



Studierten Jus und wollten Anwalt werden, gekommen ist es dann ganz anders (v. li.): Inge Tiefenbacher (Jus Alumni), Markus Breitenecker (Seven-One Media), Gerhard Kantusch (P&C Pension Consulting), Roland Rief (Ernst & Young), Veronika Zügel (Constantia Packaging), Wolfgang Putschek (Raiffeisen Investment). Foto: Regine Hendrich

„Networking nicht wegen Selbstvermarktung“

Alumni-Netzwerke haben in Österreich wenig Tradition. Was eine solche Verbindung leisten kann und warum schon während des Studiums der Netzwerkgedanke gefördert werden sollte, wurde mit Juristen diskutiert.

Gudrun Ostermann, Judith Hecht

„Ein Netzwerk ist keine Seilschaft“, sagt Gerhard Kantusch, Vorstand von P&C Pension Consulting, „nur wird es von vielen als solche gesehen.“ Aber solche Netzwerke, die allein der eigenen Karriere auf die Sprünge helfen sollen, seien ohnehin von kurzer Dauer, prognostiziert Kantusch. Er selbst sei nur in Netzwerken, die auch ein Thema haben, etwas bewirken, erklärt er. Eines dieser Netzwerke ist der Jus Alumni Club. Seine Motivation dafür: den Jungen auch etwas zurückgeben zu können.

Im Gegensatz zu den USA oder Großbritannien seien wirksame Alumni-Verbindungen in Österreich noch eher die Ausnahme, ergänzt Inge Tiefenbacher, Geschäftsführerin des Jus Alumni. Der Grund dafür, so Tiefenbacher, habe auch mit dem Selbstverständnis der Unis zu tun. „Juristen lernen während ihres Studiums kaum, sich selbst zu vermarkten.“

Diese Selbstvermarktung ist aber für Markus Breitenecker, Geschäftsführer von Seven-One Media, der Hauptkritikpunkt an diesem Boom. „Netzwerke brauchen ein soziales, wirtschaftliches oder

kulturelles Thema, damit sie Sinn machen. Für die reine Selbstvermarktung kostet Networking zu viel Energie.“ Für seinen beruflichen Werdegang hat der Jurist auch nicht auf Netzwerke, sondern auf Leidenschaft gebaut. Das Studium selbst könne als Einzelkämpfer bewältigt werden, Teamarbeit habe keinen großen Stellenwert.

Für Veronika Zügel, ehemalige Headhunterin und jetzige Leiterin der Kommunikation und Personalentwicklung bei der Constantia Packaging, spielen Netzwerke eine wichtige Rolle. „Österreich ist ein Dorf, jeder kennt jeden, gerade in den mittleren und oberen Manager-Etagen. Für einen Headhunter sind Netzwerke das Nonplusultra“, erklärt sie. „Doch wenn mir heute jemand empfohlen wird, muss er doppelt so gut sein wie andere.“

Eine „Zählkarte für den Probe-

auftritt“ stellen für Wolfgang Putschek, Vorstandsmitglied der Raiffeisen Investment, Netzwerke dar. Die Frage sei, wie weit sie jemand für seine eigene Karriere verwendet. „Durchgehen und jeden fragen, ob er einen Job für einen hat, wird sicher nicht funktionieren.“ Als Absolvent der Theresianischen Akademie in Wien habe er mit Alumni-Clubs gute Erfahrungen gemacht. Beim Jus Alumni sieht er die Möglichkeit, die Bindung zur Ausbildungsstätte nicht abreißen zu lassen.

Gerade um diese Verbundenheit mit dem Juridicum aufrechtzuerhalten, sah sich Roland Rief, geschäftsführender Gesellschafter von Ernst & Young, dazu veranlasst, sich aktiv im Jus Alumni einzubringen. „Ich habe die Idee geschätzt, etwas Formelles zu schaffen, wo man sich treffen kann.“ Au-

ßerdem sei es für alle bereichernd, wenn sich mehrere Generationen einer Studienrichtung austauschen können, auch um zu sehen, welche beruflichen Wege mit einem Jus-Studium möglich seien.

Denn es gebe zwar für Notare und auch Anwälte solche Netzwerke, nicht aber für Jus-Absolventen, die nicht einen der klassischen juristischen Berufe gewählt haben, ergänzt Tiefenbacher. Auch wenn die Motivation der Teilnehmer für ein Jus-Studium der Anwaltsberuf war, so wählte keiner diesen Weg.

Damit der Alumni-Club nicht eine allzu lose Verbindung wird, müsse noch viel getan werden, so Tiefenbacher, denn „ein Jus-Studium fördert eher ein Konkurrenzdenken – ein Netzwerkdenken. Wir wollen eine Plattform bieten – um ein Netzwerk daraus zu machen, muss jeder selbst aktiv werden.“