

SILVER

No 29

DU BIST NICHT ALLEIN

Ein Heft über Politik und Internet

NETZWERK BEISPIELE:

Location Network of
Potential Voters

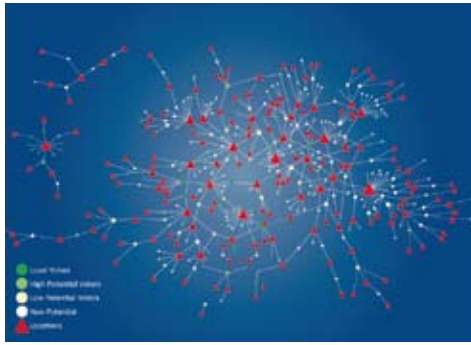
Monetizing
Undervalued IP

S T E R N E N K A R T E N

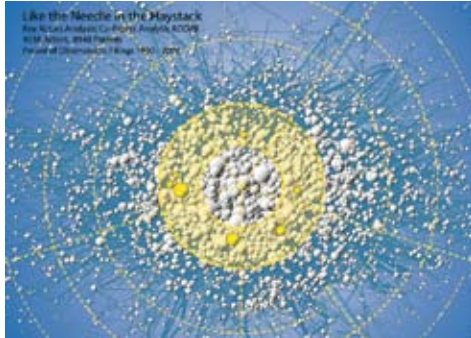
Building A Critical
Mass Of Support

AUTOR:
Florian
Niederndorfer



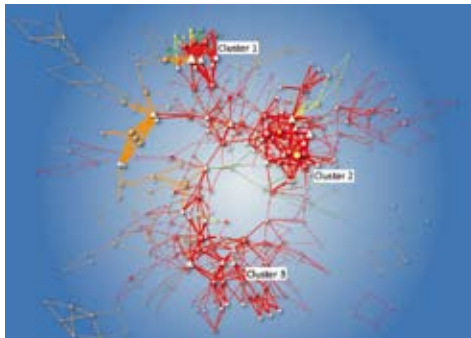


Copyright by FAS.research 2011



Copyright by FAS.research 2011

D E R M A C H T



Copyright by FAS.research 2011

Die Netzwerkanalysierer von FAS Research zeichnen für Kunden Beziehungsmuster nach. Sie helfen bei Lobbying und Entscheidungen und sehen sich als wissenschaftliche Antithese zu Facebook, XING und Co. Mehr und mehr interessiert das auch die Politik.

Jordanien sucht den Wasserexperten. Dem haschemitischen Königreich im Nahen Osten geht das kostbare Nass aus. Die Landwirtschaft im von Wüste geprägten Land verbraucht mehr als die wenigen Quellen zu geben vermögen. Ein salomonischer Kompromiss muss her. Einer, den möglichst viele Betroffene –Bauern, Viehzüchter, Regierungsbeamte und Wissenschaftler – mittragen. An Zayed Al-Aoun und Mohammed Al-Fayez führt da kein Weg vorbei. Alle Fäden laufen bei den beiden arabischen Honoratioren zusammen. Fäden, die die Wiener Netzwerkanalysierer von FAS Research in ihrem Büro der Alsergrunder Müllnergasse gesponnen haben. Gleich dem Netz einer Spinne, die strategisch wichtigen Punkte miteinander zu verbinden trachtet, zeichnen sie Verbindungen, Netzwerke und Vertrauensverhältnisse nach.

„Dafür müssen die Behörden wissen, mit wem es zu reden und zu verhandeln lohnt. Und das wissen am besten die Menschen vor Ort. Wer dann möglichst oft als Experte oder als Insider genannt wird, ist vermutlich ein Meinungsführer, ein Stakeholder, der den Mittelpunkt eines starken Netzwerks bildet“, sagt Harald Katzmayr, 42, Gründer und Geschäftsführer von FAS Research, einem Wiener Analyse- und Beratungsunternehmen mit den Schwerpunkten Executive Networking, Public Affairs und Campaigning.

$$\text{Macht} = \text{Ressourcen} \times \text{Beziehungen}$$

In einer Zeit, in der Netzwerken zu einem stehenden Begriff weit jenseits der Jugendsprache geworden ist, sehen sich Wirtschaft und Politik zunehmendem Druck ausgesetzt, Netzwerke zu bilden und

Kraftfelder zu verorten. So kommt den Analysen von FAS Research breit gefächerte Aufmerksamkeit zu. Es bildet Kommunikation, Kontakte oder, wie Katzmaier es nennt, „ganz natürliche menschliche Interaktion“ in Form von grafisch feinziselierten Netzwerken bildlich ab. Wer spricht warum mit wem, wer hält jemand anderen für vertrauenswürdig oder kompetent: darum geht es dort, wo Macht wichtig ist.



