

**5. Buchvorstellung „ Was Männer tun und Frauen wissen müssen. Erfolg durch Networking.“ Merus Verlag, Berlin, Mai 2007.
Martina Haas, Berlin,
Rechtsanwältin, Consultant & Coach (www.konzept-innovation.de) und Autorin**

Beim Interview mit Frau Haas lerne ich eine engagierte, offene und hoch motivierte Frau kennen.

Martina Haas, 47 Jahre, deren Großeltern und Eltern einen mittelständischen Familienbetrieb in Baden-Württemberg führten, studierte Jura in Freiburg. Dort machte sie auch erste Erfahrungen in einer renommierten, auf Wirtschafts- und Steuerrecht spezialisierten Anwaltskanzlei. Die Liebe und ihre Lust beruflich größere Verantwortung zu übernehmen, brachten sie nach Berlin, wo sie eine beeindruckende Karriere beim Berliner Banken- und Immobilienkonzern durchlief, bevor sie sich mit ihrem Lebenspartner mit einer eigenen Anwaltskanzlei selbständig machte (www.ra-seiler-haas.de).

Im Laufe der Zeit machte Frau Haas die Erfahrung, dass „bei manchen Mandanten nicht nur rechtlich etwas nicht rund zu laufen schien. Insbesondere im kommunikativen Bereich gibt es bei Unternehmern wie bei Führungskräften und Mitarbeitern große Defizite, die oft zu rechtlichen Problemen führen können. Als Anwältin beschränkten sich ihre Möglichkeiten im Grunde auf die rechtliche Betreuung der Mandanten. Explizite Kommunikationsberatung konnte sie in diesem Rahmen nicht anbieten, Coachings ließen nicht abrechnen, sondern fielen in die Kategorie „guter Rat“. Da diese Einschränkungen Frau Haas nicht zufriedenstellte, gründete sie mit ihrem Partner Peter Seiler 2005 das Beratungsunternehmen Konzept & Innovation Consulting • Coaching) und entwickelte ein Konzept zur ganzheitlichen Betreuung der Mandanten durch das Consulting & Coaching Angebot und die Kommunikationsberatung. Einen wichtigen Vorteil dieser Kombination sieht sie darin, dass „durch die Zusammenarbeit in rechtlichen Belangen bereits eine Vertrauensbasis vorhanden ist, auf der aufgebaut werden kann.“

In ihrer Praxis coacht Frau Haas sowohl Männer als auch Frauen, allerdings so sagt sie, sehe sie in der Praxis immer noch einen Unterschied zwischen den Geschlechtern. „Frauen kennen sich in informellen betrieblichen Zusammenhängen zu wenig aus. Sie kennen daher kaum die ungeschriebenen Machtstrukturen ihres betrieblichen Umfeldes und wissen nicht, auf welche Chancen sie so verzichten. Erfolg im Beruf, so sagt eine Studie zu diesem Thema, ist nur zu 10% auf Leistung zurückzuführen. 30% des Erfolges beruht auf Selbstvermarktung und 60% auf das Beziehungsnetzwerk im betrieblichen und sonstigen Umfeld. Die meisten Frauen merken das erst spät und denken immer noch, es komme zu 90% auf die Leistung an.“

Die Erfahrungen in ihrer eigenen Karriere und viele Gespräche zum Thema bringen Frau Haas zu der Aussage, dass Frauen sich zum Teil selbst im Weg stehen. In ihrem Buch hat sie diesem Problem ein ganzes Kapitel gewidmet. „Zusammenfassend sehe ich folgende Aspekte, warum dies so ist“ sagt sie. „Viele Frauen haben trotz hoher Qualifikation und selbst in höheren Positionen kein ausreichendes Selbstbewusstsein. Sie fordern nicht oder zu wenig und sind oft zu bescheiden, wenn es um die Darstellung ihrer Leistungen geht und warten darauf, dass jemand ihre Stärken erkennt. Frauen leiden nicht selten unter einem gewissen Perfektionswahn. Sie müssen, zugegebenermaßen, immer noch mehr leisten als Männer, aber Frauen sind nicht mit 110% zufrieden sondern wollen mindestens 120% leisten, weil sie glauben, man verlange dies von ihnen. Und nun kombinieren Sie diese Annahme mit dem weiteren Irrglauben der Frauen, Leistung zähle zu 90% für den beruflichen Erfolg.“

Dieses Konglomerat an beruflichen Erfahrungen und solchen aus ihrem ehrenamtlichen Engagement für den VBKI (Verein Berliner Kaufleute und Industrieller e. V.), dessen Arbeitskreis Frauen in Wirtschaft und Gesellschaft sie 2004 ins Leben rief und seitdem leitet, war für Martina Haas Anlass, ihr Buch über Networking zu schreiben, das sich vor allem an Frauen wendet und diese zum konsequenten Netzwerken ermutigt.

