

PERFORMANCE ANALYSE RESULTATE & REFLEKTION



TARGET
GENDER
EQUALITY



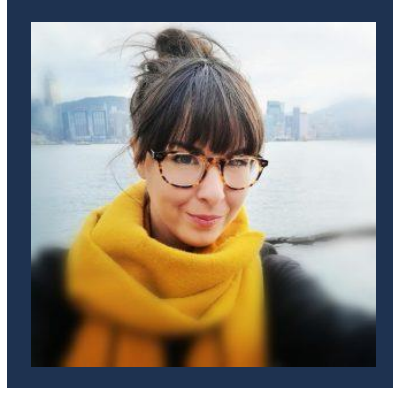
GLOBAL COMPACT NETWORK AUSTRIA & WORLD BENCHMARKING ALLIANCE



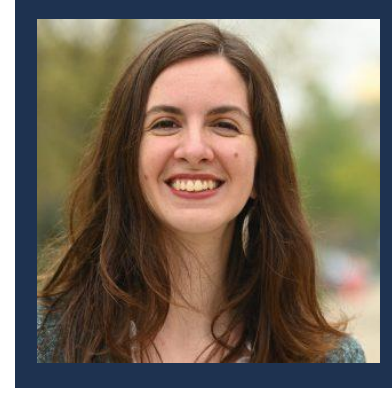
Stefanie Weniger
Head of Global Compact
Network Austria



MAGDALENA CHRISTANDL
Project Officer Human Rights,
Labour & Gender



Natasha Zervudachi
Research Analyst
World Benchmarking
Alliance



Sofía del Valle
Engagement Manager
World Benchmarking
Alliance



TARGET
GENDER
EQUALITY



World
Benchmarking
Alliance



AGENDA

1. INPUT WORLD BENCHMARKING ALLIANCE

2. RUNDTISCHGESPRÄCH

3. DATEN – AUSWERTUNG

- GLOBALE TRENDS
- LOKALE AUSGANGSBASIS - HEADLINES
- TGE AGGREGIERTE ERGEBNISSE– DEEP DIVES

4. REFLEKTION & DISCUSSION

5. NÄCHSTE SCHRITTE

Bitte fügen Sie Ihren Namen & Unternehmen im Zoom hinzu. Während des ganzen Webinars können Sie im Chat interagieren, sowie Ihre Hand heben um Ihre Meinungen oder Fragen zu teilen!

PERSPEKTIVEN VON EXPERTEN & EXPERTINNEN



Natasha Zervudachi
Research Analyst
World Benchmarking
Alliance



Sofía del Valle
Engagement Manager
World Benchmarking
Alliance



WARUM MESSEN WIR?



RUNDTISCHGESPRÄCH

- 1. BITTE TEILEN SIE IHRE ERFAHRUNGEN MIT DEM WEPs GENDER GAP ANALYSIS TOOL!**
- 2. WAR DIES DIE ERSTE EVALUIERUNG DIE IHR UNTERNEHMEN ZU DIESEM THEMA DURCHGEFÜHRT HAT?**
- 3. HATTEN SIE SCHWIERIGKEITEN DIE ANTWORTEN ZU BESTIMMTEN FRAGEN ZU FINDEN?**

