

ins netz gegangen!

„Mann“ kennt sie, doch redet nicht gern darüber. „Mann“ spürt sie, doch die Wirkung geschieht nahezu unsichtbar. „Mann“ nutzt sie, aber zeigt es nicht freimütig. Die Rede ist von Netzwerken, von Männernetzwerken, um genau zu sein, denn mächtige Seilschaften werden noch immer als Männerdomäne angesehen. Dabei haben Frauen im Knüpfen von Beziehungen auch ihre Fingerfertigkeit bewiesen.

text_lisa natmessnig

Netzwerken – das Wort ist ein Kunstverb, das der Duden erst 2004 in seine Rechtschreibfibel aufgenommen hat, reumütig, nachdem der Begriff mit Facebook, Xing und StudiVZ den gesamten Erdball erobert hat. Freundschafts- und Gruppen-einladungen en masse waren nur eine der vielen Anzeichen, die den Hype um virtuelle Netzwerke erkennbar werden ließen. Was solche digitalen „social networks“ allerdings vom realen Leben unterscheidet, ist die Tatsache, „dass man sich als Mitglied auf die Informationen, an die man in einem wirklichen Netzwerk kommt, verlassen kann. Bei Facebook hingegen, wo man sein Gegenüber oft nicht einmal kennt, ist das schwieriger“, erklärt Ruth Pfosser, Netzwerkanalysikerin von FAS-Research.

Vertrauen ist demnach die Basis jedes guten Netzwerkes. Ein zentrales Stichwort, das in Zeiten der Krise zunehmend fehlt. Dieses herzustellen und in einem Netzwerk aufzubauen, bedarf eines vielstufigen Verfahrens und vollzieht sich nicht gleich mit der ersten Begegnung. „Nur mit dem Austauschen der Visitenkarten ist es nicht getan“, betont die FAS-Netzwerkspezialistin. „Man muss auch weitere Gespräche führen und ganz wichtig ist, dass man nicht nur Zweierbeziehungen aufbaut, sondern sofort auch Dritte in die Beziehung involviert.“ Denn das Vertrauen in ein Netzwerk, so Ruth Pfosser, lässt sich auch daran messen, wie viel gemeinsame Freunde man hat. Die Beziehung zu einer bestimmten Person, deren Umfeld einem sonst fremd ist, kann nach Gutdünken auch

schnell wieder aufgelöst werden. Ist diese aber eingebettet in ein großes Netz gemeinsamer Freunde, dann wird das viel schwieriger, weil damit auch viel mehr Verpflichtungen verbunden sind, die diese Beziehung stabil halten.

Auch wenn Vertrauen die Voraussetzung liefert, stehen im Mittelpunkt eines Netzes immer Kommunikation, Information und zielorientiertes Handeln. Netzwerke erhöhen den Handlungsspielraum eines agierenden Menschen, sie sind Akteurs-Zentren, in denen strategische Allianzen gebildet werden, indem man sich zu einem gemeinsamen Zweck zusammenschließt und an den vereinbarten Zielen arbeitet. Erfolgreiches Netzwerken ist auf Langfristigkeit ausgerichtet, denn die meisten Beziehungen sind Investitionen, die sich womöglich erst nach Jahren rechnen. Dauerhaft ist eine Beziehung dann, wenn sich ihr vermuteter Vorteil mit der Zeit bestätigt, wenn sich die Erwartungen erfüllen, wenn sich das Vertrauen, in das man gesetzt hat, lohnt. Werden Netzwerke strategisch geplant, sind sie professioneller Natur. Sie agieren gezielt und effizient. Sie haben den Zweck, ökonomisch relevante Kooperationen durchzuführen. Jedes unternehmerische Handeln besteht aus maßgeblichen Kooperationen und Ziel ist der jeweils eigene Vorteil. Das Mittel, um diesen Vorteil zu erreichen, ist der Tausch. Und getauscht werden können in einem Netzwerk Ressourcen aller Art: Wissen, Dienstleistungen, Geld, Ware oder Kontakte. Ein Tausch findet dann statt, wenn man den subjektiven Eindruck gewinnt, dass das, was man im Tausch erhält, wertvoller oder zumindest gleichwertig ist, als das, was man im Gegenzug dafür entrichtet.

