

TEXT STEPHAN STRYZOWSKI

Netzwerke

Wie müssen sich Unternehmer in einer immer globalisierteren Wirtschaft vernetzen? Indem sie zuerst den Blick nach innen richten, meint der Netzwerkforscher Harald Katzmaier. Eine Anleitung.

WELCHE BEDEUTUNG NETZWERKE FÜR WELTMARKTFÜHRER HABEN:

Netzwerke sind nicht nur dafür da, um bestimmte Interessen durchzusetzen und um Allianzpartner zu finden. Sie sind immer häufiger auch eine Quelle für die eigenen Lern- und Erneuerungsprozesse. Sie helfen dabei, neue Ideen zu entwickeln und kreative Köpfe zu finden. Unternehmen, die am Weltmarkt aktiv sind, benötigen solche Netzwerke ganz besonders dringend – aber eben auf globaler Ebene. Denn Sie sind immer öfter von lokalen Netzwerken entkoppelt.

WELCHE BEDEUTUNG LOKALE NETZWERKE HABEN:

Unternehmen, die global agieren, können von den Netzwerken in Österreich immer weniger profitieren. Die Ressourcen, die sie benötigen, liegen heute woanders. Was bringt es einem, Rotarier in Wien zu sein, wenn das Business international aufgestellt ist und keiner im Club eine Vorstellung davon hat, was man eigentlich macht?

WIE GLOBALE NETZWERKE ORGANISIERT SIND:

Ein Blick auf international agierende Alumni-Netzwerke aus den USA und Vereine im Silicon Valley zeigt, dass auch sie ihre Rituale und Meetings pflegen. Sehr viele der international relevanten Netzwerke sind etwa mit den amerikanischen Top-Universitäten verbunden.

WORAUF INTERNATIONALE NETZWERKE BASIEREN:

Egal ob lokal oder global: Funktionierende Netzwerke basieren immer auf dem Gleichen. Es geht immer um Kapital, Beziehungen und um Wissen.

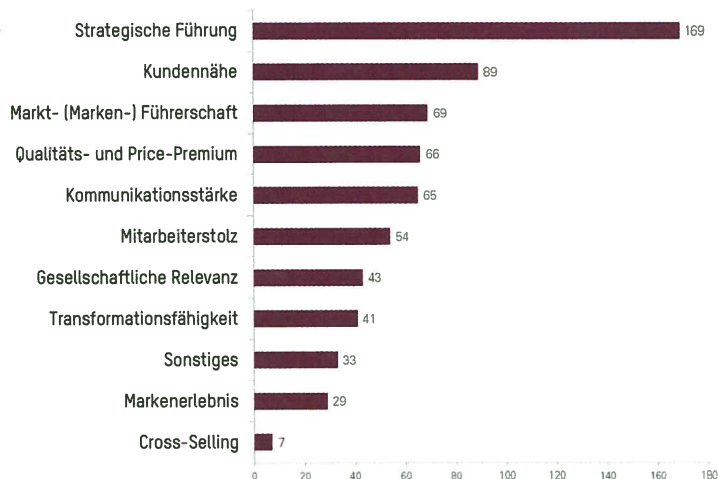


Info: **HARALD KATZMAIER** ist Gründer und Direktor von FASresearch, einem internationalen Analyse- und Beratungsunternehmen im Bereich Executive Networking, Public Affairs, Campaigning, Key Account Management und Virales Marketing mit Standorten in Wien und New York. Harald Katzmaier zählt zu den weltweit führenden Experten im Feld der angewandten sozialen Netzwerkanalyse und der Analyse von Macht-, Beziehungs- und Kommunikationsnetzwerken.

WAS MACHT UNTERNEHMEN RESILIENT?

FAS.research hat bei 70 CEOs der wichtigsten heimischen Unternehmen nachgefragt.

Die Resilienzfaktoren nach Nennung



WIE MAN ANDOCKEN KANN:

Genau wie bei einer Pokerrunde stellt sich auch im Netzwerk die Frage nach dem Spielgeld. Je höher der Gewinn, desto mehr Geld muss man als Einsatz auf den Tisch legen können. Man muss manchmal selber gut vernetzt sein, dann wiederum vielleicht ein paar Exits hinter sich haben. Je nach der Ebene, die man erreichen möchte, kommen immer neue Filter dazu.

WAS EINEM EIN NETZWERK WIRKLICH BRINGT:

Wenn man schlechte Produkte und Leistungen hat, helfen auch Kontakte nicht weiter. Qualität ist immer die Voraussetzung. Doch benötigt man immer häufiger ein Netzwerk, um ein tolles Produkt erschaffen zu können. Denn es braucht dazu neue Ideen und stetigen Austausch. Dafür muss man um sein Unternehmen eine Ökologie mit einer großen Breite an verschiedenen Playern aufbauen.

WAS UNTER ÖKOLOGIE ZU VERSTEHEN IST:

Es hilft nichts, wenn man alleine exzellent ist und rundherum nichts weitergeht. Unternehmen benötigen ein Umfeld, also eine Ökologie, die performant ist. Denn: In Zukunft ist man als Unternehmen immer nur so stark wie seine Partner in der Ökologie.

WAS UNTERNEHMER IM VERBAND STARK MACHT:

1_ Die Ökologie und das Verständnis für die Notwendigkeit, offen zu agieren. Dazu zählt auch, Querdenker ins System und ins Team zu holen, mit denen man permanente Beziehungen pflegt.

2_ Zum entscheidenden Zeitpunkt so stark zu sein, wie man nur kann. Dafür muss ein Unternehmen immer wieder ein gemeinsames Verständnis der Situation entwickeln. Dabei geht es darum, alle wesentlichen Player im Unternehmen zu synchronisieren. Sonst läuft jeder in eine andere Richtung, und der Fokus geht verloren. Es gilt also, nicht nur die Netzwerke nach außen, sondern immer stärker auch nach innen zu pflegen. Dafür benötigt man zyklische Rituale, also einen Rahmen, in dem man sich abstimmt.

3_ Unternehmen müssen heute fähig sein, eine eigenständige Kultur zu entwickeln. Sie müssen ihre eigene Stimme finden. Das reicht von den Arbeitszeiten bis zur internen Kommunikation und wird zum zentralen Wettbewerbsvorteil. Vor allem, wenn Unternehmen in der Peripherie sitzen, müssen sie durch ihre Einzigartigkeit und ihre Strahlkraft Spitzenkräfte anziehen und halten können. Der Schlüssel dazu liegt in einer kontinuierlichen Führung, die eine Werthaltung vorlebt.

4_ Sein, wer man ist. Nach zwei Tagen im Silicon Valley seine Kultur über den Haufen zu werfen, ist sinnlos. Unternehmer sollten tunlichst nicht versuchen, jemand anderer zu werden. Österreichische Unternehmen dürfen sich im internationalen Vergleich vor allem nicht klein machen, sondern sie sollten sich vergegenwärtigen, welche Kraft in unserem System steckt, wenn die Hälfte der Weltmarktführer, die es gibt, aus der Dach-Region stammt. ◀