GALE TRENDS

DER WEG ZUM KRITISCHEN FORTSCHRITT

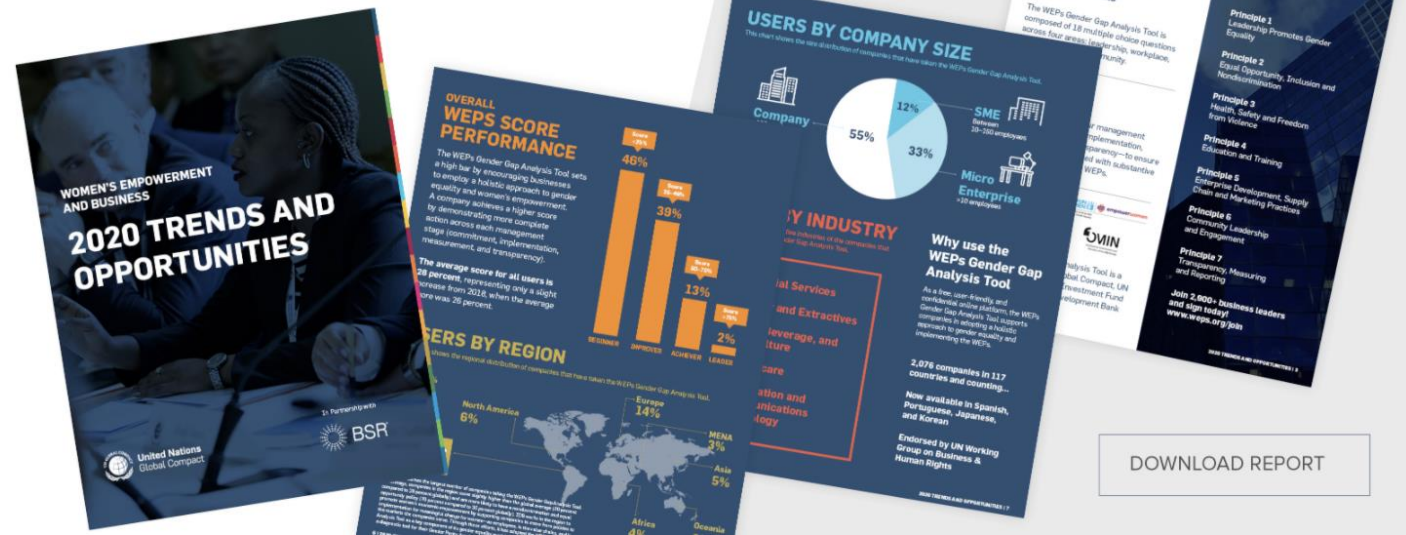
Insgesamt koennen wir Verbesserungen betrachten, aber es bleibt viel Spielraum fuer notwendige Verbesserung.

Der Grossteil an Unternehmen hat sich verpflichtet sich fuer die Gleichstellung der Geschlechter einzusetzen, mit ueber 5000 CEOs die das CEO Statement der Women's Empowerment Principles unterzeichnet haben.

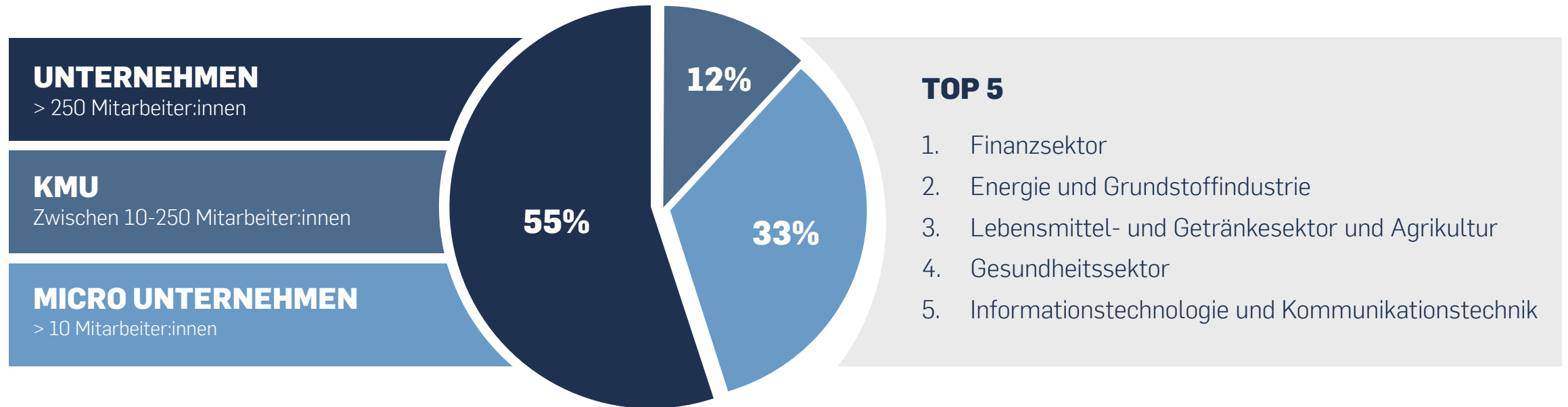
Dennoch, gibt es wenige Unternehmen die alle notwendigen naechsten Schritte taetigen um ihre Verpflichtung zur Gleichstellung der Geschlechter in Realitaet umzuwandeln, wichtige Aenderungen implementieren und ihren Fortschritt messen und transparent darueber berichten.