Mit dem Netzwerk-Begriff selbst werden nahezu durchgehend positive Werte konnotiert. Die meisten verstehen darunter Teamwork statt Hierarchien, Informationsvielfalt statt Informationseinfalt, Interessensausgleich anstelle von Interessensmonopolen. Netzwerke ermöglichen nicht nur strategische Vorteile, sie können auch bares Geld wert sein. Die amerikanischen Forscher Lauren Cohen, Christopher Malloy und Andrea Frazzini haben den wirtschaftlichen Nutzen von

Netzwerken am Beispiel von Alumni-Netzen in den US-Universitäten untersucht. Die Ergebnisse, die im Mai letzten Jahres im „Journal of Political Economy“ veröffentlicht wurden, verdeutlichten den ökonomischen Nutzen. Demnach investieren Fondsmanager überproportional und gezielt in Unternehmen, die sie über ihre Alumni-Verbindungen kennen. Und diese Aktienpositionen werfen auch deutlich höhere Renditen ab. Ebenso zeigt sich bei Fondsmanagern eine ungewöhnlich große Vorliebe für Aktien jener Unternehmen, mit deren Führungspersonal sie vernetzt sind.

In Österreich sind solche transparenten Feststellungen von Leistungseliten, die sich durch Eliteschulen und Universitäten bilden, nicht so leicht möglich. Aus diesem Grund tut man gut daran, gezieltes Karrierenetworking zu betreiben, sofern man nicht in ein entsprechendes Umfeld hineingeboren wurde. Denn laut Harald Katzmair, Gründer des auf Netzwerkanalysen spezialisierten FAS-Instituts und Autor der alljährlichen Studie „Netzwerk Österreich“, sind solche Vererbungen des Sozialkapitals das Reproduktionsinstrument der Eliten schlechthin. Damit sichern sie sich, was unweigerlich mit Netzwerken assoziiert wird – nämlich Macht.

Macht ist zunächst neutral. Die Art und Weise, wie und wozu diese Macht eingesetzt wird, bestimmt die förderliche und destruktive Note. Netzwerke können durch das vorhandene Wissen und Know-How der Akteure machtvolle Verbündete für Politik, Medien und Wirtschaft darstellen, bilden sie doch Kompetenzzentren, die von der Öffentlichkeit wahrgenommen werden. „Grundsätzlich zeichnen sich lebende Netzwerke dadurch aus, dass Energien fließen, dass man die Ressourcen der andern benutzt und gemeinsame oder auch unterschiedliche Ziele verfolgt, aber dass es immer Win-Win-Situationen gibt“, erläutert Ruth Pfosser. Ein Netzwerk, das nur einem Status quo entspricht, wo sich nichts bewegt und wo sich nichts entwickelt, ist demnach ein totes Netzwerk. Dieser Austausch und Fluss von Ressourcen ist ein ganz wesentliches Kriterium von sozialen Geflechten und kann im Extremfall natürlich auch in die negative und kriminelle Seite umschwenken. Kartellbildungen sind die Folge und die sollen durch die bekannten „Antitrust“-Gesetze auch verhindert werden. Die Macht, die in einem Netzwerk zum Ausdruck kommt, äußert sich aber nicht in Form eines Zwanges oder in dem Versuch Widerstand zu brechen. Hier geht es um Einfluss und Entscheidungskompetenzen. Macht ist umso mächtiger, je stiller sie wirkt. Die Philosophin Ulrike Beck formuliert es in ihrem Werk „Macht und Gegenmacht im globalen Zeitalter“ noch pointierter: „Man kann geradezu sagen: Wo niemand über Macht spricht, ist sie fraglos da [...]. Wo Macht Thema wird, beginnt ihr Zerfall.“

Der geheimnisumwobene Umgang mit Macht erklärt auch den Kult um die klassischen Männerbünde und Verbindungen, die seit jeher als Zentren entscheidender Opinion-Leader gelten. Ob Burschenschaften oder Kartellverbindungen, Freimaurer oder Rotarier, ob Mitglied im Lions-Club, im Zigarrenclub oder

...

