

Mit Netzwerken zu höherem Umsatz

Off- und online haben Plattformen Hochkonjunktur, auf denen sich Firmen und Geschäftsführer miteinander vernetzen können.

Stefan Borkert

Es gibt Ärger auf dem Bau und juristischer Beistand ist gefragt. Ein Anruf bei Guido Hunke genügt und schon setzt er das Räderwerk seines Netzwerkes in Gang. Innerhalb von kaum zwei Stunden sind Kontakte hergestellt. «Das ist Netzwerken live», sagt Hunke. Er ist professioneller Netzwerker und hat unter anderem 2015 das Netzwerk Ostschweiz gegründet.

«Netzwerken ist für mich sowohl der Aufbau als auch die Pflege von Kontakten, mit dem Ziel, erfolgreich oder erfolgreicher zu werden», sagt er. Gemeint ist damit sowohl der geschäftliche wie auch der private Erfolg. In beiden Lebensbereichen lassen sich seiner Ansicht nach mit Netzwerken verschiedene Ziele erreichen: «Man kann neue Vertriebskontakte knüpfen, seinen Erfahrungshorizont erweitern, sich selbst oder sein Unternehmen bekannter machen und vieles mehr.»

Corona hat auf Netzwerke einen starken Einfluss. Vor allem Online-Netzwerke seien in den letzten neun Monaten, während der Coronazeit, sicherlich stark gewachsen. Und Hunke ist überzeugt, dass es auch so weiter geht: «Ein Beispiel ist hier sicherlich die Linked-in-Gruppe Netzwerk Ostschweiz. Diese habe ich Mitte Oktober gegrün-

det. Nach einem Monat hatte die Gruppe schon 300 Mitglieder.» Aktuell liege die Zahl inzwischen bei mehr als 800 Mitgliedern der Gruppe. Neben diesem Aspekt habe die Bedeutung von Kontakten und Beziehungen in der Coronazeit deutlich zugenommen. Hunke: «Gerade jetzt, wenn reale Treffen nur reduziert möglich sind, sind Mitgliedschaften in Netzwerken ideal, um Kontakte zu anderen Unternehmen, sowohl für den Erfahrungsaustausch als auch für vertriebliche Aspekte, erfolgreich zu nutzen.

Impulse für Unternehmer

Das quasi analoge Netzwerk Ostschweiz hat nach fünf Jahren Bestehen mittlerweile gut 40 Partner. Dazu gehören der FC St. Gallen und die Migros, die beide Präsentationspartner sind. Die «Thurgauer Zeitung» und das «St. Galler Tagblatt» sind die Medienpartner. Jährlich werden fünf Wirtschaftstalks veranstaltet. Zielgruppe sind Geschäftsführer und Führungskräfte von mittelständischen Unternehmen in der Ostschweiz. «Durch die Wirtschaftstalks wird Geschäftsführern und Führungskräften von Unternehmen aus der Ostschweiz die Möglichkeit geboten, sich unter dem Motto «Von den Grossen lernen» Tipps und



Guido Hunke (links) im Gespräch mit Christian Erhard von Ebay im Rorschacher Würth-Haus. Bild: PD

Anregungen für die tägliche Arbeitspraxis von bekannten Unternehmen zu holen», sagt Hunke. Die Themenfelder der Vorträge würden viele Bereiche abdecken wie etwa Personal, IT, Vertrieb, Marketing oder Gesundheit. Ausserdem bestehe an den Vortragsabenden die Möglichkeit zum Erfahrungsaustausch untereinander. In den letzten Jahren seien beispielsweise Referenten von der Rausch AG, dem FC SG, Ebay, der Migros, CH-Media oder Coca-Cola zu Gast beim Netzwerk gewesen.

HSG ermittelt Gründe

Hunke kommt noch einmal auf das Thema Online zu sprechen. Die Online-Businessplattform Linked-in biete eine hervorragende Möglichkeit, die eigenen Offline-Netzwerkaktivitäten durch Online-Aktivitäten zu ergänzen. Eine Studie der HSG habe verschiedene Gründe ermittelt, warum Unternehmen und Führungskräfte netzwerken. Ein Hauptgrund: «Beide wollen dadurch bekannt und bekannter werden.» Unternehmen würden Networking als «Employer-Branding-Massnahme» nutzen, um sich als Arbeitgeber zu profilieren. Ausserdem würden sie Kunden und Mitarbeiter an sich binden. Unternehmen und Arbeitnehmer nutzten den

persönlichen und fachlichen Erfahrungsaustausch, den das Netzwerken ermöglicht. Und schliesslich spiele das Verkaufsargument auch noch eine grosse Rolle: «Viele verknüpfen sich mit anderen, um ihre Umsätze zu steigern.»