Starke Richtlinien sind die Grundlage fuer Umfeld der Frauen unterstuetzen, aber ohne konkrete Ziele, Programme und Rechenschaftspflicht besteht wenige Chance dass wir die Luecken in der Gleichstellung der Geschlechter schliessen werden.

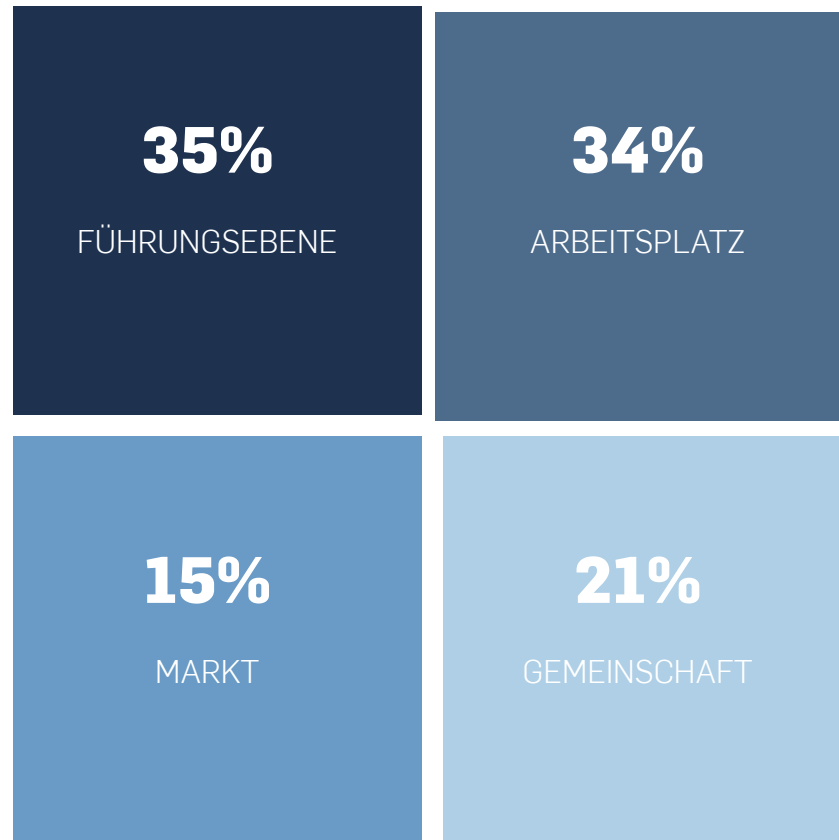
WOMEN'S EMPOWERMENT AND BUSINESS 2020 TRENDS AND OPPORTUNITIES