Macht, so schreibt Katzmaier in seinem im Sommer erschienenen Buch „Die Formel der Macht“, das ist das Ergebnis der Rechnung Ressourcen mal Beziehungen. „Jeder hat Macht, weil jeder etwas machen kann, wenn auch die Einflussphasen sehr unterschiedliche sind.“ Die Theorie, wie Macht entsteht und ausgeübt werden kann, das interessiert mehr und mehr auch die Politik. Das verschafft Katzmaier und seinen neun Mitarbeitern Aufträge längst nicht mehr nur aus Österreich.

Wie Sternbilder von Perry Rhodan

Zum Beispiel eben in Sachen Trinkwasser. 400 Menschen, die meisten von ihnen beduinische Bauern aus der jordanischen Wüste, wurden von Mitarbeitern des Ammaner Gesundheitsministeriums befragt, teils per Telefon, teils persönlich, bei Tee im Zelt. Die Daten haben Katzmaier und seine neun Mitarbeiter dann verbunden und in Form von Netzwerkgrafiken bildlich dargestellt. Ein Jahr hat das gedauert, herausgekommen ist ein Bild, das eher an die Kosmosfantasien eines Perry Rhodan erinnert als an die Trockenheit nahöstlicher Wüstenböden. „Die Grafik soll zeigen, dass ein Netzwerk nur so stark ist wie seine Peripherie“, sagt Katzmaier. Und das, so der studierte Philosoph, der vorher an der nahen Wirtschaftsuniversität arbeitete, gelte mindestens genauso für die Politik.

Drei Ministerien und mehrere politische Parteien, NGO und Unternehmen zählen zu den Kunden von FAS. „Die Fragen, mit wem sich für eine Partei der Dialog lohnt, wo noch blinde Flecken liegen und wie eine Partei an mehr Wählerstimmen kommen kann, lassen sich nur mit Netzwerkanalyse beantworten“, sagt Katzmaier.

1997 gegründet, profitierte FAS Research zunächst vor allem von der boomenden österreichischen Telekommunikationsbranche. In der Pionierzeit von Internet und Mobilkommunikation war Information über Kundenschaft, Zielgruppe und Nutzungsgewohnheiten heiß begehrt. Kurz darauf kam die Pharmabranche dazu. „Jeder wollte wissen, was die Bevölkerung eigentlich will“, sagt Katzmaier. Das gilt auch für Lobbying. „Wir können herausarbeiten, wer für bestimmte Themen der richtige Ansprechpartner ist.“ So groß sei der Unterschied zwischen politischen Parteien als Kunden und Wirtschaftsunternehmen als Kunden nicht, sagt Katzmaier. Alle hätten nämlich ein und dasselbe Problem, mit dem sie sich an FAS Research wenden: sie müssen Menschen für sich begeistern.

„Facebook? Das reicht nicht.“

Nein, eine Facebook-Präsenz reiche dafür nicht aus, meint er und lacht. Soziale Netzwerke im Netz führten Menschen mit den gleichen Interessen zusammen. „Dabei geht es doch um Komplementarität, also um Menschen, die unterschiedliche Ansätze haben, aber ein Ziel miteinander erreichen wollen.“ So ähnlich hält es Katzmaier auch im eigenen Unternehmen. Hatte es vor 14 Jahren zu zweit im 15. Wiener Gemeindebezirk begonnen, ist FAS Research im Laufe der Jahre auf zehn Mitarbeiter gewachsen und umgezogen, in ein schattiges, 150 Quadratmeter großes Parterrebüro in einem Altbau im Servitenviertel. Allzu große Wachstumsambitionen hegt FAS Research nach Aussage von Chef Katzmaier nicht. „Wir sind in der glücklichen Lage, nicht um Aufträge kämpfen zu müssen. Die Leute kommen zu uns, weil sie von anderen gehört haben, dass unsere Arbeit nützlich ist.“

Mittlerweile ist die Kunde von den Netzwerkanalysten aus dem Alsergrund ohnehin schon weit über die Grenzen Österreichs hinausgedrungen. Die größten Unternehmen der Welt, darunter Allianz, UPS und Pfizer, haben deren Dienste schon in Anspruch genommen. Ein Büro in New York hilft Katzmaier in puncto internationale Selbstvernetzung. Für eine Stiftung bildete FAS Research die US-amerikanische Biolandwirtschaft ab. Gerade wenn es um Lobbying geht und darum, persönliche Netzwerke aufzuspüren und zu analysieren, legt Harald Katzmaier auf eines besonderen Wert: Transparenz. „Wir sind keine Detektei, wir bilden nur öffentlich einsehbare Daten ab und recherchieren mit offenem Visier.“

Neben Betriebs- und Handelswissenschaftlern tummeln sich dort Soziologen, Informatiker und ein studierter Kunstgeschichtler. „Darum sehen manche unserer Grafiken aus wie Russian Art oder ähneln dem Bauhaus-Stil“, sagt Katzmaier und deutet auf die Grafik an der Wand hinter ihm, die von den Netzwerken jordanischer Bauern erzählt und nur auf den ersten Blick aussieht wie ein Himmel voller leuchtender Sterne.

-
-
-
-
-
-
-
-

<<http://www.fas.at>>