

# Salzburg

## Sympathie oder der Hemmschuh beim Netzwerken

**Was beim Aufbau von Freundschaften essenziell ist, ist beim Aufbau von Netzwerken hinderlich: Sympathie. Gerade Frauen tendieren dazu, sich mit jenen zu vernetzen, die ihnen ähnlich und auch sympathisch sind. Das schränkt ein: Denn je diverser Seilschaften, desto erfolgreicher.**

JULIA FISCHER-COLBRIE

Frauennetzwerke gibt es mittlerweile viele und genauso viel wird diskutiert über sie, durchaus kontroversiell. Befürworter halten sie für Karriereförderer. Kritiker tun sie als nutzlos und unzeitgemäß ab. Einer, der sich seit knapp 20 Jahren mit Netzwerken beschäftigt, ist Harald Katzmaier. Für den CEO von FAS Research, einer sozialwissenschaftlichen Forschungsgesellschaft, lässt sich von rein weiblichen Seilschaften durchaus profitieren, vorausgesetzt, Diversität ist gegeben. „Es funktioniert, wenn Frauen ganz unterschiedli-

che Positionen bekleiden und aus unterschiedlichen Bereichen kommen. Haben sie einen ähnlichen Background und kommen aus ähnlichen Situationen, verstehen sie sich wahrscheinlich gut, können einander aber nicht helfen.“

### Heterogenität versus Integration

Woran das liegt? Je heterogener die Mitglieder eines Netzwerkes, desto mehr Ressourcen können sie aktivieren und desto nützlicher füreinander sein. Dem Netzwerkexperten zufolge saßen homogene Netzwerke, was die

Macht anbelangt, in einer Falle. Unter anderem darauf lässt es sich auch zurückführen, dass Männer landläufig als die besseren Netzwerker gelten. Ihre Netzwerkkontakte sind meist komplementärer, denn sie halten Widersprüche und kognitive Dissonanzen besser aus, weiß Katzmaier: „Frauen tendieren dazu, sich Netzwerke zu bauen, in denen alle Mitglieder gut miteinander auskommen und es eine hohe Integration gibt. Dadurch schließt sich das Netzwerk jedoch von vornherein ab.“ Neben Vielfalt brauche ein tragfähiges Netzwerk außerdem ein gemeinsames Anliegen und einen gewisse Regelmäßigkeit.

### Zusammenhelfen statt nur zusammensitzen

In Österreich gibt es der Website des Ministeriums für Bildung und Frauen zufolge an die

300 Frauennetzwerke. Mit über 120.000 Mitgliedern ist „Frau in der Wirtschaft“ in der WKO eines der größten. 2015 übernahm die Tiroler Unternehmerin Martha Schultz den Vorsitz. Ihr Ziel: eine noch stärkere Vernetzung unter den Unternehmerinnen zu erzielen. „Und mit vernetzen meine ich nicht, sich nur zu treffen und sich auszutauschen, sondern zusammenzuhelfen.“ Sie will Unternehmerinnen motivieren, das Veranstaltungsangebot noch intensiver zu nutzen. Denn dort ließen sich Kontakte über die eigene Branche hinaus knüpfen und das sei wichtig, weiß die FiW-Vorsitzende, die sich selbst als leidenschaftliche Netzwerkerin bezeichnet.

Vergangene Woche diskutierte Schultz mit Salzburger Unternehmerinnen genau zu diesem Thema. Mit dabei war auch die ehemalige Vizekanzlerin und heutige Generaldirektorin der Wüstenrot, Susanne Riess. Netzwerkveranstaltungen hält sie für wichtig, Frauennetzwerke ebenso. „Jede Frau sollte sich aber darüber hinaus noch vernetzen und persönliche Kontakte ohne Hintergedanken pflegen“, meint Riess. Während sie soziale Netzwerke verweigert, treibt sich die Unternehmerin Romy Sigl auf verschiedensten Plattformen von Facebook über Twitter bis zu Xing herum. Sie schätzt, dass man Projekte dort gut und schnell platzieren kann. Den persönlichen Kontakt könnten sie jedoch nicht ersetzen. Dem stimmt auch Netzwerkanalytiker Katzmaier zu: „Social Networks sind dann zielführend, wenn es zuvor im Offline-Leben schon irgendeine Art von Beziehung oder Kontakt gegeben hat. Denn um in Kontakt zu bleiben, eignen sie sich sehr gut.“