INTERVIEW Mag. Dietmar Ecker, Lobbyist, Kommunikationsexperte und Gründer der PR-Agentur Ecker & Partner, über Unabhängigkeit und persönliches Coaching in Männernetzwerken.

Schafft man es heutzutage auch ohne Netzwerk, nur mit Unabhängigkeit?

Ja, das muss man aber wirklich trennen. Man kann ein Netzwerk aufbauen, mit dem ausschließlichen Ziel, Karriere oder Geschäft zu machen. Das sind in der Regel jene Netzwerke, die vielleicht kurzfristig funktionieren, aber mittelfristig nicht, weil sie zu einschlägig, zu undifferenziert sind und keine menschliche Komponente beinhalten. Das klassische Netzwerk, wie der CV in der ÖVP oder der Bund Sozialistischer Akademiker in der SPÖ, haben eigentlich eine starke Karrierefunktion erhalten. Solche Clubs funktionieren auf Basis gesellschaftlicher Werte, daraus ergibt sich aber meist so etwas, wie ein geschäftliches Netzwerk.

Persönliches Coaching und Seminare für Konfliktmanagement – wird so etwas auch in Männernetzwerken angeboten?

Nein. Wenn man es jetzt pauschaliert, sieht man daran auch, dass die emotionale Intelligenz und umfassendere Betrachtung hervorragende Eigenschaften der Frauen sind, und dass Männer nach wie vor in klassischen, strategischen Ritualen denken. Die Frage des Wiedereinstiegs des Mannes kommt uns ja gar nicht in den Sinn, weil wir absolute Karrieremenschen sind, die durchmarschieren und denen gar nicht ins Denken kommt, dass wir wegen einem Kind vielleicht unsere Karriere unterbrechen könnten. In Summe sind die Männer, auch wenn sie sehr aufgeklärt sind, im Denkmuster doch noch sehr stark in der tradierten Situation. Frauen denken in Summe viel breiter, viel umfassender und damit auch viel verantwortungsvoller.

Nach wie vor ist die Anzahl der Frauen in Führungspositionen sehr gering. Hat das mit falschem Netzwerken zu tun?

Nein, das hat mit dem Beharrungsvermögen der Männernetzwerke zu tun. Männer helfen sich gegenseitig stärker, weil es für viele unvorstellbar ist, in der Hierarchie unter einer Frau zu dienen. Sie sind die Wolfsrudel gewohnt, in denen sie kämpfen. Vorne steht der Held, King Arthur, und hinten rennen sie nach und schreien „Hurra“. Bei einer Frau fällt es ihnen schon schwerer. Das ist das simple Motiv, daher wehren sie sich intuitiv, ob sie es wollen oder nicht, gegen eine Frau in einer Führungsposition. In diesen Punkten halten sie zusammen. Das sind nicht immer formale Netzwerke, sondern sehr oft unausgesprochene, informale Netzwerke, die dazu führen, dass intuitiv die Entscheidung pro-Mann in der Karriereleiter fällt. Und diese Dinge muss man durchbrechen.

>>

INTERVIEW Maria Rauch-Kallat,
Vorstandsvorsitzende des Club Alpha, klärt über die Notwendigkeit
des Netzwerkers und die Frauenquote auf und erzählt über ihr Leben
als „schwarze Hexe“.

**Ist ein Netzwerk notwendig, um als Frau heutzutage in eine
entscheidende Führungsposition zu kommen?**

Absolut, nicht nur eines, sondern mehrere. Dass Männer in Karrierepositionen
sind, ermöglicht ihnen nicht nur ein Netzwerk, sondern meistens viele.

**Aber viele Frauen sagen, sie wollen unabhängig bleiben und
ganz bewusst nicht mit solchen Netzwerken in Verbindung gebracht
werden, weil ihnen ihre Kompetenz ausreicht.**

