

UNTERNEHMEN & KARRIERE
NETZWERKE FÜR DIE KARRIERE

Die Mitgliedschaft in Netzwerken kann für die eigene Karriere durchaus hilfreich sein.

Land der Verbindungen

Welcher professionelle Club, Verband, Verein eignet sich für wen? Wie kommt man hinein? Wo beginnt die Freunderlwirtschaft? Ein Überblick.

VON ANDREA LEHKY

Es öffnet Türen, derselben Verbindung anzugehören. Es verhilft zu Jobs, zu Aufträgen und zu Kontakten – sofern man die Regeln einhält, warnt Franz Kühmayer, Managementberater und Szenekenner: „Vertrauensvorschuss bekommt man nicht von heute auf morgen. Man baut ihn langsam auf, hilft absichtslos, bringt sein Netzwerk ein, erweist sich als persönliche und inhaltliche Bereicherung.“ Die Verbindung schleift den Charakter. „Wie ein Resonanzraum: Man lernt, macht neue Erfahrungen, reflektiert sich selbst und wächst am Feedback der anderen.“ Erst dann darf man an den eigenen Nutzen denken. Jedoch: „Verbindungen ersetzen keine Leistung. Sie machen sie nur sichtbar.“

Männer und Politik

In Österreich sind über 130.000 Vereine und Netzwerke registriert, dazu 83 Dach-, 102 Berufs- und 93 Fachverbände. Eine Orientierung, wo man gut hineinpasst, gibt der Karrierelebenszyklus.

Wer schon in jungen Jahren seine politische Richtung kennt, dockt beim

passenden Schüler- oder Studentenverband an (Kontakte siehe Linkliste). Ein namentlich nicht genannt werden wollendes Mitglied des Österreichischen Cartellverbands (CV) räumt mit einem weitverbreiteten Irrtum auf: Obwohl man beim ÖVP-nahen CV bunte Schärpen und Käppis („Deckel“) trägt sowie Lieder über Heimat und Treue singt, distanziert man sich scharf von den politisch rechts stehenden „schlagenden“ Verbindungen. Das verbietet schon die Nähe zur katholischen Kirche. Wer einmal dabei ist, bleibt es sein Leben lang und klettert erst eine interne Karriereleiter hoch, vom Fuchs zum Burschen und ab Studienabschluss zum alten Herren. Auch später in Wirtschaft und Politik klettern viele „Bundesbrüder“ auffallend hoch. So läuft es in allen parteinahen Verbindungen.

Frauen und Internationales

So gut wie alle Hochschulen pflegen Alumninetze, mit denen sie ihre Absolventen bei der Stange halten. Die Hochschulen wollen mit Veranstaltungen, meist Sommerfeste oder

Podiumsdiskussionen, Sponsoren aufstellen, die Alumni potente Kontakte. Solche Events können sehr wertvoll sein. „In Österreich bin ich beim Aufsichtsrätinnen-Netzwerk Zukunft.Frauen“, erzählt Maria Zesch, kürzlich aus Deutschland heimgekehrte Spitzenmanagerin und nunmehrige Senior-Beraterin bei Arthur D. Little. Vor Jahren absolvierte sie die einschlägige Fortbildung, ihrem Alumnaenetz blieb sie treu. Nicht nur diesem: „Ich bin auch bei Generation CEO, einem europäischen Frauennetzwerk auf C-Level. Weiters bei den Baden-Badener Unternehmer Gesprächen BBUG und bei Women Corporate Directors WCD.“ Kostet das nicht viel Zeit? „Ich nehme sie mir.“

Berufsspezifisch

In der Rushhour des Lebens ist man oben angekommen, fachlich aber oft einsam. Das ist die Zeit der berufsspezifischen Verbindungen wie Fachverbände, Marketing Club oder HR-Lounge. Letzterer gehören nur Personalchefinnen und -chefs an, CEOs mit Personalagenda sind explizit ausge-



Managementberater Franz Kühmayer: „Verbindungen ersetzen keine Leistung.“



Maria Zesch, Senior-Beraterin bei Arthur D. Little, ist u. a. Mitglied bei Zukunft.Frauen.



Josef Buttingers Fachnetzwerk HR-Lounge vereint mehr als 300 Personalleiter.



Webdesigner Ernst Michalek: „Marketing würde mich mehr Zeit und Geld kosten.“



Regina Jankowitsch: „Alles ist legitim, solange keine Spielregeln außer Kraft gesetzt werden.“

geschlossen. Die würden nur spionieren, meint HR-Lounge-Gründer Josef Buttinger: „Wir wollen vertrauensvoll fragen können: Sag, wie gehst du dieses Thema an?“ Einen neuen Job bringen solche Fachnetze kaum, aber man sichert den aktuellen ab.

