


Thorsten Hahn und der BANKINGCLUB : Zwei Kompetenzführer für Networking in der Finanzbranche!

	Name:	Thorsten Hahn
	Funktion/Bereich:	Geschäftsführer
	Organisation:	BANKINGCLUB

Liebe Leserinnen und liebe Leser,

im Rahmen unserer Competence Site möchten wir Ihnen kompetenzführende Experten und Organisationen aus Forschung und Praxis vorstellen, die dabei zugleich ihr Kompetenzgebiet beleuchten.

Dabei wollen wir in Zukunft auch führende Netzwerke und ihre Leiter vorstellen.

Das Internet weist eine Vielzahl von Netzwerken in allen Kompetenzfeldern auf, so existieren allein bei Xing 81 und bei LinkedIn 1.742 Gruppen zum Thema Banking! Hier fällt es nicht immer leicht, die relevanten Netzwerke zu identifizieren und so sollen Kompetenzführer-Interviews Klarheit über Relevanz schaffen.

Es freut uns, dass wir diese Reihe mit Thorsten Hahn beginnen können, der einer der Pioniere des Networking in Deutschland ist und mit dem BANKINGCLUB ein Netzwerk ins Leben gerufen hat, das nicht nur durch Größe überzeugt, sondern auch durch die Vielfalt der Aktivitäten und die Tatsache, dass aus dem Netzwerk ein erfolgreiches Unternehmen hervorgegangen ist.

In diesem Interview berichtet Thorsten Hahn u.a. über seinen Weg zum Networking, über Xing, den BANKINGCLUB und sein neues Buch.

Viel Spaß beim Lesen wünscht Ihnen

Ihr NetSkill-Team

Sehr geehrter Herr Hahn,

Frageblock 1: Kompetenzpfade Thorsten Hahn & BANKINGCLUB

Sie gelten heute als einer der Pioniere des gelebten Networking in Deutschland, selbst die großen Wirtschaftsmedien berichteten über Ihre 27.000 Xing-Kontakte. Dabei war auch für „Mr. Xing“ das Thema Web 2.0, OpenBC/Xing und internetbasiertes Networking sicherlich zunächst Neuland, das es zu erkunden galt.

Wie haben Sie das Thema Networking für sich entdeckt? Wann entstand daraus die Idee zum BANKINGCLUB? Was waren wichtige Meilensteine zum heutigen Erfolg? Wie gelang es, aus einem Netzwerk ein Unternehmen zu machen? Gab es auch Rückschläge bzw. mussten Sie auf dem Weg aus Fehlern lernen?

Antwort:



Von einem Pionier des gelebten Networking bin ich, so denke ich, Lichtjahre entfernt. In der heutigen Zeit der Internetcommunities, dem Verkauf der eigenen Seele an Second Life und dem tagtäglichen zur Schau stellen aller persönlichen und intimen Aktivitäten im Netz, ist den meisten Menschen echtes Networking im realen Leben ja kaum noch bekannt. Aber diese Netzwerker gab es bereits deutlich vor meiner Zeit. Und: Es gibt auch noch welche in der heutigen Zeit.

Bei diesen kritischen Worten sind wir auch gleich bei einer weiteren Frage. Die Kernidee, aus einer virtuellen Gruppe bei Xing ein Unternehmen zu gründen, bestand darin, der Zielgruppe der „Banker“ (Mitarbeiter bei Banken) über die Xing-Gruppe hinaus, welche formal im Grunde ein fachbezogenes Internetforum ist, ein reales Netzwerk zu bieten. Wir nennen den BANKINGCLUB ganz bewusst nicht Community, sondern Club und vergleichen unsere Aktivitäten lieber mit realen Wirtschaftsclubs, also einem Hamburger Business Club, dem Rotonda Business Club in Köln oder dem Chinaclub in Berlin, als dass wir den BANKINGCLUB als eine Art Facebook für Banker ansehen.