Das würde ich als kurzfristig bezeichnen und ist von gleicher Qualität,
wenn Frauen sagen, sie sind gegen die Quote, weil die Quotenfrau auch
negativ aufgefasst wird. Es kommt immer darauf an, wie ich es
interpretiere. Die Quote ist auch nur ein Instrument, um gewisse Ziele zu
erreichen. Sie ist kein Allheilmittel, aber sie wirkt. Und dem Argument
„Quotenfrau“ halte ich das Argument „Quotenmänner“ entgegen, die
irgendwo sitzen müssen, nur weil sie irgendeiner Organisation oder sonst
wem angehören. Also das Argument „Netzwerke brauche ich nicht, weil ich
qualifiziert genug bin“ disqualifiziert sich in dem Moment, wo die Frau auf
eine Position gar nicht erst aufmerksam wird, weil sie längst vergeben ist,
bevor sie überhaupt ausgeschrieben wurde und die Männer durch
Netzwerke viel früher davon erfahren haben. Qualifikation ist unabdingbar
für Dinge, die man erreichen will, Gott sei Dank muss man sagen, das war
früher nicht immer so. Ich habe auch viele unqualifizierte Männer in
entsprechenden Positionen gefunden.

Wie machtvoll würden Sie denn Ihr Netzwerk einschätzen?

Es hat Zeiten gegeben, da haben sich gewisse Männer der Wiener ÖVP vor
dem Club Alpha gefürchtet. Obwohl wir den Club immer als überparteilich
geführt haben, waren wir in den 80er Jahren die „schwarzen Hexen“ von
Wien, das wurde zumindest unter der Oberfläche gesagt. Und wir haben
das auch stilisiert. Ich habe in mein Büro immer einen Hexenbesen gestellt
und wir haben im Rahmen einer Veranstaltung im Café Hawelka vor das
Café einen Fahrradständer gestellt und Hexenbesen drangehängt. Damit
waren wir durchaus gefürchtet.

Ist es also ein einflussreiches Netzwerk?

Das weiß ich nicht, das müssen andere beurteilen. Einfluss ist immer etwas
Subjektives.

**Aber wenn eine Frau dem Club Alpha beitrifft, kann sie hoffen, dass
sich dadurch Türen öffnen.**

Das ist sicher. Meistens öffnen sich viele.

>> am Round Table, sie alle gelten als männerdominierte Kader-
schmiede für zukünftige Führungspositionen und versammeln
die gestandenen Persönlichkeiten der Gesellschaft in sich. Ihr
tatsächlicher Einfluss wird erst anhand einer Netzwerkanalyse
deutlich. Sie zeigt Strukturen und Verbindungen, die auf den
ersten Blick verborgen bleiben. Welche Knoten zu anderen wie
stark verknüpft sind, gibt Auskunft darüber, auf welche Art die
Verflechtungen unter den verschiedenen Netzwerken wirken.
Isoliert betrachtet ist eine Besetzungsliste des Aufsichtsrats
nicht viel wert. Erst im Vergleich mit anderen Firmenbeset-
zungen werden die Verstrickungen sichtbar.

Wenn man sich die Netzwerkanalyse des FAS-Instituts über
den Einfluss der mächtigsten Österreicher zu Gemüte zieht,
fällt nicht nur die Tatsache auf, dass die ersten Plätze seit Jahren
an Christian Konrad, Ludwig Scharinger, Hans Dichand und
Co vergeben sind, sondern, dass Frauen konsequent unterre-
präsentiert sind. Ein vergleichender Blick in die Aufsichtsrats-
und Vorstandslisten österreichischer ATX-Unternehmen liefert
dasselbe Bild. Frauen scheinen rar gesät. Kein Wunder, dass
viele bei dieser unerfreulichen Quote einen Zusammenhang
mit den mächtigen Männernetzwerken sehen, aber lässt sich
diese geschlechtliche Unausgewogenheit in Führungsebenen
wirklich auf die sozialen Beziehungsstrukturen Einzelner
zurückführen? Die einen meinen ja, die anderen attestieren
den Frauen einfach eine gewisse Stutenbissigkeit, die sie daran
hindert, gemeinsam an einem Karrierestrang zu ziehen. Netz-
werkanalysen sind davon überzeugt, dass das Netzwerken für
Frauen heute in der Karriereplanung unumgänglich ist und
führen das auf die drei unterschiedlichen Formen des Kapitals
zurück, über die jede Person verfügt – das finanzielle Kapital, das
soziale Kapital, und letztlich das Know-How. „Es nützt einem
viel Geld nichts und es nützt einem auch das gute Wissen nicht,
wenn man nicht auch das soziale Kapital hat, um das Wissen
und das Geld umsetzen zu können“, konstatiert Ruth Pfosser.

