

NETWORK-KARRIERE

20 JAHRE EUROPAS WIRTSCHAFTSZEITUNG FÜR DEN DIREKTVERTRIEB

Initiative 20 | *mach es einfach!*
Nebentätigkeit 26

OHNE NETZWERK
KEIN VERTRIEBSERFOLG

Martin Limbeck

Unternehmer - Trainer - Bestseller-Autor



Rolf Sorg
PM-International expandiert
in ganz Amerika und weiterem
Wachstum in Bolivien



Dr. med. Roland K. Mühleder
LONGEVITY ist Vertrauenssache
Einfach lang leben,
jung bleiben



Reiner Holznagel,
Präsident Bund der Steuerzahler
„Fangt an, ordentlich zu haushalten!“
Bund der Steuerzahler mahnt
Strukturreformen an



Jörg Körfer,
CEO LR Gruppe
Neues Zuhause für das
LR Autokonzept: Exklusives
Experience Center in Ahlen
als starkes Zeichen für
Partnerschaft und Zukunft





WER KEINEN KENNT, KANN KEINEN ANRUFEN!

Seit über 30 Jahren bin ich Unternehmer. Viele sagen über mich, dass mir Vertrieb im Blut liegt. Das Fachmagazin *managerSeminare* schrieb vor vielen Jahren mal über mich: „Limbeck verkauft. Er kann nicht anders. Es ist die Rolle seines Lebens.“ Abschlüsse holen, Chancen erkennen, Verhandlungen führen – das gehörte zu meinem Handwerk. Auch heute noch macht mir beim Thema Einwandbehandlung keiner so schnell was vor. Doch wenn ich auf meinen Weg zurückblicke, vom Junior-Verkäufer über den Vertriebstrainer hin

zum Bestsellerautor und Unternehmercoach, dann war es nicht allein die Fähigkeit zu verkaufen, die mich dorthin gebracht hat, wo ich heute stehe. Der entscheidende Faktor war mein Netzwerk, meine Menschenkenntnis und die Fähigkeit, mir daraus Chancen zu eröffnen.

Beziehungen zu Menschen sind im Business durch nichts zu ersetzen. Keine Präsentation, kein Marketingtool und keine noch so clevere Vertriebsstrategie kann das leisten, was ein starkes Netzwerk möglich

macht. Denn Geschäfte entstehen zwischen Menschen. Auch und gerade in einer zunehmend digitalisierten Welt. Denn Vertrauen entsteht zwischen Menschen, genauso wie Empfehlungen.

