

## Notiz Block



## Wettbewerb irritiert Manager

Topmanager blicken mit Zuversicht ins neue Jahr. Laut einer Studie des Management- und Technologie-Dienstleisters Accenture glauben drei Viertel von 900 internationalen Führungskräften, dass ihr Unternehmen heuer wachsen werde. Knapp die Hälfte der Befragten will 2006 die Ausgaben erhöhen. Manager aus Italien und Deutschland machen sich die geringsten Sorgen um ihren Geschäftserfolg. Gleichzeitig kümmern sich die deutschen Führungskräfte am wenigsten um neue Arbeitsplätze. Beinahe jeder Dritte will Mitarbeiter abbauen. Hingegen gaben 43 Prozent der spanischen Manager an, Personal aufnehmen zu wollen, und in Japan und China sind es gar 48 beziehungsweise 44 Prozent. Interessanterweise fürchtet sich das Gros der Führungskräfte am meisten vor dem, was die Wirtschaft antreibt: dem Wettbewerb. *rem*

## Zwischen Kind und Job

„Kinder sind ein wichtiger Teil unserer Zukunft, auch im und für den Handel“, sind sich Manfred Wolf von der Gewerkschaft der Privatangestellten und Erich Lemler von der Wirtschaftskammer Österreich einig. „Denn schrumpft die Bevölkerung, schrumpfen potenzielle Kunden und Möglichkeiten der gesellschaftlichen Weiterentwicklung.“ Die Zahlen weisen den Handel in Österreich als Schlüsselbranche für die wirtschaftliche und demografische Zukunft aus: Kaum Wirtschaftszweig beschäftigt so viele Frauen und so viele Mütter. Von 550.000 Beschäftigten im Handel sind mehr als die Hälfte Frauen, im Einzelhandel sogar zwei Drittel. Ein großer Teil davon hat Kinder unter 15 Jahre. Tagtäglich stehen sowohl diese Arbeitnehmerinnen wie auch die Unternehmen vor der Auf-

gabe, Beruf und Familie miteinander zu vereinbaren – erwarten doch die Kunden offene Geschäfte außerhalb üblicher Arbeitszeiten, also am Samstag oder am frühen Abend. Wolfgang Mazal, vom Institut für Arbeits- und Sozialrecht der Universität Wien, befasst sich mit Tendenzen verschiedener Indikatoren zur Familienentwicklung in Österreich und leitet daraus die Frage an den Handel ab, wie denn der stärker werdende Druck auf Familien reduziert werden könne. „Dazu eignen sich insbesondere Verbesserungen in der Kinderbetreuung im Wohnumfeld sowie ein neuer Zugang der Unternehmen zur Frage der Flexibilität. Flexibilität, die sich oft negativ auf das Einkommen auswirkt.“ *kl*

## Zu viel Geld macht unglücklich

Der deutsche Zukunftsforscher Matthias Horx berichtet über einen neuen Forschungszweig: die Glücks- und Optimismusforschung. „Die Glücksforscher kommen allesamt zu dem Schluss, dass die Zufriedenheit der Menschen mit dem materiellen Wohlstand zwar steigt, aber nur bis zu einem Einkommen von rund 5.000 Euro pro Monat. Reichtum macht also nicht automatisch glücklich. Umgekehrt gilt aber auch: Nur Geld allein macht ebenfalls nicht glücklich!“ Der Deutsche Daniel Kahnemann, er war Nobelpreisträger für Wirtschaftswissenschaften im Jahr 2002, hat wiederum nachgewiesen, dass das Glücksniveau eines Landes sehr wohl mit seinem Wirtschaftswachstum zusammenhängt: Glückliche Menschen sind Kahnemann zufolge bessere Arbeiter, Angestellte und Unternehmer, wodurch Produktivität und Wohlstand im Lande steigen. Die Nigerianer und die Vietnamesen liegen übrigens in der Rangliste der Glücklichen und Optimisten klar auf Platz eins. *kl*

**Netzwerker-Tipp:** In jeder Beziehung Aufmerksamkeit schenken.

## „Gehen Sie niemals alleine essen“, rät Ferrazzi

Der US-Amerikaner Keith Ferrazzi wird als einer der besten Netzwerker weltweit gehandelt. Sein Erfolgsrezept: Er hilft andern und pflegt seine Kontakte Tag und Nacht.

Hannes Stieger

„Never eat alone“ – das ist der Titel des Buches, in dem Keith Ferrazzi die Wichtigkeit sozialer Beziehungen im Business-Alltag aufzeigt. Der Erfolg des US-Amerikaners beruht auf seinem Talent, anderen Leuten zu helfen und Kontakte zu pflegen – das Wort „Networking“ hört er dabei gar nicht so gerne.

Ferrazzi, der die Daten seiner mehr als 5.000 Kontakte ständig pflegt und die Gabe hat, jedem seine ungeteilte Aufmerksamkeit zu schenken, schreibt seinen geschäftlichen Erfolg seinen Kontakten zu. Er war jüngster Marketing-Chef des Fortune-500-Unternehmens Star Wood und leitet derzeit sein eigenes Unternehmen Ferrazzi Greenlight, das sich den Slogan „Business is human“ auf die Fahnen geschrieben hat.