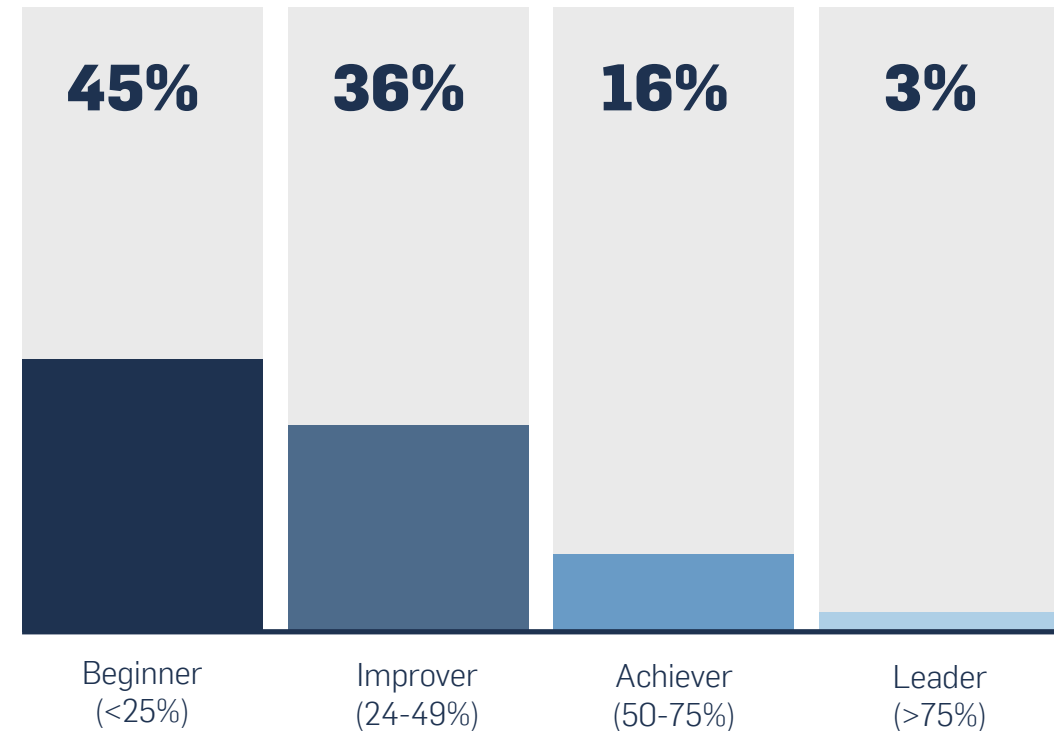
ÜBER 3500 UNTERNEHMEN – VON ALLEN REGIONEN, SEKTOREN UND GRÖSSEN – VERWENDEN DAS WEPs GENDER GAP ANALYSIS TOOL UM IHREN FORTSCHRITT ZU MESSEN.



NUR **3%** DER UNTERNEHMEN DIE DAS WEPs GENDER GAP ANALYSIS TOOL BEENDET HABEN BEFINDEN SICH IN DER HÖCHSTEN KATEGORIE. DIE MEHRHEIT IST IN DER KATEGORIE DER ANFÄNGER.



Percentage of companies scoring within the score brackets (beginner, improver, achiever, and leader)



FÜHRUNGSEBENE

DURCHSCHNITTSWERT | **35%**

68% setzten sich auf Führungsebene für Geschlechtergleichstellung und das Empowerment von Frauen ein

41% fördern das Engagement unseres Unternehmens in der öffentlichen Debatte

28% haben fristgebundene und messbare Ziele

25% Erstellen öffentlich Bericht über Fortschritte und Ergebnisse



SICHERE ARBEITSPLÄTZE GEWÄHRLEISTEN

GERECHTE ERGEBNISSE FÖRDERN

ARBEITENDE ELTERN UNTERSTÜTZEN

68%

Haben eine Richtlinie über Nulltoleranz gegenüber jeglichen Formen von Gewalt

35%

Verfügen über eine Richtlinie zu Nichtdiskriminierung und Chancengleichheit

67%

Bieten bezahlten Mutterschutz und Elternzeit für Männer

28%

Bieten jährliche Schulungen zu Nulltoleranz gegenüber jeglichen Formen von Gewalt

31%

Unternehmen proaktive Schritte zur Rekrutierung von Frauen in traditionell unterrepräsentierten Rollen

18%

Bieten sichere Kinderbetreuungseinrichtungen vor Ort oder Zuschüsse für externe Kinderbetreuung an

36%

Registrieren die Zahl der Beschwerden im Zusammenhang mit Gewalt am Arbeitsplatz aufgeteilt nach Geschlecht

25%

Lassen objektive Prüfungen zur Lohnungleichheit zwischen den Geschlechtern von internen oder externen Dritten durchführen

21%

Registrieren den Prozentsatz von Frauen und Männern, die Betreuungsbeihilfen in Anspruch nehmen

23%

Kommunizieren öffentlich den Ansatz zur Gewährleistung eines Arbeitsumfeldes, das frei von Gewalt ist

15%

Erstatten öffentlich Bericht über das Verhältnis zwischen Frauen und Männern in Bezug auf Grundgehalt und Vergütungen

9%

Erstatten öffentlich Bericht über die Gesamtzahl der Angestellten, die Betreuungsbeihilfen in Anspruch nehmen

MARKT

DURCHSCHNITTSWERT | **15%**

26%

Haben eine Richtlinie die die Darstellung von Geschlechterstereotypen hinterfragt