Dass Frauen soziales Kapital besitzen und auch durchaus kom-
petent damit umgehen können, will nun eine aktuelle Studie des
Marktforschungsinstituts Forsa in Deutschland bescheinigen.
Die vom Online-Business Netzwerk Xing in Auftrag gegebene
Befragung von rund 1.000 Führungskräften zeigt, was bei Xing
selbst schon länger beobachtet wurde: Bei beruflichen Netz-
werken setzen Frauen auf ein aktives Empfehlungsmarketing.
„Frauen stellen einander vor, empfehlen sich gegenseitig und
helfen sich weiter“, so Thorsten Verspermann, Sprecher der
Xing AG. Laut Forsa-Studie haben 88 Prozent der 335 befrag-
ten, weiblichen Führungskräfte schon einmal einer Bekannten
unter die Arme gegriffen. Tipps im Job gehören dazu ebenso
wie die Vermittlung eines Auftrags, möglicher Neukunden oder
Kooperationspartner. Im Gegensatz dazu waren 79 Prozent der
670 männlichen Kollegen hilfsbereit. Obwohl auch das Sample
der Studie bereits verdeutlicht, dass Frauen auf Management-
ebene zahlenmäßig unterlegen sind und die Studie nur nach
der subjektiven Einschätzung der Befragten ging und nicht
objektive Netzwerkhandlung bewerten konnte, sprechen die
Ergebnisse für die Frau.

Und selbst an Frauennetzwerken mangelt es nicht, ganz im Gegenteil, ihre Anzahl ist vor allem in den letzten Jahren immens gestiegen. Allein 200 Business-Netzwerke gibt es laut Sonja Russ, Autorin des Buches „Frauenfakten“ (2004), bereits in Österreich. Dazu kommen noch diverse Frauenverbände, Branchenvereinigungen, Interessensvertretungen und Arbeitskreise. Ob politische oder kulturelle Plattformen, private Clubs oder internationale Wirtschaftsvereine, frau wird fündig. Ein grober Blick auf ökonomisch orientierte Frauennetze lässt dabei vier grundsätzliche Kategorien von Spinnerinnen erkennen.

DIE BUSINESS-LADIES

Unabhängige Business-Netzwerke, die von der „ARGE Wirtschaftsfrauen“ bis zur „Frau in der Wirtschaft“ reichen, haben alle das gemeinsame Ziel, berufstätige Frauen in den verschiedensten Hierarchien, sei es in mittleren oder oberen Führungspositionen, als Freiberuflerinnen oder als Unternehmerinnen zu fördern, zu unterstützen und zu verbinden. Ein Verein, der dabei auch nicht die gesellschaftspolitischen Rahmenbedingungen außer Acht lässt, ist der überparteiliche Club Alpha. Er richtet sich prinzipiell an Frauen jeglichen Alters, gewährt aber auch Männern Zutritt. Sein Ziel ist es, mit Seminaren, Informationsabenden und Veranstaltungen Frauen in ökonomischen und gesellschaftlichen Belangen weiterzuhelfen.

DIE INTERNATIONALEN

Darunter fallen jene Netzwerke, die auf eine länderübergreifende Gründung verweisen können und damit bereits über internationale Verbindungen verfügen. Dieses Potential soll den Mitgliedern karrieredienlich sein und sie bei ihren beruf-

lichen Zielen über die Landesgrenzen hinaus unterstützen. Angesprochen sind Frauen auf allen Hierarchieebenen, die sich austauschen und ihren Horizont erweitern wollen. Women's Career Network (WCN), eine englischsprachige Non Profit-Organisation mit Sitz in Wien findet sich damit in denselben Reihen, wie das European Women's Management Development International Network Austria (EWMD). Zu wahren Routiniers zählt der Verein Business & Professional Women Austria (BPW), kann er doch bereits auf ein fast 80-jähriges Wirken zurückblicken. Das Netzwerk ist inzwischen in allen wichtigen Gremien vertreten, die von der UNO bis zur European Women's Lobby (EWL) reichen, zudem war der Verein auch maßgeblich an der Gründung von CELA, der „Convention on the elimination of all forms of discrimination against women“ beteiligt. Konsequenterweise thematisiert das BPW mit Kampagnen wie dem „Equal Pay Day“ Chancengleichheit und die immer größer werdende Einkommensschere.