Foto: WKS/Neumayr

Netzwerken – Motto und Diskussionsthema des „Forum Erfolg“ (v. l.) Mag. Anita Wautischer (FiW-Landesgeschäftsführerin), WKÖ-Vizepräsidentin und FiW-Bundesvorsitzende Martha Schultz, Unternehmerin Mag. Romy Sigl, WKS-Vizepräsidentin und FiW-Landesvorsitzende Andrea Stifter sowie Wüstenrot-Generaldirektorin Dr. Susanne Riess.

INTERVIEW MIT ...

... Dr. Harald Katzmaier, führender Netzwerkanalyst

## Gute Netzwerker erzählen auch von Fehlschlägen

### Was zeichnet einen guten Netzwerker aus?

Der gute Netzwerker zeichnet sich dadurch aus, dass er versteht zu geben und zu nehmen. Ein guter Netzwerker ist jemand, der sehr gut und aufmerksam zuhört und die Kunst des Fragestellens beherrscht. Und ein guter Netzwerker stellt andere Leute einander vor und bestätigt außerdem, dass die Begegnung toll war. Ein guter Netzwerker kann Muster brechen und überraschen. Es ist jemand, der fähig ist, von sich selber zu erzählen, aber sich dabei verwundbar zeigt und nicht nur sagt: Ich bin der Größte und der Beste. Von Fehlschlägen zu erzählen und was man daraus gelernt hat, macht uns menschlich. Denn sich selbst nur als großartig und perfekt zu



Foto: FAS Research

Harald Katzmaier,  
Gründer und CEO  
FAS Research

verkaufen, ist kein Zeichen von hoher Beziehungskompetenz.

### Was raten Sie Unternehmern in Sachen Netzwerken?

Dorthin zu gehen, wo man inspiriert wird und wo man mit mehr Energie weggeht, als man hingegangen ist. Überall dort, wo das passiert, ist man am

richtigen Weg. Wer Energie versprüht, wird attraktiv für andere. Denn wir sind gerne mit Menschen zusammen, die enthusiastisch sind und Dinge gerne machen. Man soll diesbezüglich ruhig seiner eigenen Intuition folgen. Natürlich gibt es auch Netzwerk-Events, wo man hingehen soll bzw. muss, weil es ganz einfach zweckmäßig ist. Aber es macht durchaus Sinn, sich Netzwerke rund um die eigenen Leidenschaften herum zu bauen.

### Das heißt, es bringt auf lange Sicht mehr, den eigenen Interessen nachzugehen, anstatt ein Branchenevent zu besuchen?

Es geht um eine gesunde Mischung. Zum Branchen-

netzwerktreffen werde ich vermutlich gehen müssen. Aber es ist nicht notwendigerweise der Ort, wo man Energie herbekommt. Es ist ganz wichtig, dass wir auch Dinge tun, die uns inspirieren. Nur dann können wir auch andere inspirieren und das kann durchaus ein Hobby sein. Wenn Sie sich beispielsweise für den Erhalt der Landesbibliothek einbringen, weil Literatur Ihr Hobby ist, dann bringt Ihnen das zwar kein direktes Business, aber es bringt Ihnen Reputation. Und es sagt etwas aus über Sie als Mensch, über Ihre Werte, Ihre Einstellungen. Das heißt, Sie können ruhig Dinge machen, die keinen direkten Business Impact haben, weil es Sie als Mensch positioniert.