

Die schwindende Macht der Netzwerke

Weltfrauentag 8. März. Frauen spielen in den Netzwerken der Mächtigen kaum eine Rolle, sagt FAS-Geschäftsführer Harald Katzmaier. AI-CFO Sonja Wallner, selbst aktive Netzwerkerin, widerspricht. Ein Diskurs über Frauen, Männer und Seilschaften.

VON ANDREA LEHKY

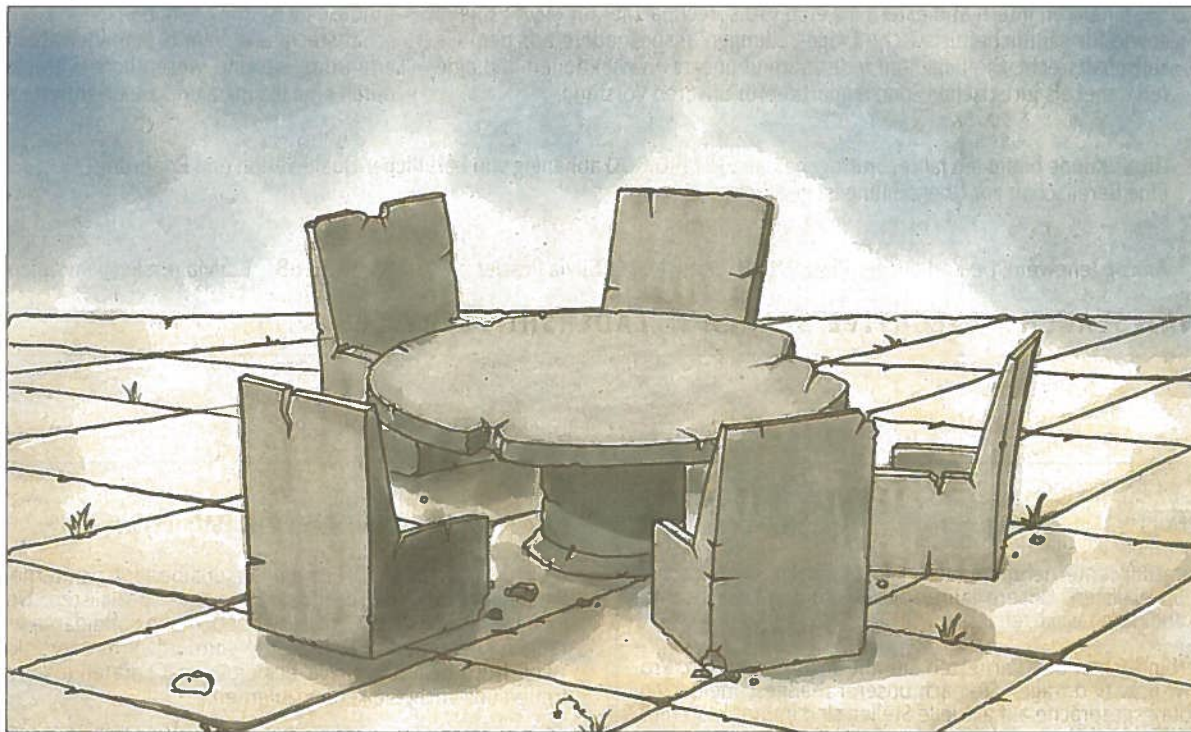
Ein Netzwerk ist erfolgreich, wenn es drei Bedingungen erfüllt: Es steht ein gemeinsames Ansinnen dahinter, es ist möglichst komplementär zusammengesetzt, und es wird von Ritualen zusammengehalten. Aus diesem Dreiklang leitet Harald Katzmaier, Geschäftsführer des Forschungsinstituts FAS Research, auch gleich ab, warum Frauennetzwerke so selten erfolgreich sind: Weil es ihnen am Zug zum Tor mangle, sagt er, weil sie auf Ähnlichkeit basierten und weil ihre Mitglieder zu sehr darauf aus wären, „dass sich alle im Raum lieb haben“.