Ein gutes Netzwerk fußt auf Pflege und Verlässlichkeit

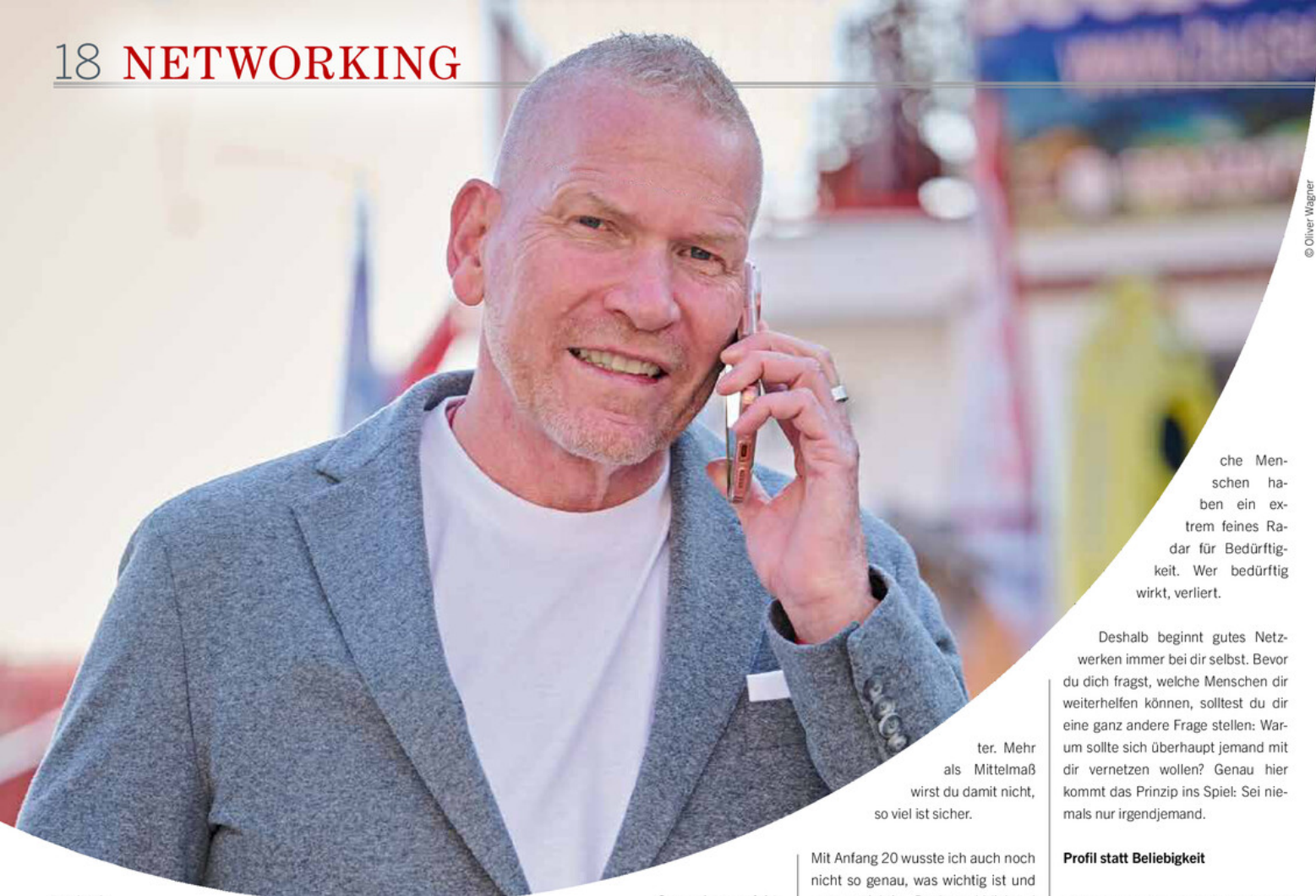
Ich habe sehr früh verstanden, dass Netzwerken kein Nebenbei-Thema ist. Kein gelegentliches Händeschütteln auf Veranstaltungen. Kein Sammeln von Visitenkarten. Netzwerken

ist eine strategische Disziplin – und eine, die über Erfolg oder Mittelmaß entscheidet. Über die Jahrzehnte habe ich mir ein Netzwerk aufgebaut, das weit über meine eigene Branche hinausgeht. Unternehmer, Entscheider, Experten, Macher. Menschen, die etwas bewegen. Menschen, die ihr Wort halten. Menschen, mit denen Austausch auf Augenhöhe möglich ist. Dieses Netzwerk ist nicht zufällig entstanden. Es ist gewachsen – durch echtes Interesse, durch Verbindlichkeit und durch die Bereitschaft, zuerst zu geben.

Denn ein Netzwerk funktioniert nicht nach dem Prinzip: „Was bringt mir das jetzt sofort?“. Wer so denkt, hat Networking nicht verstanden. Ein starkes Netzwerk entsteht aus Beziehungen, die über Jahre gepflegt werden. Es entsteht, wenn Menschen merken, dass Verlässlichkeit keine Floskel ist, sondern Haltung.

Ohne Netzwerk kein Vertriebs Erfolg

Besonders deutlich sehe ich das immer wieder bei selbstständigen Verkäufern im Direktvertrieb. Viele star-



che Menschen haben ein extrem feines Radar für Bedürftigkeit. Wer bedürftig wirkt, verliert.