„Nicht einmal ich bin als Networker geboren worden“, verrät Keith Ferrazzi im Interview mit *economy*. „Ich hatte jedoch gute Vorbilder im Laufe meiner Karriere“ – zuerst als Golf-Caddy im örtlichen Country Club, später als Student in Yale. Er glaubt daran, dass in jedem die natürliche Gabe steckt, sowohl geschäftliche als auch persönliche Beziehungen aufzubauen. Das Geheimnis dahinter ist, dass es zwischen „persönlich“ und „geschäftlich“ nicht unbedingt einen Unterschied geben muss.

Allein deswegen hört er das Wort „Networker“ nicht zu gerne – ihm haftet das negative Stigma eines übereifrigen Visitenkarten-Austeilers an. Ferrazzi glaubt viel mehr an den Grundsatz „Erst geben, dann nehmen“. Er versucht zuerst, seinen neu gewonnenen Kontakten zu helfen – mit Informationen, mit Kontakten zu anderen Personen, mit seinem Wissen. Erst später, wenn überhaupt, dürfe man sich Gedanken darüber machen, wie einem selbst geholfen werden könne. „Beziehungen aufzubauen und zu pflegen ist kein Tool, das man bewusst einsetzen sollte. Es ist ein integraler Bestandteil des privaten wie geschäftlichen Lebens“, so Ferrazzi.

„Never eat alone“ steht als Synonym dafür, wie wichtig Kontakte im Geschäftsleben sind. „Natürlich nehme ich ab und zu mein Frühstück auch alleine ein“, so Ferrazzi augenzwinkernd, „aber der Titel soll daran erinnern, wie interessant

es mitunter ist, Personen in die Aktivitäten einzuführen, die man selber liebt – ob das jetzt gutes Essen, guter Wein, Workout oder Kunst ist.“ Ferrazzi hat von seinem Buch bereits mehr als 100.000 Stück verkauft. Derzeit schlägt es in Südkorea ein, wo man innerhalb weniger Monate 30.000 Stück abgesetzt hat.

## Geben statt nehmen

„Wenn ich etwas über die Jahre gelernt habe, ist es das: Man kann im Geschäftsleben nicht als Einzelkämpfer vorankommen. Erfolg kann nur durch Beziehungen erreicht werden – sowohl im privaten wie auch im geschäftlichen Bereich.“ Und: Geschäftliche Beziehungen sind gleichzeitig auch private Beziehungen. „Sie werden überrascht sein, wie sich der Erfolg vermehrt, wenn man sich darauf konzentriert, persönliche Beziehungen durch Großzügigkeit und Intimität zu schaffen.“

Dazu hat er freilich auch handfeste Tipps parat, die er selbst vorlebt. Regel Nummer

eins: den einmal gewonnenen Kontakt nicht abreißen lassen. Oft schreibt Ferrazzi nächtens nach einer Konferenz noch im Hotelzimmer E-Mails an die neuen Bekanntschaften und schafft bereits Mehrwert, indem er sie mit anderen Personen zusammenbringt. Mit wichtigen Kontakten setzt er sich regelmäßig in Verbindung, verschickt ständig Artikel und Informations-Snippets, die der betreffenden Person weiterhelfen könnten.

Wenn Ferrazzi in einer anderen Stadt weilt, lässt er es alle ihm dort bekannten Personen vorher wissen. Nicht selten bringt er sie auch zusammen. Er gibt regelmäßig Dinnerpartys, bei denen er Leute aus verschiedenen beruflichen und privaten Bereichen einlädt. Die Kontakte, die daraus entstehen, helfen seinem Netzwerk und damit wieder ihm. Ferrazzi meldet sich zuverlässig bei Geburtstagen und notiert sich Details, um beispielsweise das nächste Mal das richtige Geschenk für die Kinder eines Geschäftspartners mitzubringen.

## Schnappschuss



## Richtfest im Dreiliterhaus

Ende Mai 2006 soll das „Dreiliterhaus“ fertig gestellt sein. Am 2. Februar war Gleichfeier am Campus Sensengasse in Wien 9. Größter Mieter im „Haus der Forschung“ ist die Forschungsförderungsgesellschaft (in der Bildmitte die beiden Geschäftsführer Henrietta Egerth und Klaus Pseiner). Joanneum Research und der Wissenschaftsfonds ziehen ebenfalls ins Niedrigenergiebüro ein. Big Bauherr Bundesimmobiliengesellschaft verspricht, den Energieverbrauch auf 30 Kilowattstunden pro Quadratmeter und Jahr zu halbieren, so kam das Haus zum neuen Namen. Ein Insider hält es für möglich, dass neben der Bauweise auch die Tatsache, dass der Bau unterdimensioniert sei, die Energiekosten drossle. „Wenn die Mitarbeiter zusammenrücken müssen, wird es auch warm“, sagt er zu *economy*. *rem* Foto: Big