärken, indem sie Perspektivwechsel forcieren und Vernetzung ermöglichen. Dabei bringen die Programme erstens Menschen aus der Stadtgesellschaft zusammen, die sich sonst nicht begegnen würden, und vermitteln zweitens Leadership-Kompetenzen.

Das Ziel von Networking, erklärt sie anschließend, sei ein möglichst großes Netzwerk der schwachen Verbindungen. Damit bezieht sie sich auf die Studien des Soziologen Granovetter zu „weak ties und strong ties“ in sozialen Netzwerken. So seien starke Verbindungen enger, benötigten aber auch viel Zeitaufwand zur Bildung und Aufrechterhaltung. Schwache Verbindungen dagegen seien zwar weniger eng, bräuchten dafür aber auch weniger Zeit. Da die Anzahl an starken Verbindungen, die man knüpfen kann, wegen des erforderlichen Aufwands begrenzt sei, seien Reichweite und Heterogenität der Beziehungen relevant. Die schwachen Verbindungen seien wie Brücken zwischen verschiedenen engeren Beziehungsnetzen. Trotzdem sei es auch wichtig, die schwachen Verbindungen möglichst stark zu machen. Dazu müsse man versuchen, in kurzer Zeit eine möglichst enge, warme und intensive Verbindung herzustellen.

Um zu zeigen, wie das aussehen kann, machen im Anschluss alle Teilnehmenden die Übung „Andere Meinungen, andere Sichtweisen“. Dazu teilen sie sich in vier Gruppen mit je vier Personen. Die Gruppen erhalten jeweils 12 Karten mit kontroversen Aussagen zu aktuellen politischen und gesellschaftlichen Themen. Die Gruppenmitglieder sollen sich darüber austauschen, ob sie ihnen zustimmen oder nicht. Entsprechend verteilen sie die Karten auf die drei Stapel: „stimme zu“, „stimme nicht zu“ und „kein Konsens“. Dann soll über die Karten, über die kein Konsens herrsche, diskutiert und versucht werden, doch zu einer Einigung zu kommen.

Die 12 Karten sind:

1. Gesellschaftliches Engagement von Unternehmen dient häufig nur der Beruhigung des schlechten Gewissens der Unternehmensführung und steht nicht für Werte.
2. In Wahrheit handeln Menschen immer aus Eigeninteresse.
3. Gute Führungskräfte machen sich entbehrlich.
4. Führungskräfte, die offen ihre Schwächen zeigen, werden weniger von ihren Mitarbeitenden respektiert.
5. In Deutschland haben wir für den linken Extremismus mehr Toleranz als für den rechten.
6. Der Staat hat in der Wirtschaft nichts zu suchen.
7. Das Bürgergeld (früher Hartz IV) in der Höhe von monatlich 502 € (*für Alleinstehende. Die Kosten für Miete und Heizung werden zusätzlich vom Staat übernommen), ist genug, um ein würdevolles Leben in Deutschland zu führen.
8. Deutschland ist ein Land der Gleichberechtigung. Die „Gender-Debatte“ ist stark übertrieben.
9. Wir brauchen ein Moratorium bei der KI-Entwicklung, um juristisch und ethisch eine gesellschaftlich hilfreiche Rahmung zu schaffen.
10. Bei der rasanten Entwicklung im Bereich KI gibt es viele Chancen, aber am Ende überwiegen die Gefahren.
11. Um den Klimawandel zu bewältigen, gibt es keine Alternative zur Postwachstumsökonomie (Anmerkung: Postwachstumsökonomie meint ein Wirtschaftssystem ohne Wachstumsorientierung).
12. 2035 werden 25 % der Wähler*innen über 67 Jahre alt sein. Das Wahlalter muss sinken, um junge Menschen an der politischen Mitgestaltung ihrer Zukunft zu beteiligen.



Die Stimmung während der Übung ist angenehm. Die Gruppen diskutieren über bestimmte Begriffe und Definitionen sowie über sich widersprechende Ansichten. Die Gespräche scheinen ernsthaft und konzentriert, aber auch freundlich, immer wieder ist Lachen zu hören. Während eine Gruppe in der Zeit fertig wird, werden die Diskussionen in anderen immer hitziger und kommen nicht zu einem Ende. Als die Zeit um ist und alle zurück ins Plenum kommen, ist aus einer Gruppe zu hören: „Wir kriegen uns jetzt gerade in die Haare“.

Im anschließenden Austausch wird deutlich, dass – obwohl alle Gruppen dieselben Aussagen hatten – die Erfahrungen, ob und wie einfach ein Konsens gefunden werden konnte, sich unterschieden. Einigkeit herrscht aber in der Ansicht, dass die Aussagen gut gewählt waren und dass eine Sprachanalyse und extreme Begriffe wie „nie“ oder „nichts“ die Konsensbildung erleichterten. Auch die Frage, ob durch die Diskussionen die Bindungen stärker wurden, wird von den Teilnehmenden bejaht: Auch, wenn kein Konsens gefunden werden konnte, gab es einen reflektierten Austausch mit bis dahin relativ unbekannten Menschen. Das wurde als positiv und spannend wahrgenommen, wobei besonders die wertschätzende Kommunikation als wichtig wahrgenommen wurde. Außerdem berichten die Teilnehmenden, dass es einen Unterschied machte, ob man das Gegenüber schon vorher gekannt hatte.

Daran schließt Lena Mayer zusammenfassend an, dass es nicht wichtig sei, Gleichgesinnte, die dieselbe Meinung haben, zu finden, sondern dass Diskussionen an sich schon die Bindungen stärken. Sie erklärt, dass die Diskussionen in heterogeneren Gruppenkonstellationen noch stärker seien, dass der Effekt aber gleich bleibe.

Zum Anschluss gibt sie den Teilnehmenden für den Weg zum Plenum eine letzte Übung in Anlehnung an den „Max Frisch Fragebogen“ mit: Zu zweit sollen sie sich über die Frage unterhalten, wen sie gerne als Tischgast beim Essen hätten, wenn sie sich für jede beliebige Person auf der Welt entscheiden könnten.

Protokoll: Pauline Teupke, Studierende der Goethe-Universität, Frankfurt

Nach einer kurzen Zusammenfassung der Ergebnisse aus den 3 Workshops und einer Verabschiedung klang der Fachtag mit vielen Gesprächen zum Netzwerken bei Häppchen und Getränken in angeregter Atmosphäre aus.



frankfurter
netzwerk
mentoring



Impressum

Koordination des Netzwerks und Herausgeberin
Ute Chrysam, Projektleiterin
beramí berufliche Integration e.V.
Nibelungenplatz 3
60318 Frankfurt am Main
chrysam@berami.de
www.berami.de

Redaktion:
Ute Chrysam, beramí e.V.

Fotos
Nina Werth

Druck
PDF-Download
Stand: Februar 2025