Plattformen für Verbindungen

Für das geschäftliche Netzwerken sind für Hunke Xing und Linked-in perfekte Plattformen. «Xing ist in der Dach-Region aus Deutschland, Österreich und der Schweiz mit derzeit rund 18 Millionen Nutzern die grösste Plattform.» Er sei zum Beispiel bei Xing seit mehr als zehn Jahren aktiv und habe in dieser Zeit mehr als 13 000 Kontakte aufgebaut. Linked-in besitze im selben Verbreitungsgebiet aktuell rund 15 Millionen Mitglieder. «Hier bin ich erst seit einem Jahr aktiv und konnte bereits über 5000 Kontakte aufbauen. Meine Erfahrung mit beiden Netzwerken ist positiv.»

Und Hunke fährt fort: «Viele der neuen Kontakte haben mich bereits geschäftlich weitergebracht.» Spannend findet er, dass er über diese Plattformen Kontakt mit Menschen in Unternehmen aufnehmen kann, an die er offline wahrscheinlich gar nicht oder nur mit einem sehr grossen Aufwand herankommen würde.

«Wir glauben an den persönlichen Kontakt zu unseren Kunden»

Die Gossauer Pius Schäfler AG übernimmt das Papeteriegeschäft der Frauenfelder Witzig The Office Company.

«Wir glauben an den Detailhandel und das Geschäft mit den Privatkunden.» Das sagt Patrick Ammann, der die Pius Schäfler AG 2016 von seinem Schwiegervater übernommen hat – von Pius Schäfler, der die Firma 1965 gegründet hatte. Das Unternehmen mit Hauptsitz in Gossau führte damals fünf Papeterien in Gossau, Flawil, Appenzell, Amriswil und Weinfel-

den. Im November 2018 wurde bekannt, dass die Pius Schäfler der Lista Office die Markwalder & Co. AG abkauft, rückwirkend auf Anfang 2018.

Damit wuchs Pius Schäflers Papeterienetzwerk um Markwalders Hauptgeschäft in St. Gallen sowie um zwei Filialen in Romanshorn und Teufen. Die Filiale Romanshorn wurde 2019 geschlossen, was jedoch schon

vor der Transaktion geplant war. Nun vollzieht Patrick Ammann einen weiteren Expansions-schritt. Die Pius Schäfler AG übernimmt von der Frauenfelder Witzig The Office Company auf Anfang 2011 deren Papeterie- und Büromaterialgeschäft samt der beiden Filialen in Arbon und Frauenfeld.

Die Übernahme erfolgt mitten in der Coronapandemie, die



Patrick Ammann, Inhaber und Verwaltungsratspräsident der Pius Schäfler AG. Bild: PD

den Druck auf den Detailhandel weiter erhöht hat. Dies, weil der ohnehin stark wachsende Onlinehandel noch stärker zulegt und so stationäre Geschäfte immer härter konkurrenziert. Patrick Ammann sagt über den Zukauf: «Bei Investitionen überlegen wir heute mindestens einmal mehr.» Aber, so der Unternehmer weiter: «Wir glauben ungebrochen an den engen,

persönlichen und lokalen Kontakt zu unseren Kunden.»

Mit dem wachsenden Netz an Verkaufspunkten pflege Pius Schäfler genau das, wie Ammann weiter sagt: «So bleiben wir konkurrenzfähig.» Seit rund zwei Jahren unterhält Pius Schäfler aber auch selber einen Onlineshop für Endkonsumenten. Dieser sei eine «gute Ergänzung» zu den Papeterien. (T.G.)

ANZEIGE

1886

LABHART

CHRONOMETRIE & GOLDSCHMIEDE
Inhaber Romano Prader

*Damit Momente
bleiben.*
Domenico, zur Beförderung

Breitling
Navitimer

Neugasse 48 | 9000 Sankt Gallen
chronometrie.ch