Stimmt nicht, widerspricht Sonja Wallner. Die Finanzchefin des Telekom-Unternehmens AI ist selbst in mehreren Netzwerken aktiv und Schirmherrin des AI-internen Frauennetzwerks Women Matter mit rund 300 Mitgliedern: „Es stimmt, dass Frauen mehr auf Harmonie aus sind als Männer. Aber mit fortschreitendem Reifegrad eines Netzwerks treten solche Themen in den Hintergrund. Man steckt sich Ziele, die mindestens so ambitioniert sind wie die in Männernetzen.“

Von wegen Gruppenkuscheln

Von Gruppenkuscheln keine Spur: Sie erlebe die Treffen als taff, zielorientiert und „super organisiert“. Und auch die Wege zum Ziel seien unterschiedlich. Mit anderen Worten heißt das: Es wird auch manchmal gestritten.

Dennoch, quantitativ hat Katzmaier recht. Er analysierte Österreichs Netzwerke und kam zu zwei



In Stein gemeißelt – und doch sind sie nicht davor gefeit, zu zerbröseln: Netzwerke.

[Rocketdrive/Goleminov]

Schlüssen. Erstens, dass Frauen in den objektiv mächtigen Netzen kaum eine Rolle spielen. Zweitens, wenn überhaupt, dann hätten sie nur in den typischen Frauendomänen etwas zu sagen: in Netzen rund um NGOs etwa, im Gesundheits- oder Sozialsystem – jenen Bereichen also, denen man gesellschaftlich wie politisch nicht den größten Einfluss zugesteht.

Im Jahr 2012 waren unter den Top 250 einflussreichsten Managern Österreichs noch zehn Prozent Frauen zu finden. 2015 waren es nur mehr 4,8 Prozent. Als Ursache sieht Katzmaier einen Generationen-

wechsel: „Aus der Generation Ederer (*Ex-SPÖ-Politikerin und Siemens-Personalchefin Brigitte Ederer, Anm.*) fallen mehr und mehr Frauen weg. Und diese Positionen werden nicht weiblich nachbesetzt.“

Die kampflustigen Babyboomerinnen hätten zwar einen Weg für ihre Nachfolgerinnen freigeschlagen, doch das geschah in Zeiten des Wachstums. Heute wäre der Macht- und Einflusskuchen kleiner und würde – von den Männern – bissiger verteidigt werden: „Nach außen hin schwärmt zwar jeder, wie gut Frauen einer Gruppe

„tun“, bedauert Katzmaier, „aber wenn es hart auf hart geht, entscheidet er anders.“

Für ihn erkläre das zudem, warum Frauen – in Aufsichtsräten ohnehin nur mit 17 Prozent vertreten – dort auch deutlich kürzer verweilen als ihre männlichen Pendants. Seine Kontrahentin Wallner sieht das etwas differenzierter und analysiert den Hintergrund: „Weil wir unsere Verantwortung ernst nehmen“, entgegnet sie. „Wenn eine Frau den Eindruck hat, dass nicht ordnungsgemäß vorgegangen wird, legt sie ihr Mandat zurück. Ein Mann bleibt.“

Für Katzmaier bestimmt auch das „Spielgeld“: Nur wer neben seinem Fachwissen auch Beziehungskapital mitbringe, sei in einem Netzwerk von praktischem Nutzen. Daher hätten Frauen, egal wie qualifiziert sie sind, die aus Quotenrunden in ihr Amt gehievt wurden, mittelfristig weniger Chancen als machtbewusste (= netzwerkstarke) Männer, die auch abseits ihrer Unternehmenskarriere gestalterisch aktiv sind. „Frauen denken karrieropolitisch, aber nur selten machtpolitisch“, meint er.

Keine Zeit zum Netzwerken

Zum Trost: Diese Einschränkung betrifft ebenso immer mehr Männer. Denn auch, wie Katzmaier es nennt, die „Scharinger/Konrad-Generation“ (die Raiffeisen-Spitzenmanager Ludwig Scharinger und Christian Konrad) hinterlasse Erben, deren Netzwerke zu wünschen übrig ließen. Eben weil jedem CEO die Zügel stetig enger gezogen werden und eine strikte Fokussierung auf sein eigenes Unternehmen verlangt werde, schaue er immer weniger nach links oder rechts. Echtes Machtbewusstsein aber verlange nach größeren Kontexten als nur dem Unternehmen.

Doch wozu überhaupt die Mühe? Netzwerke seien keine Steigbügel mehr; hier sind sich Katzmaier und Wallner ausnahmsweise einig. Die alten Netze erodierte, sagt Wallner, und die jungen Leute glaubten nicht mehr an die Macht der Seilschaften: Frauen schon deswegen nicht, weil sie Sinn, Identität und Selbstwertgefühl noch nie nur aus dem Beruflichen bezogen haben.