DIE PRIVILEGIERTEN

Von den wenigen Frauen, die es geschafft haben, sich erfolgreich bis zur Spitze der Karriereleiter empor zu kämpfen und damit bereits über einen gewissen Einfluss verfügen, nehmen viele jede Möglichkeit wahr, für ihre Geschlechtsgenossinnen unterstützend tätig zu sein. Net4success, der 2002 gegründete Verein für Frauen in Führungspositionen, dem die Rechtsanwältinnen Beate Holper, Ulla Reisch und Gabriela Laimer-Katz vorstehen, gilt als solch ein elitäres Karrierenetzwerk, mit dem Wirtschaftsfrauen wie Janet Kath oder Andrea Jungmann in Verbindung gebracht werden können. Der Club lädt bis zu 9-mal jährlich im Hotel Sacher zu konstruktiven Gesprächsrunden über aktuelle, wirtschaftliche und rechtliche >>

Maria Rauch-Kallat, Vorstandsvorsitzende des Club Alpha, inmitten der Mitglieder (Dritte v.l.)

foto_club_alpha



Der überparteiliche Club Alpha wurde 1987 von Maria Rauch-Kallat gegründet, die auch den Vorsitz führt. Er zeichnet sich vor allem durch ein wertvolles Mentoring-Programm aus, das sowohl auf Businessdamen als auch auf Studentinnen und Jungmütter zugeschnitten ist, um sie beim Einschlagen und Aufstieg ihres Karriereweges zu beraten und zu unterstützen.

Mitglieder: 92
Mitgliedsbeitrag: 75 EUR pro Jahr



foto_susi graf

Der Verein „Business & Professional Women Austria“ wurde 1930 als internationaler Verband in Genf gegründet und ist weltumspannend auf allen fünf Kontinenten vertreten. Das BPW-Netzwerk ist hierarchisch aufgebaut und verfügt über 13 Clubs in Österreich, die in den jeweiligen Bundesländern angesiedelt sind sowie ein Jugendnetzwerk und einen Club für Kosmopolitinnen.

Mitglieder: In Österreich ca. 500
Mitgliedsbeitrag: ca. 120 EUR pro Jahr

Mag. Sylvia Dillinger-Brigl, Präsidentin des BPW Austria Vorstandes vernetzt mit den Vorstandsmitgliedern (vierte v.l.)

>>

INTERVIEW Mag. Sylvia Dillinger-Brigl, Präsidentin des BPW-Netzwerks, spricht über den Unterschied zwischen Frauen- und Männernetzwerken und die Grenzen von solchen Verbindungen.

Was unterscheidet Ihrer Meinung nach Frauen- von Männernetzwerken?

Meiner Beurteilung zufolge legen Frauen noch immer sehr viel Wert auf emotionale Bindungen. Wir arbeiten noch nicht so strategisch und zielgerichtet wie Männer, aber Männernetzwerke existieren schon viel, viel länger. Frauennetzwerke haben einfach noch nicht diese Erfahrung. Und wir sind ja auch anders sozialisiert. Das darf man nicht vergessen. Frauen denken oft noch nach folgendem Schema: Ich mag dich und daher arbeite ich mit dir. Unsere Devise lautet: Wenn die Frau gut ist, arbeite ich mit ihr. Wenn es dem Projekt dient, dann arbeiten wir zusammen. Und das ändert sich auch. Man darf nur nicht verlangen, dass etwas, das Jahrhunderte sozusagen auf Schiene war, sich von heute auf morgen ändert. Frauen sind schon konfliktfreudiger geworden. Wir können bereits besser diskutieren, da sehe ich große Fortschritte.

Es ist ja oft so, dass sich Mitglieder sehr viel erhoffen von solchen Netzwerken, das aber nicht bekommen. Wo glauben Sie, ist noch Arbeit an Frauennetzwerken notwendig?

