

**KLISCHEE** Susanne Riess-Passer und Diversity-Expertin Maud Pagel stehen Netzwerken kritisch gegenüber

# Das Frauen-Netzwerk alleine reicht für die Karriere nicht

Dass ein gutes Netzwerk ausreichend ist, um die eigene Karriere anzukurbeln, ist für Susanne Riess-Passer, Generaldirektorin von Wüstenrot, nicht mehr als ein Klischee: „Ich selbst bin aus Zeitgründen bei keinem formalen Netzwerk.“ Auch die Kontakte aus ihrer Zeit als Politikerin hätten sie nicht dorthin gebracht, wo sie heute steht.

Ihre Strategie beschreibt die Wüstenrot-Chefin viel lieber mit „Hartnäckigkeit“ und „nicht wehleidig sein“. Riess-Passer: „Frau nimmt beim Weg nach oben immer Blessuren mit, aber Frau wächst auch dadurch.“ Das hätte sie

selbst hart erlernen müssen, vor allem beim Einstieg in die Politik. Frauen, so Riess-Passer, waren in bestimmten Kreisen nicht erwünscht. „Ich habe mich aber immer dazugesetzt und bin geblieben.“ Frauen empfiehlt Riess-Passer daher, sich eine Strategie anzueignen, die „nicht unbedingt weiblich“ sein muss.

## Private Netzwerke

Durchsetzungsvermögen und weniger das Geschlecht oder die Anzahl von Netzwerken sind entscheidend, meint auch Maud Pagel, Diversity-Leiterin und Verantwortliche für Human Resource Deve-



**Susanne Riess-Passer**, Generaldirektorin von Wüstenrot, empfiehlt Frauen eine Strategie, die „nicht weiblich ist“

lopment bei der Deutschen Telekom. „Frauen müssen auch wollen und lernen Diskussionen zu führen, sowohl im Berufs- als auch im Privatleben.“ Auch gegenüber Frauennetzwerken äussert sich Pagel kritisch. „Bei einem Netzwerk zu sein heisst nicht gleichzeitig zu networken.“ Ausserdem seien Frauen im privaten Umfeld zwar „perfekte Netzwerkerinnen“, aber auf das Berufsleben können viele Frauen diese Fähigkeit laut Pagel nicht transferieren.

Der Hemmschuh: Die „Emotionalität“ vieler Frauen. Pagel: „Frauen müssen lernen mit Menschen zu netz-

werken, die sie nicht mögen.“ Männer könnten sich eher über persönliche Gefühle hinwegsetzen.

## „Chef-Netzwerker“

Wie wichtig richtiges und effizientes Netzwerken auch in Unternehmen selbst ist, hat Selma Prodanovic, Chefin der Wiener Business Development-Firma Brainswork, herausgefunden. Ihr Vorschlag lautet: „Es sollte in jedem Unternehmen einen Chief Networking Officer geben.“ Vor allem KMU brauchen für ihren Erfolg ein gut ausgebautes Netzwerk.

BARBARA SCHUMY  
b.schummy@wirtschaftsblatt.at