Deshalb beginnt gutes Netzwerken immer bei dir selbst. Bevor du dich fragst, welche Menschen dir weiterhelfen können, solltest du dir eine ganz andere Frage stellen: Warum sollte sich überhaupt jemand mit dir vernetzen wollen? Genau hier kommt das Prinzip ins Spiel: Sei niemals nur irgendjemand.

ter. Mehr als Mittelmaß wirst du damit nicht, so viel ist sicher.

ten hochmotiviert, voller

Energie und mit großen Zielen. Am Anfang läuft es oft gut, weil Familie und Freunde da sind. Die ersten Gespräche entstehen im direkten Umfeld. Doch nach kurzer Zeit kommt der Punkt, an dem dieses Potenzial ausgeschöpft ist. Dann beginnt für viele das eigentliche Problem.

Plötzlich fehlt der Zugang zu neuen Kontakten. Die Pipeline wird dünn, Gespräche werden weniger und die Unsicherheit wächst. Genau an dieser Stelle zeigt sich, wie entscheidend Netzwerken wirklich ist. Wer nur auf den eigenen Bekanntenkreis setzt, hat kein Netzwerk aufgebaut – sondern lediglich sein Umfeld abgearbeitet.

Erfolg im Vertrieb hast du nur dann, wenn du in der Lage bist, ständig neue Türen zu öffnen. Neue Menschen kennenzulernen. Beziehungen aufzubauen

en, die über ein einzelnes Verkaufsgespräch hinausgehen. Genau hier trennt sich die Spreu vom Weizen. Ein funktionierendes Netzwerk sorgt dafür, dass Chancen entstehen, bevor sie überhaupt sichtbar werden. Empfehlungen kommen nicht zufällig. Einladungen zu spannenden Gesprächen entstehen nicht aus dem Nichts. Und hinter allem stehen Beziehungen, die über Zeit gewachsen sind.

Ich habe mein gesamtes Berufsleben in solche Beziehungen investiert. Nicht aus taktischen Gründen, sondern aus Überzeugung. Denn wer mit Menschen arbeitet, sollte eines nie vergessen: Am Ende entscheidet immer der Mensch – nicht die Strategie. Und genau deshalb bleibt Netzwerken für mich eine der wichtigsten unternehmerischen Fähigkeiten überhaupt.

Ganz oder gar nicht: Erfolg ist eine Entscheidung

Doch ein starkes Netzwerk entsteht nicht zufällig. Dahinter steckt immer eine Haltung. Eine klare Entscheidung, die Dinge nicht halbherzig anzugehen, sondern mit Konsequenz und Verbindlichkeit. Genau diese Einstellung unterscheidet am Ende diejenigen, die sich etwas aufbauen, von denen, die einfach nur reagieren.

Ich bin fest überzeugt davon, wenn du es im Leben zu etwas bringen willst, solltest du eines der wichtigsten Prinzipien überhaupt beachten: Entweder du machst was, dann machst du es richtig. Oder du machst es nicht – und dann machst du es gar nicht. Zugegeben, das klingt erstmal ein bisschen einfach. Doch ganz im Ernst: Die wenigsten Menschen beherrschen dieses Prinzip. Wenn ich mich so umschaue, lassen sich sehr viele einfach nur treiben. Die haben keinen Plan, wohin sie mit ihrem Leben wollen, sondern tun das, was ihnen vor die Füße fällt. Nehmen die Jobs, die sich ihnen anbieten. Die Kunden, die quasi schon um den Auftrag betteln. Und so wei-