Erst mal, dass man sich ganz klar ist, wenn man in ein Netzwerk hineinkommt, dass nicht sofort die Geschäfte losgehen, sondern dass es heißt: „Do ut des“ – ich gebe, damit du gibst. Ich muss zuerst einmal etwas von mir einbringen. Ich denke, dass vielen das „Netzwerken“ in dem Sinn kein Begriff ist. Sie denken, ich bin beim Netzwerk dabei und schon klappt es. Das ist nicht wahr. Ich muss mich dort auch präsentieren und mich klar definieren, indem ich meine Karten offenlege. Da fehlt einfach die Information. Wir haben zum Beispiel ein Intranet für unser Netzwerk, wo sich die Mitglieder auf der Website mit Zugangs-codes einloggen und die Frauen, gelistet nach Berufen, ansehen können. Ich denke, dass es aber auch noch wichtig ist, richtige Netzwerkabende zu veranstalten, wo aufgezeigt wird: Wer ist in der Branche tätig, wer kann Kooperationen bilden, wie können wir zusammenarbeiten. Den Frauen ist oft noch gar nicht klar, dass man sich auch outen muss.

Themenkreise wie Finanzmarkt, Markenrecht oder Steuerrecht – das allerdings mehr unter Ausschluss der Öffentlichkeit als unter Einbeziehung dieser. Mitglied kann frau nur auf Empfehlung werden, ein Auftritt im Web existiert bis dato noch nicht, wird aber angedacht. Wesentlich transparenter agiert der „Klub für Frauen“, eine überparteiliche Initiative von Frauen aus den Bereichen Wirtschaft, Politik, Medien, Kunst und Kultur. Auch hier wird mit einer prominenten Mitgliedsliste aufgetrumpft, die von Barbara Van Melle und Dagma Lang bis zu Sophie Karmasin reicht. Die Karrierefrauen haben sich dem exklusiven Netzwerk, das auch von der Anzahl seiner Mitglieder begrenzt bleiben möchte, angeschlossen, um Vorträge zu halten und sich für frauenrelevante Themen, wie das Image berufstätiger Frauen oder die „gläserne Decke“ im Berufsleben zu engagieren. In der Öffentlichkeit will man als kommunikativer Multiplikator ein Bewusstsein für Frauenthemen schaffen. Der „Heiße Stuhl“ im Zigarrenklub, bei dem Persönlichkeiten zur kritischen Diskussion gebeten werden oder die Plattform „Frauen im Fokus“ sind angesehene, gesellschaftliche Events des Klubs, die Männern und Frauen gleichermaßen auf bestimmte Probleme lenken sollen.

DIE PRIVATINITIATOREN

Gänzlich anders sieht es hingegen bei Frauennetzwerken aus, die aus rein privatem Interesse entstehen, wie der Club First. Er wurde 2002 gegründet und richtet sich explizit nur an Frauen. Konkret sind Unternehmerinnen und Selbstständige angesprochen, die ihre Erfahrungen austauschen wollen, Programme zu Themen veranstalten, Trainingsseminare besuchen und Frauen aus anderen Branchen kennen lernen wollen. Im Vergleich zu anderen Frauennetzwerken geht es in dem Club generell etwas privater zu. Die Mitgliedschaft erfolgt ausschließlich auf persönliche Empfehlung durch First-Mitglieder und auf Einladung des Vorstands. Auf Diversität wird besonders Wert gelegt, es gilt die Regel – pro Branche nur eine Frau. Zurzeit besitzt der Verein 30 Mitglieder, ihre jährlichen Beiträge werden privat mit dem Vorstand vereinbart.

