



© Martha Göttinger

Zur Person

Kosima Kovar

Die Gründerin, Unternehmerin und Keynote-Speakerin wurde 2020 unter die „30 under 30“ (*Forbes Österreich*) gewählt und ist Gastlektorin an mehreren Universitäten in Österreich.

und Karriere unter einen Hut zu bringen, dann ist das für mich mangelnde Wertschätzung.

Das Thema Gehalt steht schon lange nicht mehr an oberster Stelle. Frauen wissen heute ganz genau, welchen Wert sie und ihre Arbeit haben. Es ist sehr wichtig, dieses Selbstwertgefühl weiter zu stärken.

medianet: Was kann ich als Arbeitgeber tun?

Kovar: Leider ist es in kaum einer Branche so, dass es keinen Gender-Pay-Gap gibt. Frauen stehen in der Wirtschaft vor anderen Herausforderungen als Männer, bereits aus der Historie heraus ist die Wirtschaft männlich geprägt. Der Mann arbeitet 40 Stunden, und die Frau ist daheim bei den Kindern und führt den Haushalt, erledigt also die Care-Arbeit. Das wandelt sich, es geht in die Richtung einer Balance – doch das alles geht viel zu langsam voran.

Es braucht eine neue Einstellung in der Wirtschaft. Unternehmen müssen herausfinden, vor welchen Herausforderungen Frauen in ihrem Unternehmen stehen – individuelle Wege brauchen einen individuellen Fokus. Dort setzen wir mit unserer ‚Ada-App‘ an.

Gleichzeitig fragen wir unsere Userinnen auch proaktiv, welche ihre Herausforderungen sind und wo Input nötig ist.

medianet: Ein Beispiel?

Kovar: Die Gesellschaft erzieht Frauen dazu, dass sie ‚Everybody's Darling‘ sein sollen. Wir lernen bereits als Kind, dass wir in eine höhere Stimmlage wechseln, wenn wir etwas wollen. Das ist im Berufsalltag aber nicht förderlich, da Menschen mit tieferen Stimmen ernster genommen werden und wir ihnen mehr Vertrauen schenken. Also müssen wir Frauen zu unserer tieferen Sprechstimme,

die wir ja haben, zurückfinden. Das besprechen wir mit unseren Stimmexpertinnen und Experten und geben die Informationen an unseren Userinnen weiter. Das ist eine Herausforderung, die ein Mann in den meisten Fällen gar nicht hat. Es geht auch um die körperliche Präsenz und den Raum, den sie etwa im persönlichen Gespräch oder auch auf Bildern, wie Teamfotos, einnehmen. Wir veranschaulichen, wie eine Frau mit ihrer Präsenz wirken kann und sich in einem Raum Platz verschafft und diesen einnimmt. Wir wenden uns mit der Ada-App an Frauen, aber natürlich laden wir ebenso Männer ein, sie zu nutzen. Ich vergleiche das gerne mit Werbung für Lippenstift: Natürlich können Männer auch Lippenstifte verwenden, aber sie sind – noch – nicht die Zielgruppe.

Wenn Unternehmen ein Leadership-Programm entwickeln, kann das etwa bereits in Sachen Rahmenbedingungen nicht für Männer und Frauen gleich gestaltet sein: Wir wissen, dass die Care-Arbeit immer noch überwiegend von Frauen geleistet wird und diese eben nicht mit einem zweitägigen Seminar in mehreren Stunden Entfernung kombinierbar ist. Da gäbe es noch viele weitere Beispiele.

medianet: Richtet sich die Ada-App eher an Frauen oder ist sie für Unternehmen gedacht?

Kovar: Für mich gibt es das System, und es gibt die Frau. Das sind nicht zwei unterschiedliche Dinge, sondern sie müssen zusammen funktionieren. Ich weiß aber als Frau, dass das System aktuell nicht auf meiner Seite steht, aber ich kann etwas verändern, indem ich versuche, meine Stärken sichtbar zu machen und mich zu positionieren. Das möchte ich mit der App so vielen Frauen wie möglich vermitteln.