8%

Verfügen über robuste Due-Diligence- oder Bewertungsprozesse für Lieferanten und Anbieter

4%

Registrieren den Prozentsatz der Ausgaben, die auf frauengeführte Unternehmen entfallen

3%

Erstatten öffentlich Bericht über den Prozentsatz der Ausgaben, die auf frauengeführte Unternehmen entfallen



GEMEINSCHAFT

DURCHSCHNITTSWERT | **21%**

33%

Haben eine Richtlinie, die die Verankerung der Geschlechtergleichstellung in CSR-Aktivitäten, Philanthropieprogrammen, öffentlichem Engagement und Partnerschaften fordert

9%

Bewerten die unterschiedlichen Auswirkungen auf Männer und Frauen bei der Bewertung zu Menschenrechten und sozialen Auswirkungen

14%

Haben eine klare Zielsetzung hinsichtlich der Verbesserungen für Frauen und Mädchen, die es mit der Entwicklung und Umsetzung von Gemeinschaftsprojekten erreichen möchte

12%

Erstatten öffentlich Bericht über die Anzahl von Begünstigten der Gemeinschaftsprojekte und -initiativen, aufgeteilt nach Geschlecht



LOKALE AUSWERTUNG



IM DURCHSCHNITT FALLEN UNTERNEHMEN IN ÖSTERREICH IN DIE KATEGORIE “**IMPROVER**” MIT EINEM DURCHSCHNITTSWERT VON:

Beginner (<25%) | **Improver** (25% - 49%) | **Achiever** (50%-75%) | **Leader** (>75%)

Österreich
34.6%

Europa
37.7%

Global
34%

DURCHSCHNITTS PERFORMANCE IN DEN VIER STADIEN:



STRATEGY & ZIELSETZUNG

GLOBAL

39%

EUROPA

56%

ÖSTERREICH

78%

36%

54%

56%

Verfolgen eine unternehmensweite Gleichstellungsstrategie, die spezifische Prioritätsbereiche aufzeigt, in denen weitere Verbesserungen möglich sind

Haben fristgebundene und messbare Ziele in der Strategie inkludiert

FRAGE DIE AM HÄUFIGSTEN ÜBERSPRUNGEN WIRD

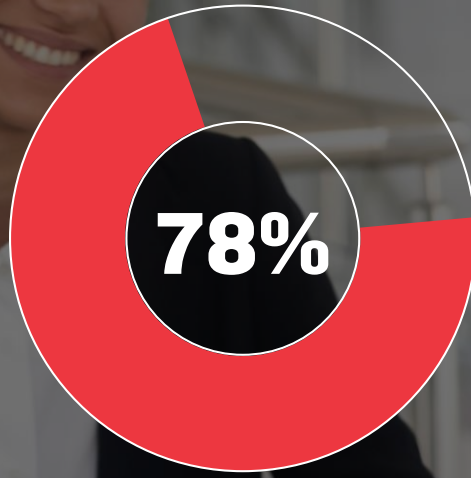
13. Does your company take proactive procurement steps to expand relationships with women-owned businesses in the value chain and when contracting vendors?

- ☐ **No**, our company currently does not have an approach, but:
- ☐ **Yes**, our company does take proactive procurement steps to expand relationships with women-owned businesses in the value chain and when contracting vendors.
- ☐ **Not Applicable**, The company does not have vendors or suppliers.