Mit Anfang 20 wusste ich auch noch nicht so genau, was wichtig ist und was unwichtig. Doch rückblickend kann ich heute sagen, dass ich damals intuitiv schon einiges richtig gemacht habe. Ich habe mich beispielsweise von Menschen getrennt, die mir nicht gutgetan haben. Seien es Kollegen, die einen auf Freund gemacht haben, in Wirklichkeit jedoch nur auf die Gelegenheit gewartet haben, mich in die Pfanne zu hauen. Oder scheinbare Freunde, die mir bei jedem Treffen wieder aufs Brot schmieren mussten, dass ich ja sicher etwas Besseres gewöhnt sei als ihr Essen, ihr Haus, ihr Auto oder sonst was. Sowas wollte ich mir nicht geben – und das solltest du auch nicht. Solche Menschen bringen dich nicht weiter, sondern bremsen dich aus. Das Gleiche gilt für irgendwelche Geschäftsideen oder auch Partnerschaften, bei denen du schnell merkst – das wird dich vermutlich mehr Geld kosten, als es dir bringt. Nur weil Kontakte da sind, heißt es nicht automatisch, dass sie auch gut sind und du an ihnen festhalten musst. Also Finger weg!

Sei niemals nur irgendjemand

Wahrscheinlich fragst du dich jetzt im Umkehrschluss: Und wie finde ich die Leute, die gut für mich sind? Die mir helfen, die nächste Sprosse auf der Erfolgsleiter zu erklimmen?

Meine erste Antwort darauf wird dir vielleicht nicht gefallen: Gar nicht. Zumindest nicht auf die Art, wie viele es versuchen. Wer verzweifelt nach „den richtigen Kontakten“ sucht, wirkt schnell wie jemand, der dringend etwas will. Und genau das spüren Menschen sofort. Erfolgrei-

Profil statt Beliebigkeit

Wenn du in einem Raum voller Menschen stehst – ob auf einer Konferenz, bei einer Branchenveranstaltung oder online auf LinkedIn – dann darfst du nicht austauschbar sein. Niemand erinnert sich an „den netten Typen von neulich“. Menschen erinnern sich an Profile, an klare Haltungen, an Kompetenz.

Du brauchst also eine Marke. Deine Marke. Nicht im Marketing-Sprech, sondern ganz praktisch: Wofür stehst du? Was kannst du besonders gut? Wobei hilfst du anderen Menschen wirklich weiter? Wer darauf keine klare Antwort hat, wird im Netzwerk immer nur am Rand mitlaufen. Wenn du dagegen weißt, wer du bist und wofür du stehst, verändert sich sofort dein Auftreten. Du gehst anders in Gespräche. Du stellst andere Fragen. Und du strahlst etwas aus, das im Networking extrem wertvoll ist: ein stabiles Standing.

Das bedeutet übrigens nicht, dass du mit einer großen Show auftreten musst. Im Gegenteil. Die besten Gespräche entstehen oft ganz unspektakulär. Am Rand einer Veranstaltung. Beim Kaffee. In einer kurzen Pause zwischen zwei Vorträgen. Entscheidend ist das Timing.

Timing schlägt Taktik

Du platzst nicht in Gespräche hinein wie ein Staubsaugervertreter aus den Achtzigern. Du beobachtest. Du nimmst Blickkontakt auf. Ein kurzes Lächeln, ein Nicken – das sind kleine Signale, die mehr sagen als viele Worte. Dieser Blickkontakt bedeutet: Ich habe dich gesehen. Wir sprechen gleich.



Und wenn der Moment passt, steigst du locker ein. Kein auswendig gelernter Pitch, keine gekünstelte Selbstdarstellung. Einfach echtes Interesse. Vielleicht hast du gerade mitbekommen, worüber dein Gegenüber gesprochen hat. Vielleicht greifst du einen Gedanken aus einem Vortrag auf. Der Einstieg darf leicht sein. Hauptsache, er ist authentisch.

Ganz wichtig: Lerne, Signale zu lesen. Wenn jemand gerade im Stress ist, dann erkenne das an. Sag offen: „Ich sehe, Sie sind gerade ziemlich eingespannt. Vielleicht sprechen wir später kurz?“ Das zeigt Respekt – und genau der bleibt hängen.

Denn beim Netzwerken geht es nicht darum, möglichst viele Gespräche zu führen. Es geht darum, die richtigen Gespräche zu führen. Mit den richtigen Menschen. Zur richtigen Zeit. Und dafür brauchst du keine große Show. Nur Haltung, echtes Interesse und den Mut, einfach auf Menschen zuzugehen.