Dass Webdesigner Ernst Michalek so gut im Geschäft ist, verdankt er „zu 30 bis 50 Prozent“ seinen Kollegen beim Business Network International (BNI). Das US-Franchise steht für zahlengetriebenes Hardselling zum wechselseitigen Nutzen. In jede lokale Gruppe („Chapter“) werden etwa 30 Gewerbetreibende aufgenommen, die zueinander in keiner Konkurrenz stehen.

Aufgabe ist, die anderen bei den eigenen Kunden zu empfehlen. Umgekehrt wird man selbst empfohlen. Wie erfolgreich man dabei ist, wird in wöchentlichen Frühstücksmornings nach Umsatz reportet. Um das Daily Business nicht zu stören, finden die Meetings morgens um sieben Uhr in Form von kurzen Elevator Pitches statt. Für Michalek rechnen sich die 1.300 Euro Jahresbeitrag: „Müsste ich Marketing machen, würde mich das mehr Zeit und Geld kosten.“ Merke: Auch in Verbindungen ganz ohne philanthropische Ziele blühen Freundschaften – Umsätze sowieso.

Charity mit Business-Bonus

Lions und Rotarier haben beide Nachwuchsorganisationen, der Fokus liegt aber auf den reiferen Jahrgängen. Inzwischen sind auch Frauen willkommen. Übergeordnetes Ziel ist, Spenden zu sammeln und damit Gutes zu

tun. Regelmäßige Anwesenheit bei den meist wöchentlichen Treffen ist erwünscht, bei Charity-Events sowieso. Dass man, wenn man etwa einen Anwalt braucht, als Erstes den im Club fragt, liegt nahe.

Online too

Über die Kraft rein virtueller Netze kann man diskutieren. Manche sehen etwa in LinkedIn eine eitle Nabelschau, andere ein nützliches Kontakttool. Auch hier gilt: erst geben (Beiträge, Insights, Wissen), dann nehmen.

Bleibt eine große Frage: Wie kommt man in die Verbindung seiner Wünsche? Manchmal genügt Berufszugehörigkeit (Jungärzte), manchmal Rang (CFO-Club). Oft braucht man die Empfehlung eines Mitglieds. Was, wenn man keines kennt? „Das muss

man strategisch angehen“, weiß Executive Coach Regina Jankowitsch, „sich dort, wo es regelmäßig Vorträge gibt, als Referent anbieten. Die Rotarier etwa haben Vortragsmeister, die ständig gute Themen suchen.“

So schaut man sich mehrere Clubs von innen an und gibt seinerseits ein qualifiziertes Bild von sich. Jankowitsch warnt vor dem schmalen Grat zwischen Businessnutzen und Freunderlwirtschaft. „Ob Yachtclub, Elmayer oder Lions: Alles ist legitim, solange um der Freundschaft willen keine Spielregeln außer Kraft gesetzt werden. Das Problem beginnt, wenn Jobs mit Leuten besetzt werden, die nicht die Qualifikation mitbringen. Oder wenn sie sich nicht an Regeln halten, und es bleibt ohne Konsequenzen. Dann wird es unappetitlich.“



Linkliste (Auswahl ohne Anspruch auf Vollständigkeit)

- shorturl.at/Z6nog: Liste sämtlicher Wiener Studentenverbindungen. Kosten variieren nach Verbindung und persönlichem Rang
- site.wko.at/zukunftfrauen: heimisches Aufsichtsrätinnen-Netzwerk. Kosten für die AR-Ausbildung: 3.900 Euro
- generation-ceo.com, bbug.de, wcdglobal.org: internationale Netzwerke für hochrangige Managerinnen. Kosten auf Anfrage
- marketingclub.at, hr-lounge.at: Beispiele für Branchennetzwerke. Kosten Mitgliedschaft Marketing Club: p. a. 465 Euro für natürliche Personen, 1.350 Euro für Unternehmen, Mitgliedschaft HR-Lounge kostenfrei
- bni.com: BNI, mit Suchfunktion für lokale Chapter. Aufnahmegebühr 360 Euro, Mitgliedsbeitrag 1.360 Euro p. a.
- lions.at, rotary.at: Kosten für Mitgliedschaft variieren. Lions gibt als Einstiegswert 330 Euro p. a. an
- linkedin.com: Grundfunktionen sind kostenlos, Spezialpakete kosten bis zu 123 Euro im Monat