Während ihrer Tätigkeit als weibliche Führungskraft hat sie gelernt, dass man sich im betrieblichen Umfeld an den „richtigen Männern“ orientieren muss. Nur über sie „kommt man zur richtigen Zeit an die wichtigen Informationen, die die eigene Karriereplanung beeinflussen. Man sollte sich an übergeordneten Männern orientieren, kann aber auch von zielstrebigen Kollegen eine Menge lernen. Leider neigen Frauen dazu, sich im Beruf mit gleichrangigen oder untergeordneten KollegInnen zusammen zu tun und in diesem Kreis kommen sie dann sehr schnell auf private Themen zu sprechen. Diese Art des Networking fördert zwar das Wohlbefinden, es bringt sie im Unternehmen leider in der Regel nicht weiter. „Ich habe, durch einen ehemaligen Chef, der nicht nur hoch intelligent, sondern auch hervorragend vernetzt war, viel gelernt über die bestehenden Machtstrukturen und Mechanismen im Konzern jenseits der offiziellen Organigramme. Er ist mit Informationen immer offen umgegangen und hat mich an Entscheidungen teilhaben gelassen. Natürlich war unbedingte Loyalität und gegenseitiges Vertrauen hierfür Voraussetzung. Ich würde ihn als meinen Mentor bezeichnen. Leider lebt er nicht mehr.“

Auf die Frage, ob diese Art der Offenheit und des Informationsaustausches eine Voraussetzung für erfolgreiches Networking ist und ob es dazu noch weitere, persönliche Voraussetzungen gibt antwortet sie: „Netzwerken setzt zunächst eine grundsätzliche Bereitschaft hierfür und die Erkenntnis voraus, dass Networking erforderlich ist. Ferner muss man wissen, was man will und braucht und wissen, wie man an bestimmte Informationen gelangt. Grundsätzlich muss man ein offenes Auge und Interesse an anderen Menschen haben. Man sollte auf Andere zugehen können, man muss fragen, wichtig ist auch das nachfassen. Netzwerken fällt nicht jedem gleichermaßen leicht, man sollte schon kommunikativ sein. Stockfische tun sich extrem schwer.“

Trotzdem ist sie der Überzeugung, dass man Netzwerken lernen kann. Allerdings muss man sich bewusst machen „man ist in seiner Hülle gefangen. Damit will ich sagen, dass man zwar einen gewissen Spielraum hat, sich andere Verhaltensweisen anzueignen, dass es aber in jedem Fall wichtig ist authentisch zu bleiben. Sonst wirkt alles gezwungen. Für den Anfang sollte man sich vornehmen, bei jeder Veranstaltung auf mindestens eine, besser aber zwei oder drei Personen, denen man noch nicht bekannt ist, zuzugehen und Kontakt aufzunehmen möchte. Sinnvoll kann es auch sein, sich für eine Veranstaltung ein Thema zu überlegen, mit dem man ein Gespräch beginnen möchte. Wenn man sich in einem Netzwerk auf Dauer nicht wohlfühlt, dann sollte man ehrlich sein und konsequent die Bremse ziehen und sich anderen Netzwerken anschließen.“

Fragt man Frau Haas nach einem Unterschied zwischen Networking im privaten und beruflichen Bereich, erklärt sie: „Networking findet überall statt, im Supermarkt, in der Warteschlange, im Zug oder Flugzeug, beim Arzt und, und, und. Da sind private und berufliche Bereiche oft schwer zu trennen und meiner Meinung nach, sollte man auch keine strikte Trennung vornehmen. Grundsätzlich wichtig ist die Zielsetzung des Networking, d.h. man sollte sich fragen, wofür man ein bestimmtes Netzwerk benötigt. Man muss sich selbst und seiner Zielsetzung treu bleiben. Wenn ich ein unsportlicher Mensch bin, dann brauche ich nicht in einen Golfclub zu gehen, weil das „in“ ist und ich mir erfolgreiche Kontakte verspreche. Die Kontakte, die man hat, müssen qualifiziert sein und dazu braucht man jedoch nicht immer Kontakt zu den Chefs und zur obersten Liga. Netzwerken muss sinnvoll sein und soll aber auch Spaß machen. Nach einer Weile muss man seine Netzwerke überprüfen, da man sich selbst verändert und sich auch die Netzwerke verändern. Ganz, ganz wichtig: man muss es ernst meinen! Netzwerken ist ein Geben und Nehmen. Schmarotzertum wird schnell durchschaut.“

Die Firma Konzept & Innovation bietet eine Netzwerkberatung speziell für Frauen an, ein bisher einmaliges Angebot in Berlin und wohl auch sonst. Sie betont, wie wichtig ein typgerechtes und individuelles Angebot für ihre Klienten ist. Sie betrachtet den gesamten Menschen in seinen bisherigen Netzwerken, beruflich wie privat. Zu ihren Kunden zählen neben Führungskräften zunehmend auch junge Leute, die wissen wollen, wie sie professionell netzwerken können. Durch ihr Buch hat Martina Haas gesehen, wie groß das Interesse an diesem Thema ist. Nicht nur die bestehende Vielfalt von Netzwerken, sondern Auch die starke Verbreitung von Netzwerken über das Internet trägt zu einem ständig wachsenden Bedarf an professioneller Beratung bei.

Auch dieses Gespräch möchte ich, wie bereits von unseren Frauenportraits bekannt, mit der Frage nach dem Motto von Frau Haas abschließen. „Dinge zu Ende bringen, nicht nur reden und leere Versprechungen machen sondern zu seinen Aussagen stehen, das würde ich als mein Motto bezeichnen“ sagt sie.

Genauso habe ich Martina Haas in unserem Gespräch erlebt. Ich danke ihr für dieses sehr anregende Gespräch und hoffe, wir werden in unserem Frauen coachen Frauen Netzwerk noch oft von ihr hören.

Andrea Juchem-Fiedler