Sei lieber echt anstatt „too much“

Doch eine Frage bleibt dabei natürlich: Wie stelle ich das an? Wie gehe ich auf die Menschen zu, mit denen ich in Kontakt kommen will – ohne mich dabei selbst direkt ins Aus zu schießen?

Ich verrate dir etwas: Wenn ich eins nicht abkann, dann sind das Menschen, die glauben, sie hätten die Weisheit mit Löffeln gefressen. Und damit stehe ich nicht allein da. Du kennst diese Sorte Menschen bestimmt. Im Becken des Direktvertriebs tummeln sich auch einige davon – zumindest vorübergehend. Du weißt schon: Diese Typen, die alles wissen. Oder besser gesagt: Die glauben, alles zu wissen. Und genau da beginnt das Problem.

Stell dir folgende Situation vor: Branchenveranstaltung, Mittagspause, Stehtisch. Ich hole mir einen Kaffee, stelle mich neugierig zu ein paar Leu-

ten, die ich noch nicht kenne, und komme mit der Gruppe ins Gespräch. Und plötzlich steht da dieser eine Typ. Zu viel Haargel, das Outfit wirkt irgendwie zu gewollt, das Lachen eine Spur zu laut, das Grinsen eine Spur zu breit. Kurz: jemand, der unbedingt Eindruck machen will.

Arroganz ist kein Booster für dein Netzwerk

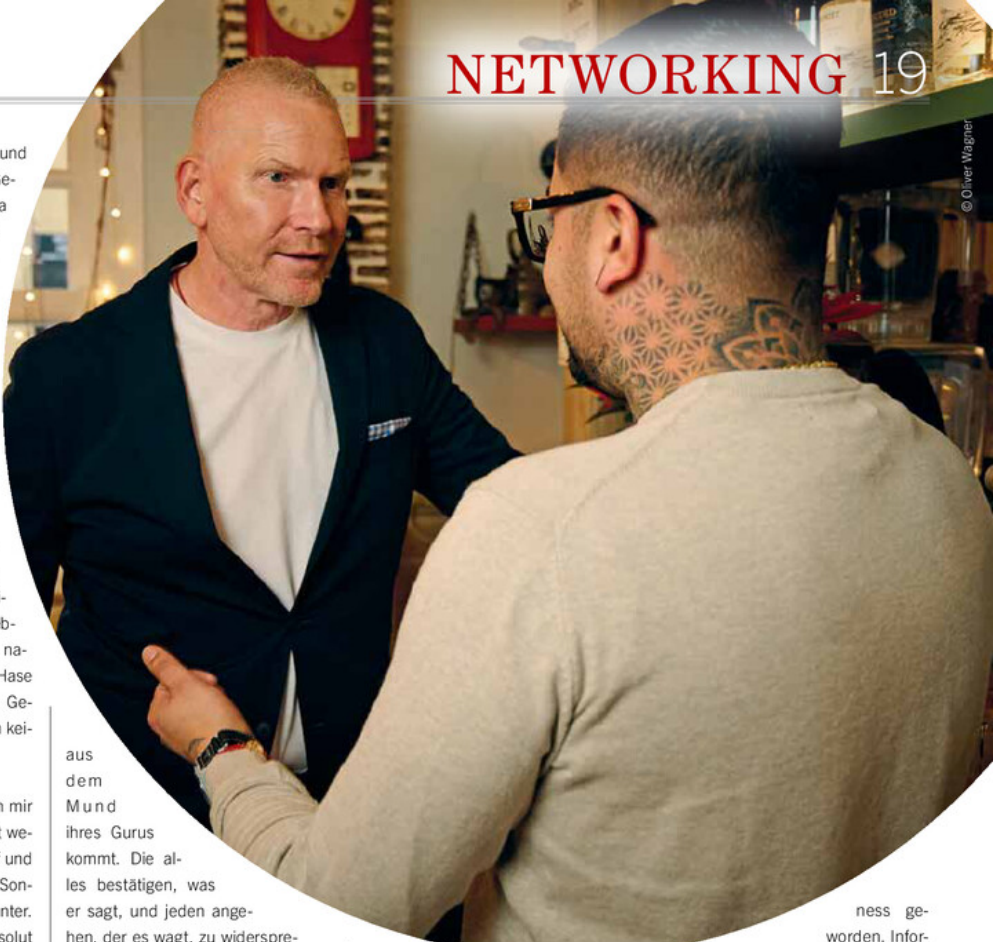
Und dann geht es auch schon los: große Thesen, große Gesetzen, große Worte. Vertrieb funktioniert angeblich nur noch digital, persönliche Akquise ist angeblich tot, und überhaupt weiß er natürlich ganz genau, wie der Hase läuft. Seit zwanzig Jahren im Geschäft – da kann ihm schließlich keiner mehr etwas erzählen.

