

Karrierefaktor „Wer mit wem?“

Studie erforscht Netzwerke: Rotarier holen gegenüber Cartellverband auf

Man muss nicht klatsch-süchtig sein, um die ORF-Gesellschaftssendung „Seitenblicke“ anzusehen. Man kann auch an einer Studie über Netzwerke in Österreich arbeiten. So fanden die PR-Agentur Ecker & Partner und FAS.research die Gästelisten-Könige heraus: Michael Häupl, Alfons Haider oder DJ Ötzi auf einem Event garantieren Medien-Interesse.

Vor allem aber nahmen die Studienautoren Wirtschaftsverflechtungen unter die Lupe. „Wir haben die Schlüsselspieler Österreichs gesucht“, erklärt FAS.research-Leiter Harald Katzmaier. Benutzt wurden offen zugängliche Informationen, betont PR-Profi Dietmar Ecker, „wir sind ja nicht die Staatspolizei“. Wer sitzt mit wem in welchen Auf-

sichtsräten? Wer ist Mitglied in welchem Verein? Wer spielt mit wem Golf? „Dabei hat sich gezeigt, dass die Rotarier gegenüber dem Cartellverband massiv aufgeholt hat. Für die Karriere sind sie sinnvoller als etwa die Freimaurer“, berichtet Ecker dem KURIER aus der noch laufenden Auswertung.

VORSPRUNG Die Studie erhob auch die Unternehmen, die am stärksten durch Vorstände und Aufsichtsräte mit anderen Firmen vernetzt sind. An Bossen wie Peter Michaelis, der im ÖIAG-Vorstand und anderen Firmen sitzt, Erich Becker (VA Tech) und Ex-Wienerberger-Vorstand Erhard Schaschl, der derzeit mit 17 aktiven und 31 früheren Funktionen im Fir-

menbuch gelistet ist, können sich Netzwerker ein Beispiel nehmen (siehe Grafik). Ecker: „Wichtig für den Erfolg ist ein breit gestreutes Netzwerk. Wer nur in seinem Unternehmen, seiner Branche oder seinem privaten Freundeskreis vernetzt ist, kommt an weniger Informationen.“

Wer gerade sein Netzwerk aufbaut, kann aus der Studie Systematik lernen. „Man muss versuchen, die zentralen Personen zu identifizieren“, so Axel Mair von Ecker & Partner. Diese Opinion Leader kommunizieren viel und stehen im Zentrum eines Netzwerkes.

Daneben darf man aber nicht auf die Personen vergessen, die am Rand eines Netzwerkes stehen: Opini-

on Broker haben einen guten Zugang zu verschiedenen Netzwerken. Ecker bringt ein Beispiel: „Im Unternehmen kann ein Betriebsrat diese Funktion haben. Jemand, der bei Firmenleitung und bei Mitarbeitern Vertrauen genießt.“

Wie gut das eigene Netzwerk ist, kann man auch systematisch analysieren, erklärt Katzmaier sein System: „Man macht eine Liste der Personen, die man zu seinem Netzwerk zählt. Wen kennen die? Wie lange kennt man sie und woher?“

Ein Sympathie-Check ist in dem Test nicht vorgesehen: Ob man noch Freunde hat oder nur noch Rädchen im eigenen Netzwerk.

– DANIELA DAVIDOVITS
– SIMONE LEONHARTSBERGER

Top 10: Manager mit vielen Funktionen *

Michaelis Peter	ÖIAG
Schaschl Erhard	Ex-Wienerberger
Randa Gerhard	BA-CA
Rothensteiner Walter	Raiffeisenbank
Windtner Leopold	Energie AG
Becker Erich	VA-Tech
Struzl Franz	voest
Mauthner-Markhof Manfred	Mautner-Markhof
Anzengruber Wolfgang	Ex-ABB
List Helmut	AVL

*) Auswertung Vorstände/ Aufsichtsräte 2001
Quelle: FAS.research Grafik: Schnürer



Auch die Präsentation der neuen Netzwerk-Studie vor mehr als 300 Gästen am Dienstag wurde intensiv zum Netzwerken genutzt

NETZWERK-ANALYSE

Suchen Sie mir die richtigen Kontakte für mein Netzwerk

Wer die geeigneten Gesprächspartner für ein neues Projekt sucht, Sponsoren aufreibt oder die Gästeliste für ein Event erstellt, kann sich über die Opinion-Leader-Research der Kommunikationsagentur Ecker & Partner sein persönliches Netzwerk zusammenstellen lassen. „Wir untersuchen auf der Basis öffentlich zugänglicher Daten, welche Personen informellen Netzwerke hinter den formellen Hierarchien stecken und

wer mit wem in welcher Beziehung steht“, erklärt PR-Profi Dietmar Ecker.

Dadurch lassen sich für jede beliebige Branche die zentralen Schlüsselfiguren feststellen, die über die notwendigen Informationen und Einflussmöglichkeiten verfügen. Das Angebot gilt auf nationaler und interna-

tionaler Ebene. Eine Erweiterung auf den EU-Raum ist bereits geplant.

MEINUNGEN Mit Hilfe der Methode der Netzwerkkommunikation ist es neben der Verbesserung von Kommunikationsprozessen auch möglich, Markt- und Meinungsforschung zu

betreiben, die sich auch auf das Umfeld der Zielgruppe konzentriert. Durchschnittlich verfügt jeder Mensch über ein persönliches Kernnetzwerk von 5,3 Personen, zeigt die Untersuchung von Ecker & Partner und FAS.research. In diesem Netzwerk werden die Grundlagen für die Entscheidungen und den Meinungsbildungsprozess gelegt.

► MEHR IM INTERNET
www.eup.at
www.fas.at

MICHAEL WESSIG