Die vier Beispielmodelle zeigen, wie unterschiedlich Frauennetzwerke gesponnen sein können. Eine Betrachtung der zahlreichen Geflechte lässt aber auch die Frage nach Qualität und Effizienz aufkommen. Obwohl in vielen Netzwerkmeetings immer wieder versucht wird, Privates mit Geschäftlichem zu vereinbaren, scheinen manche Initiativen nicht über die klassischen Breakfast-, Lunch- und Cocktailltreffen hinauszugehen. „Wenn 200 Leute herumstehen und sich am Buffet den Bauch vollschlagen, dann wird jetzt nicht konkret an etwas gearbeitet“, gibt auch Ruth Pfosser zu, „aber zumindest tauscht man Informationen aus und stellt einander vor.“ Damit ist zwar der Basisschritt zur Bildung eines Netzwerkes getan, die viel gepriesene Win-Win-Situation stellt sich aber erst auf der nächsten Stufe ein, und genau da ortet die Expertin ein Strukturproblem. „In Frauennetzwerken sind meistens Leute, die einander sehr ähnlich sind. So kommt es eher zu Erfahrungsaustauschen wie ‚Ist das bei dir auch so, wie bei mir?‘, aber man kann sich gegenseitig nicht wirklich weiterhelfen.“ Maximale Diversität und eine optimale Vertrauensbasis sind demnach die Schlüsselwörter jedes guten Netzwerkes. Als zweites, wichtiges Kriterium gelten die wöchentlichen Treffen, denn der Face-to-Face Kontakt mit sehr diversen Personen garantiert, dass ein Maximum an Ressourcen und Links in unterschiedlichen Bereichen zur Verfügung steht. Je öfter sich Personen treffen und in der Gruppe persönlich austauschen, umso leichter wird mit Diversität umgegangen.

Auch wenn die Frauennetzwerke also bereits in großer Zahl existieren, und Frauen zumindest laut Forsa-Studie im Job sogar besser vernetzt sind als Männer und auch hilfsbereiter agieren, wieso erscheinen sie dann nicht in größerer Zahl in

den Führungsebenen? Des Rätsels Lösung liegt laut Netzwerkanalytisten in der Geschichte vergraben und das bestätigen auch viele Vorstände von Frauennetzwerken. Männer sind nicht automatisch die besseren Netzwerker, sie sind lediglich die erfahreneren, denn Männerclubs und Vereine existieren öfters schon sehr viel länger als Frauennetzwerke. Der Einfluss solcher langfristigen Beziehungen macht sich nach wie vor bemerkbar. Ruth Pfosser liefert dazu ein augenscheinliches Beispiel: „Ludwig Scharinger ist in mehr als 16 Firmen Vorstand oder Aufsichtsrat. In den Firmen trifft er in diesen Funktionen 228 Personen. Und die wiederum sind in 148 Firmen vertreten. Diese Kurve steigt exponentiell an und bei anderen ist das einfach viel gemäßiger. Wenn ich nur in fünf Firmen sitze, dann treffe ich vielleicht 50 Personen. Wenn dann plötzlich Ludwig Scharinger irgendwo in meinem Netzwerk auftaucht, dann ist der nächste Step auch wieder sehr groß.“

Es geht also darum, mit einer möglichst geringen Anzahl an Primärkontakten ein möglichst großes, diverses Netzwerk zu besitzen. Einmal mehr bedeutet strategisches Netzwerken Beziehungen zu den „richtigen“ Leuten aufzubauen. Das heißt, Frauen können sich noch so vernetzen, wenn sie nicht über mächtige Primärkontakte, also ein weibliches Pendant zu Ludwig Scharinger und Konsorten verfügen, dann kann es auch zu keinem Machtfluss kommen und sie sind im wahren Sinne des Wortes im eigenen Netz gefangen. Es bleibt also abzuwarten, bis sich die guten Kontakte von Frauen so etabliert und gefestigt haben, dass auch sie von den entscheidenden Schwingungen im Netz erreicht werden. Wer weiß, vielleicht ist es in naher Zukunft sogar ein Mann, der seine Fühler einmal ganz bewusst nach einer Frau ausstrecken wird...

Gabriela Spiegelheld-Quester, Mitbegründerin des „Klub für Frauen“, in einer Reihe mit den Mitgliedern (erste Reihe, dritte v.l.)

foto_christian_singer



Der Verein wurde 2003 von Gabriela Spiegelheld-Quester und Eva Glawischnig-Piesczek ins Leben gerufen. Er versteht sich weniger als klassisches Karrierenetzwerk, das nach innen wirkt, sondern vielmehr als Plattform, die nach außen wirkt. Die Mitglieder greifen politisch relevante Themen auf und versuchen diese mit medialem Einfluss in die Öffentlichkeit zu transportieren.

Mitglieder: 17
Mitgliedsbeitrag: zwischen 100 und 150 EUR pro Jahr