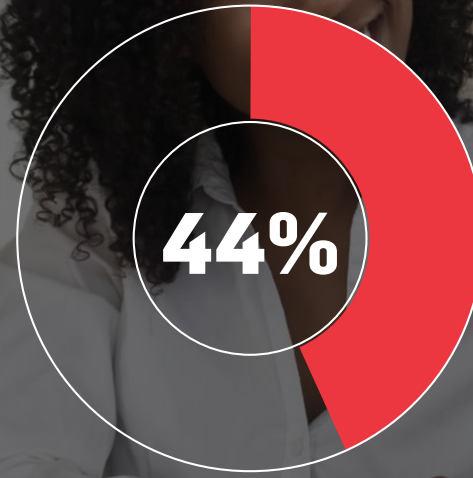
TGE AGGREGIERTE RESULTATE DEEP DIVES



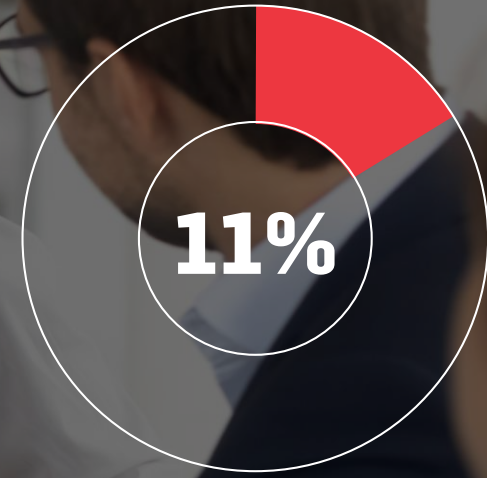
NICHT-DISKRIMINIERUNG & CHANCENGLEICHHEIT



...verfügen über eine **Richtlinie** zu Nichtdiskriminierung und Chancengleichheit

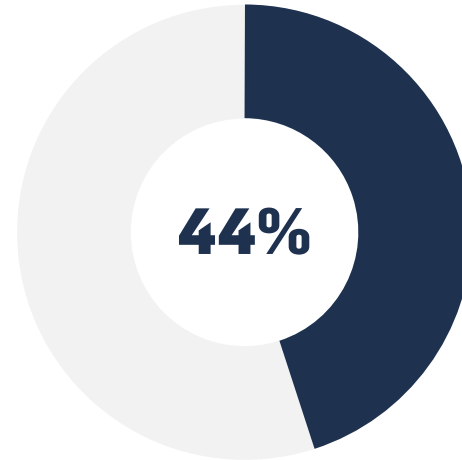


...bieten allen Angestellten, einschließlich Managern, **Schulungen** zu Nichtdiskriminierung und Chancengleichheit an

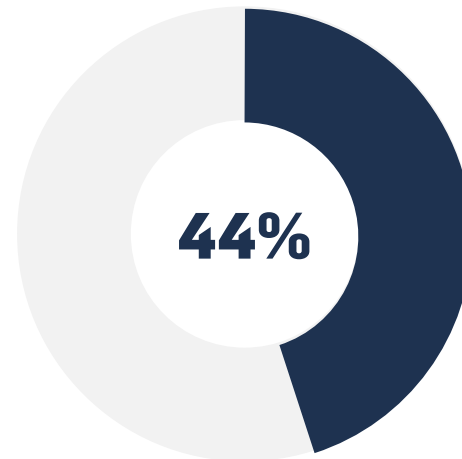


...bieten allen Angestellten Training zu unbewussten **Vorurteilen** an

EINSTELLUNGSVERFAHREN



Haben eine eigenständige **Richtlinie** oder eine Verpflichtung, die in der breiteren Unternehmenspolitik eingebettet ist, zu Nichtdiskriminierung und Chancengleichheit, die speziell das Thema Geschlechtervielfalt im Einstellungsprozess anspricht



Verfolgen Personalrekrutierung und Gründe für Personalfluktuatation, aufgeteilt nach Geschlecht

EINSTELLUNGSVERFAHREN

Gewährleisten, dass Stellenausschreibungen geschlechtergerechte (Bild-)Sprache verwendet werden

78%

Gewährleisten eine ausgewogene Geschlechterverteilung der Interviewer bei Vorstellungsgesprächen

44%

Gewährleisten, dass sowohl weibliche als auch männliche Bewerber zu Vorstellungsgesprächen eingeladen werden

78%

Setzen proaktive Schritte zur Rekrutierung von Frauen in traditionell unterrepräsentierten Rollen

67%



↑
100%

WEITERBILDUNGS- UND BEFÖRDERUNGSPROZESSE



38%

Unternehmen >250

0%

KMUs

Haben fristgebundene und messbare **Ziele** zur Schaffung einer Talent-Pipeline an qualifizierten Frauen für Managementpositionen

WEITERBILDUNGS- UND BEFÖRDERUNGSPROZESSE

Erstatten Stakeholdern des Unternehmens öffentlich Bericht über die Gesamtzahl an Frauen im Vergleich zu Männern in Management- und Führungspositionen