In solchen Momenten rollen sich mir gefühlt die Fußnägel hoch. Nicht wegen der Meinung. Natürlich darf und soll jeder eine Meinung haben. Sondern wegen der Haltung dahinter. Denn wer seine Sichtweise absolut setzt und keine andere Perspektive mehr zulässt, macht sich im Networking extrem unattraktiv.

Solche Menschen wirken vielleicht auf den ersten Blick selbstbewusst. In Wahrheit sind sie jedoch festgefahren. Psychologen sprechen bei solchen Typen von einem festen Weltbild. Oder von einer Echokammer. Ich nenne es ganz einfach: stehengeblieben. Immer dieselben Argumente, immer dieselben Geschichten, immer dieselbe Sicht auf die Welt. Wer so unterwegs ist, lernt nichts mehr dazu. Und damit machst du dich auch nicht attraktiv. Zumindest nicht für die Leute, mit denen du in Kontakt kommen willst.

Gurus und ihre Putzerfische

Interessanterweise haben diese Typen oft eine kleine Fangemeinde. Menschen, die jedes Wort feiern, das



aus dem Mund ihres Gurus kommt. Die alles bestätigen, was er sagt, und jeden angehen, der es wagt, zu widersprechen. Bei LinkedIn oder Instagram erlebst du sowas inzwischen täglich. Ich nenne solche Leute gern Putzerfische. Warum? Weil sie im Aquarium die Arbeit erledigen, die der große, glänzende Fisch nicht selbst machen will. Sie räumen auf, sie halten Kritik fern und sorgen dafür, dass der Guru weiter glänzen kann. Der Messias vorne, die Putzerfische dahinter.

Für echtes Netzwerken ist das Gift. Denn wer sich nur mit Menschen umgibt, die ständig nicken, verliert den Blick für die Realität. Entwicklung entsteht immer dort, wo unterschiedliche Perspektiven aufeinandertreffen. Wo Fragen gestellt werden. Wo auch mal jemand widerspricht. Deshalb mein Rat: Sei weder der Guru noch der Putzerfisch.

Bleib neugierig. Hör zu. Stell Fragen. Und akzeptiere, dass andere Menschen vielleicht Dinge wissen, die du noch nicht weißt. Genau diese Haltung macht dich langfristig interessant für andere Menschen. So entwi-

ckeln sich echte und tiefe Gespräche – und genau damit baust du dir ein Netzwerk auf, das dich wirklich weiterbringt.

Netzwerk schlägt Zufall

Ich denke, in einer Sache sind wir uns jetzt einig: Erfolg ist kein Zufallsprodukt, sondern ein Kontaktprodukt. Eine Tatsache, die gerade im Direktvertrieb noch häufig unterschätzt wird. Klar sind Produkte, Präsentationen und Verkaufsargumente auch wichtig. Doch der eigentliche Hebel liegt woanders. Er liegt in den Menschen, die du kennst. In den Beziehungen, die du aufgebaut hast. In den Türen, die sich für dich öffnen, weil jemand sagt: „Sprich mal mit dem, der ist gut.“

In einer Welt, in der jeder im Handumdrehen alles googeln kann, sind echte Verbindungen und ein belastbares Netzwerk längst zu einer der wertvollsten Währungen im Busi-

ness geworden. Informationen bekommst du überall – Kontakte nicht. Und Vertrauen erst recht nicht.