Übrigens, Rückschläge gab es in den letzten fünf Jahren mehr als einen und sie hier aufzuzählen würde Ihre Leser wahrscheinlich langweilen. Aber in der Tat mussten wir unser Geschäftsmodell mehr als einmal anpassen. Immer mehr haben wir unsere Kerndienstleistung auf das Angebot von realen Netzwerktreffen, Clubabenden oder wie wir sie nennen BANKINGLOUNGES ausgerichtet. Hinzugekommen sind erste Kongresse, aber auch Events, die eher den Freizeitbedarf bei unseren Mitgliedern ansprechen, wie zum Beispiel Golf.

Frageblock 2: Erfolgreiches persönliches Networking und 77 Irrtümer

Sie sind nachweislich ein erfolgreicher Networker, nicht nur was die Quantität, sondern auch die Qualität angeht, und beschreiben für potenzielle Networker in Ihrem aktuellen Buch die 77 Irrtümer des Networking.

Welche Kompetenzen zeichnen Sie aus, die Ihren persönlichen Networking-Erfolg möglich gemacht haben, und welche Bedeutung haben dabei insbesondere Attribute wie „bedingungslos“ und „großzügig“, die man Ihrem Networking zuordnet? Was sind die wichtigsten Irrtümer, die beim Networking zu beachten sind? Inwieweit hilft Ihr Buch durch diese Aufklärung beim eigenen Networking?

Antwort:



Natürlich bin ich ein Internetfreak, aber kein ausgewiesener Experte zu den Themen „Internet“, „Web 2.0“ oder Webseitengestaltung. Daher sehe ich mich gerne der „Old Economy“ näher, als der „New Economy“. Und genau dort liegt meines Erachtens der Erfolg des Netzwerkers. Soziale und kommunikative Kompetenz, dies sind zwei wichtige Eigenschaften, die man in der heutigen Zeit mitbringen sollte. Dies gilt übrigens auch für die Aktivitäten außerhalb des eigenen Netzwerkes. Aber beim Netzwerken sind es zwei unabdingbare Eigenschaften. Doch genau diese Eigenschaften vermisse ich oft bei jungen Gründern auf der Suche nach Kapital oder Kunden und Umsatz. Eine gute Geschäftsidee oder die Gabe HTML-Code zu programmieren reichen bei weitem nicht aus.

Übrigens, es ist nicht mein Networking, das bedingungslos und großzügig ist, sondern es sind die Networker – die echten Networker –, die diese Eigenschaften mitbringen, und die ich in den letzten Jahren immer wieder treffen durfte und so mein Bild und meine Definition vom Networker prägen konnte. Viele knüpfen die eigenen Netzwerkaktivitäten also eine Leistung, die ich für jemanden erbringe, oder einen Gefallen, den ich jemandem gewähre, direkt an eine Bedingung zur Gegenleistung. Oft sogar in eben dieser bilateralen Beziehung zwischen dem Gebenden und dem unmittelbar Nehmenden. Manchmal auch mit der Aussage, dass sich Geben und Nehmen im Leben auf beinahe sonderbare Weise ausgleicht.



So degradieren wir Networking jedoch auf eine Austauschsituation, die eher mit einer Kunden – Lieferantenbeziehung oder mit einer Kooperationsform zu tun hat. Networking aus der Sicht einer Person, die jemanden anderes etwas „gibt“ sollte nie an Bedingungen geknüpft sein. Weder offensichtlich, noch unterschwellig oder als heimliche Hoffnung. Echte Netzwerker tun dies auch nicht. Sie „geben“ gerne. Einfach weil sie jemandem einen Gefallen tun wollen. Aus dieser Sicht heraus ist meine Definition der Bedingungslosigkeit und Großzügigkeit entstanden.

Das wichtigste Feedback zu meinem neuen Buch ist die ein oder andere als negative Kritik formulierte Aussage, dass es keine bahnbrechende Revolutionen enthält. Das lag durchaus in der Absicht des Autors.

