

“Gennem de sidste par år er presset øget for, at vi får en mere global profil på netværket, og der er øgede krav til værktøjer og uddannelse. Vores største udfordring er at følge med ledernes dagsorden”

Christian Engelsen,
adm. direktør Institut for selskabsledelse



Først fejede finanskrisen benene væk under mange danske virksomheder. Nu er det den europæiske gældskrise, som presser direktørerne. Men den økonomiske bølgegang får blot lederne til at smide endnu flere kontingentkroner i de virksomheder, som lever af at tilbyde professionelle netværk. Der er hastig vækst i både medlemstal og toplinjer hos de store danske netværksvirksomheder, hvor medlemmerne skal betale op til 26.000 kr. årligt for at blive placeret i en netværksgruppe.

“De fleste har nogle udfordringer, som i dag er større, end de var, før vi røg ind i finanskrisen. Den mere erfaringsmæssige udvikling er meget mere hårdt på agendaen, man har enormt brug for at få adgang til hurtige råd og løsninger. Jeg tror, at krisen har fået den enkelte leder langt længere frem i skoene,” siger Jørgen Galsgaard, adm. direktør i Netværk Danmark, som har den største medlemskare.

Han startede netværket i Svendborg i 1992, fordi han som økonomichef i Fyens Andelsfoderstof-forening (FAF) manglede andre økonomichefer af sparre med. De første 100 breve han sendte ud til andre økonomichefer er i dag blevet til en god

forretning. I 2011 forventer Galsgaard, at både omsætning og medlemstal bliver fordoblet fra 2009-resultatet, og at netværket vil have 6500 betalende medlemmer og en omsætning på 68 mio. kr.

“Vi har en strategiplan om, at vi gerne vil være 10.000 medlemmer inden for nogle år,” siger Jørgen Galsgaard.

Netværk Danmark er også begyndt at kigge uden for Danmarks grænser, og har opstartet netværk i Finland og Korea.

Ventelisten vokser

Hos Institut for selskabsledelse er det ikke medlemstallet i selve netværksgrupperne, der vokser. For siden 2009 har adm. direktør Christian Engelsen nået sit mål om 999 topchefer. Til gengæld bliver ventelisten længere.

“Vi har haft fuldt hus i vores 24 netværksgrupper med 999 medlemmer siden januar 2010, og siden har vi udviklet bestyrelsesinstituttet Boarding Institute med yderligere 1100 medlemmer. Det er dem, som vi tilbyder ledige pladser i netværksgrupperne, og i dag har vi 300 på venteliste,” siger Christian Engelsen.

Får man noget for pengene?

Får man et godt afkast, hvis man betaler langt over 20.000 kr. årligt for at få adgang til ligesindede i et professionelt netværk?

Ifølge netværksforsker Christian Waldstrøm er der intet belæg for, at folk, der køber sig ind i et netværk har end hurtigere karriere.

“Jeg stiller spørgsmålstegn ved, om man får en “return of investment” i forhold til det gebyr, man betaler, og det man får ud af netværket. I Danmark er der skabt en stemning af, at hvis ikke man har købt sig til et netværk, så går karrieren i stå og dør,” siger Christian Waldstrøm, som er lektor ved Aarhus Universitetet og medforfatter til bogen Corporate Networking, der stiller et kritisk lys på de forskellige relationer og netværk, alle ledere skal forholde sig til.

Han opfordrer ikke til at fravælge netværk, men Christian Waldstrøm er skeptisk fordi folk ikke ved, hvad de skal forvente af netværkene. Skal det hjælpe karrieren på vej? Eller skal man lære nye mennesker at kende?

“I forhold til at gøre karriere er en-til-en-relationer meget mere effektive. Fællestræk for mange af de professionelle netværk er, at de derimod er et fagligt sparringsforum, der for mange ledere er små oaser i det kæmpe netværk, de er omgivet af,” siger Waldstrøm.

Spørgsmålet er så, hvad man skal kigge efter, hvis man overvejer et professionelt netværk?

“En af de ting, man skal gøre sig helt klart, er, at man ikke kan få alt i en pakke,” siger Christian Waldstrøm.

Derfor skal man tage stilling til, om det er faglighed, det sociale, karriemuligheder, nye kompetencer, lokal forankring eller noget helt andet, som man i virkeligheden søger.