Wer erfolgreich sein will, braucht mehr als eine gute Story oder ein überzeugendes Produkt. Du brauchst Zugang zu Menschen. Zu neuen Gesprächen. Zu Empfehlungen. Und dafür musst du rausgehen. Menschen kennenlernen. Beziehungen aufbauen und sie pflegen. Nicht nur dann, wenn du etwas brauchst, sondern dauerhaft. Denn ein Netzwerk funktioniert wie eine Pipeline im Vertrieb: Wenn du heute nichts hineinsteckst, kommt morgen auch nichts heraus.

In diesem Sinne: Hör auf, darauf zu warten, dass irgendwas passiert. Geh raus, sprich Menschen an. Bau Beziehungen auf, pflege sie und halte sie warm. Damit du immer jemanden anrufen kannst, wenn du eine Frage hast, eine Idee, ein besonderes Angebot oder eine Chance. Denn eines ist sicher: Wer keinen kennt, kann keinen anrufen.



Martin Limbeck

Martin Limbeck ist Mehrfachunternehmer, Investor, sechsfacher Bestsellerautor sowie einer der führenden Experten für Sales und Sales Leadership in Europa. Mit seiner Gipfelstürmer Mentoring GmbH unterstützt er nach dem Verkauf der Limbeck Group Unternehmer in verschiedenen Coaching-Formaten dabei, ihr Unternehmen – und ihr Leben – bewusst weiterzuentwickeln. Für ihn steht fest: Nachhaltiger Erfolg entsteht nicht im Unternehmen allein, sondern aus echter Balance in allen Lebensbereichen. Seine Erfahrung aus dem Firmenverkauf setzt er zudem ein, um Unternehmer bei der Gestaltung von Nachfolgeregelungen zu unterstützen.

Mehr auf: <https://martinlimbeck.de>

„Netzwerken kann jeder. Doch echte Verbindungen schaffen nur wenige.“

Er hat es noch einmal getan: In seinem neuen – und letzten – Sales-Buch verrät Martin Limbeck seine vielleicht größten Erfolgsgeheimnisse. Klar, wahr und auf den Punkt erklärt er, wie sich jeder in einer lauten, oberflächlichen Welt ein starkes, vertrauensbasiertes Netzwerk aufbauen kann. Dabei räumt er mit Mythen auf, benennt klar die Prinzipien erfolgreicher Netzwerke und liefert handfeste, direkt anwendbare Tipps aus über 30 Jahren Business-Erfahrung. Statt Blendern, Selbstdarstellern oder Kontaktesammlern geht es um Tiefe statt Breite, Vertrauen statt Fassade und Haltung statt Maske. Kapitel für Kapitel führt Limbeck seine Leser durch Themen wie Persönlichkeitsentwicklung, strategisches Netzwerken, gute vs. schlechte Kontakte, Social Media, Sichtbarkeit – und offenbart die Geheimrezepte der Erfolgreichen. Echte Erfolge, harte Learnings, klare Entscheidungen – ehrlich, ungeschönt und inspirierend. Limbeck erzählt direkt und unterhaltsam, mit vielen Beispielen, klaren Handlungsaufforderungen und einer starken Message: Echtes Netzwerken beginnt beim Menschen.



MARTIN LIMBECK Wer keinen kennt, kann keinen anrufen

Die 11x11 goldenen Netzwerkprinzipien der Superreichen

432 Seiten, Broschur
ISBN 978-3689361495
€ 25,00 (D)

Next Level Verlag, München
Erschienen am 14.04.2026
<https://wer-keinen-kennt.de>