

Inhalt

Editorial	4
Michael Morgott	
Das Ziel ist »Mehr Umsatz ...«	6
Michael Heitkötter	
»Netzwerken« ist Teil MEINES täglichen Marketings	12
Andrea Weber	
Das passende Netzwerk finden	18
Manfred Grosse	
Vertrauen statt Überzeugen	24
Peter Braun	
Sprung in die Selbständigkeit	30
Stefan Kaus	
Wie viele Netzwerke braucht ein Unternehmen?	36
Corinna Göring	
Spezialisieren als Basis für Synergien	42
Thorsten Jochim	
Empfehlungsketten – wie man wirklich an Empfehlungen kommt	48
Alexander Popfinger	
Netzwerken ohne Plan ist Zeitverschwendungen	54

Ruth Sixt	
Wer kauft schon gerne »die Katze im Sack«?	60
Faliero Graiani	
Wo der Anwalt zum »offenen Zweier« bittet	66
Harald Blumentritt	
Kundenbindung durch Empfehlung	72
Konrad Nagl	
Mehr neue Kunden durch regelmäßiges Netzwerken	78
Lydia Morawietz	
Die Tiefe des Netzwerkes	84
Magnus Bühl	
Umsatzsteigerung im Quadrat über Empfehlungen – geht das?	90
Martin Schubert	
Erfolgreiches Netzwerken erfordert Vertrauen	96
Alexander Eberherr	
Dem Wettbewerb einen Schritt voraus	102
Stefan Miltenberger	
Networker by Nature?	108
Susanne Büttner	
Einmal ist keinmal	114
Oliver Trustaedt	
Drei unterschätzte Netzwerk-Werkzeuge zum Schluss	120