

Förderung zum bilateralen Profit

Eine neue Agentur für Frauen unterscheidet sich von anderen Initiativen

Ein Pool für Arbeitnehmerinnen und Unternehmen, konzipiert und geführt von drei Karrierefrauen, ist als neue Agentur entstanden.



Für Elisabeth Kutschera-Heller, Hedy Schreder und Ingrid Kösten ist das Frauenthema ein „in jeder Hinsicht professionelles Anliegen“.

Daß das Jahr 2000 den Meilenstein des Einzugs der Frauen in die oberen Managementtränge markiert, prognostizierte schon Megatrend-Publizist John Naisbitt. Bis dahin soll sich der Führungsanteil der Frauen von derzeit rund zwei auf zwanzig Prozent verzehnfacht haben.

Zusätzlich veröffentlichte das schweizerische Prognos-Institut eine Studie, wonach im Jahr 2000 – verglichen mit 1985 – rund 30 Prozent weniger Arbeitskräfte zur Verfügung stehen werden, was laut Prognose bedeutet, daß mehrere hundert Managementposten in Österreich nicht zu besetzen sein werden, sollten dafür weiterhin vorwiegend Männer in Betracht kommen.

Überdies wirft die Managementmethodik im Zuge verstärkter Kundenorientierung und dem Anwachsen des Dienstleistungssektors verstärkt Schlaglichter auf „weibliche“ Eigenschaften, wie Kommunikationsfähigkeit und Einfühlungsvermögen. Kurzum: hoch an der Zeit, mit einem professionellen Frauennetzwerk in Österreich an

die Öffentlichkeit zu treten, wie Wirtschaftstreuhänderin Elisabeth Kutschera-Heller, Personalberaterin Hedy Schreder und Trainerin Ingrid Kösten befanden. Und sie gründeten die Agentur „womanSuccess – Agentur für Frauen in der Wirtschaft und im öffentlichen Bereich“, die sie gestern, Donnerstag, präsentierte.

Ihr gemeinsames Unternehmen stehe „nicht auf der grünen Wiese“, sondern sei das Produkt langjähriger Berufserfahrung aller drei Proponentinnen. Hedy Schreder merkte dazu an, daß 60 Prozent der Personalinserate noch immer in männlicher Sprachform abgefaßt seien. Ingrid Kösten kritisierte, daß Frauen im Schnitt nicht bloß „ein Drittel weniger verdienen, sondern auch weniger verlangen“. Elisabeth Kutschera-Heller, die aus der Unternehmensbera-

tung kommt, gab zu bedenken, daß die Statistik zwar von 30 Prozent weiblicher Unternehmer spricht, „darin die mittätige Ehefrau allerdings vergessen wird“.

Entsprechend umfassend ist auch das Geschäftsfeld der Agentur gesteckt: vom frauenspezifischen Headhunting, über Seminare, Beratungsstätigkeit bis zu Organisationsentwicklung in Unternehmen. „Das Frauenthema ist uns ein Anliegen, aber ein professionelles Anliegen“, meint Kutschera zur Frage nach der Preisgestaltung des Agenturangebots. Mitgliedschaft im Netzwerk durch Eintragung in die bereits vorhandene Datenbank gibt's gegen Mitgliedsbeitrag.

Ghettoisierung befürchten die neuen Agentur-Frauen nicht. Überdies, so Kösten, sei der Mitarbeiterpool „ganz gemischt“. (kbau)