Was helfen all die nett daher kommenden Formeln, die uns das Führen, Zielvereinbarungen oder Vertriebsgespräche verbessern helfen wollen, wenn diese dann nicht angewendet werden. Es sind doch die einfachen Dinge, die wir bereit sind umzusetzen, nicht die komplizierten, die mit einer enormen Verhaltensveränderung einhergehen müssten.

Das Buch liefert viele kleine Tipps und Tricks im täglichen Networking-Alltag. Mal für den Umgang mit realen Kontakten in sogenannten OFFLINE-Netzwerken, mal wie man in ONLINE-Netzwerken, also in der Regel in Social Communities, erfolgreich sein kann.

Frageblock 3: Der BANKINGCLUB als erfolgreiches Networking-Umfeld

Auch ein erfolgreicher Networker muss nicht unbedingt ein erfolgreicher Network-Manager sein. Nicht alle Blüenträume reifen im neuen Web 2.0, vielfach fehlt Internet-Netzwerken die Lebendigkeit oder die tatsächliche Wertschöpfung im Netzwerk, und es droht die Gefahr, dass Netzwerke zu Adressdatenbank generieren oder auch Diskussionsgruppen zum Selbstzweck werden. Ihnen hingegen ist es gelungen, ein aktives Netzwerk zu realisieren.

Was kann ein Network für Networker leisten und was leistet der BANKINGCLUB heute schon für seine Mitglieder? Inwieweit differenziert sich dabei der BANKINGCLUB von 81 Xing- und 1.742 LinkedIn-Gruppen zum Banking?

Antwort:



Die Abgrenzung ist ganz einfach. Erfolgreiche Netzwerke brauchen aus meiner Sicht eine OFFLINE-Komponente, die ich gerne als Klebstoff einer Community bezeichne. Mitglieder werden in Netzwerken umso aktiver, je größer die Schnittfläche zwischen dem Online-Netzwerk und der Offline-Realität ist. Xing ist erfolgreich weil die Mitglieder an realen Treffen der Ambassadeure teilnehmen können. Diese realen Treffen erhöhen das Vertrauen in das Netzwerk. Zudem suchen die meisten Mitglieder bei Xing nach realen Kontakten, mit denen sie ins Geschäft kommen können. Und diese Geschäfte finden dann in der Regel in der realen Welt, außerhalb von HTML-Code und Buddy-Listen statt.

Genau dies war bei Gründung des BANKINGCLUB die nicht revolutionäre, aber zielführende Idee. Der Fokus lag vom ersten Tag an auf den realen Veranstaltungen. Banker live vernetzen, dies sollte und wollte der BANKINGCLUB ermöglichen. Und ja, natürlich gibt es da auch eine Internetseite, diese sollte aber nie eine neue Internet-Community werden, sondern den Mitgliedern die realen Treffen sichtbar machen, eine Anmeldung ermöglichen und die Organisation der Treffen abwickeln.



Frageblock 4: Pläne 2010

Das Jahr hat gerade erst begonnen. Daher noch die Frage:

Was planen Sie als Unternehmer und Networker für 2010? Welchen Ausblick wagen Sie für die Privatperson Thorsten Hahn für 2010 und darüber hinaus?

Antwort:



Wir planen im Jahr 2010 den Ausbau unserer Kongressaktivitäten, mindestens 40 BANKINGLOUNGES wollen organisiert werden und ein Golfturnier wartet endlich auf den Start.

Sie sehen auch hier liegt der Schwerpunkt auf unseren Offline-Aktivitäten. Dennoch werden wir auch unser Clubportal und den Newsbereich weiter ausbauen. Relaunch Nr. 2 steht vor der Tür.

Als Netzwerker werde ich weiter Leute miteinander in Kontakt bringen. Nicht mehr und nicht weniger.

Vielen Dank für das Interview!