“Man bliver også nødt til at spørge sig selv, om man er med i netværket, fordi det lyder godt i andres øre, at man sidder der? Eller om der er et reelt udbytte?” lyder det fra Christian Waldstrøm.

Derudover skal man være aktiv og opsøgende.

“Du kan ikke købe dig til et medlemskab og så forvente, at det vælter ind med goder. Man skal deltage og være aktivt lyttende,” siger Waldstrøm.

Af Cathrine Kier



Det koster et medlemskab...

Netværk

Netværk Danmark

Center for ledelse

Djøf

DI

Institut for selskabsledelse

Grupper/medlemmer

Omkring 6500 medlemmer
målrettet ledere på alle
niveauer i det private

Omkring 1000 ledere i 50
netværksgrupper med både
adm. direktører og PA'ere

Omkring 1300 medlemmer
fra studerende til ledere
inden for økonomi og
administration særligt i
det offentlige

Både branchefællesskaber,
regionale foreninger og
fagspecifikke grupper

999 topdirektører i 24 grupper.
Derudover 1100 i et tilknyttet
bestyrelsesnetværk

Pris

Fra 9500 kr.
til 18.000 kr.

Op til 55.000 kr.
afhængig af netværk

Fra 2012 koster det
22.900 kr.



“De fleste har nogle udfordringer, som i dag er større, end de var, før vi røg ind i finanskrisen. Man har enormt brug for at få adgang til hurtige råd og løsninger. Jeg tror, at krisen har fået den enkelte leder langt længere frem i skoene”

Jørgen Galsgaard,
adm. direktør i Netværk Danmark

Der er dog ikke køkultur i ventelisten, og nye medlemmer bliver nøje udvalgt efter, hvordan den resterende gruppesammensætning tager sig ud. Christian Engelsen er enig i, at krisetider giver netværkene gode betingelser, men udfordringerne for virksomhederne er ligeså store.

“Vores største konkurrent er medlemmernes job, som kræver mest af dem. Direktørerne vil jo gerne passe deres virksomheder. Vores berettigelse er, at vi skal levere værktøjer, som gør dem bedre til at passe deres arbejde,” siger Christian Engelsen.

Markedet er mættet

Han stiftede Institut for Selskabsledelse i 2005, og selskabet oplyser ikke omsætning, men havde i 2009 et resultat efter skat på 2,7 mio. kr.

Mens Netværk Danmark, Institut for selskabsledelse og en anden stor netværksudbyder, Center for ledelse, har skabt stor medlemssucces, så mener netværksforsker Christian Waldstrøm, at de ledere, som gerne vil være i et netværk, også har fundet et.

“Jeg kan ikke forestille mig andet, end at markedet må være mættet. Udskilningskampen er nu mellem de etablerede spillere,” siger Christian Waldstrøm, lektor ved institut for Marketing og organisation ved Aarhus Universitetet.

Han peger særligt på, at der under højkonjunkturen opstod en masse “guldgraver-netværk”, som er bukket under igen, mens de etablerede virksomheder, som vokser eksplosivt, har fundet en formel, der ser ud til at virke. Det er blandt andet et skarpt fokus på, at netværksmøderne er styret benhårdt af en mødeleder. Hverken Christian Engelsen eller Jørgen Galsgaard ser dog endnu et udskilningsløb foran sig.

“Jeg synes, at de aktører, der er på banen, supplerer hinanden godt, mere end at vi er direkte konkurrenter. Vi har forskellige missioner i markedet,” siger Jørgen Galsgaard.

Hos Netværk Danmark er det blandt andet mellemledersegmentet, som har oplevet stor fremgang over hele landet.

Heller ikke Institut for Selskabsledelse frygter konkurrence i deres segment, som udelukkende er topchefer særligt i københavnsområdet.

“Vi er ikke særligt påvirkede af eksterne spillere. Vi er påvirkede af medlemmernes krav. Gennem de sidste par år er der et pres for, at vi får en mere global profil på netværket, og der er øgede krav til værktøjer og uddannelse. Vores største udfordring er at følge med ledernes dagsorden,” siger Christian Engelsen.

Af Cathrine Kier Foto Charlotte Elgaard Christensen