43%

Haben Maßnahmen ergriffen, die sicherstellen, dass der Zeitplan von Weiterbildungsprogrammen mit den terminlichen Anforderungen von Männern und Frauen abgestimmt ist

62%

Bieten Führungskräfte-Coaching mit speziellem Fokus auf Frauen an

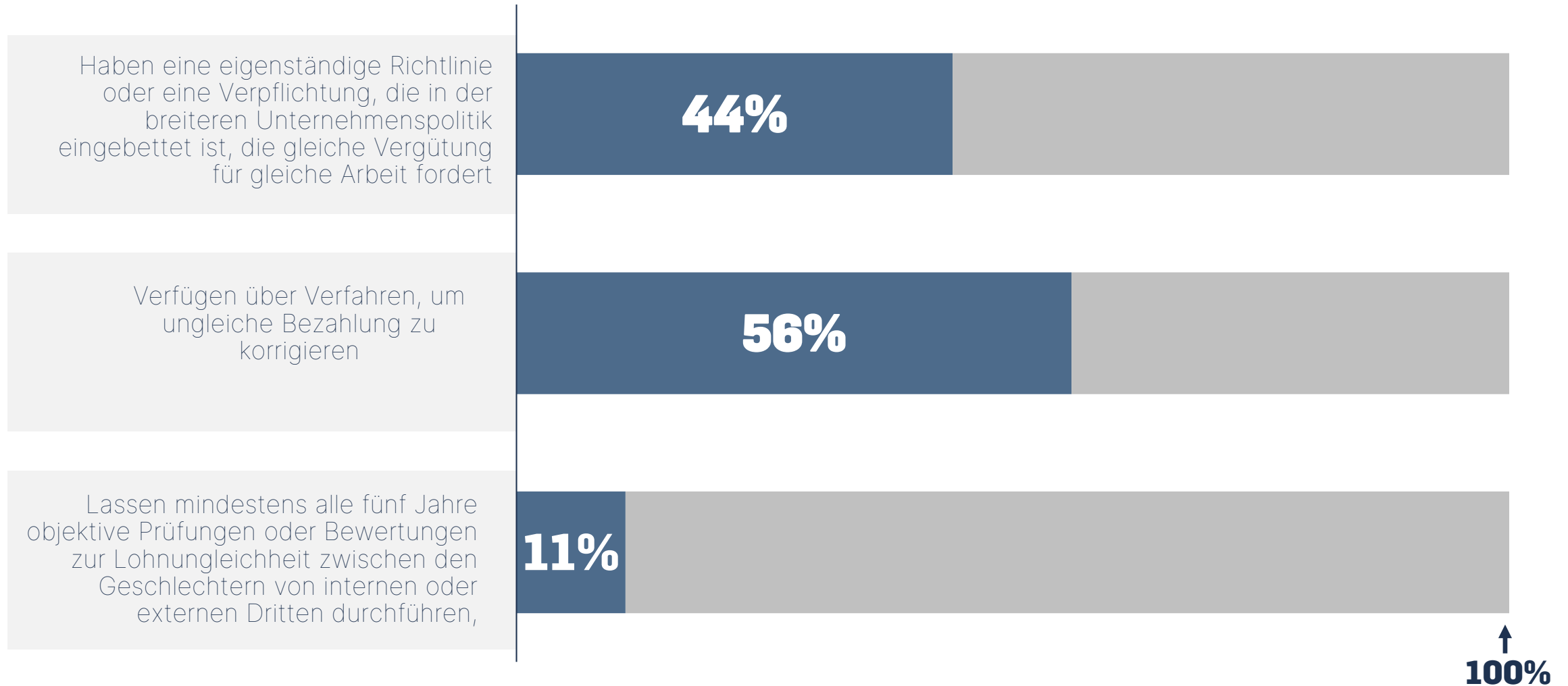
43%

Bieten Mentoringprogramme für die Weiterentwicklung speziell von Frauen an

38%

↑
100%

GLEICHE VERGÜTUNG VON FRAUEN UND MÄNNERN



ELTERNZEIT FUER MÜTTER UND VÄTER

33%

Kommunizieren Richtlinien zum Mutterschutz an alle Angestellten und informiert sie über Änderungen

44%

Verfolgen die Wirksamkeit des internen Ansatzes zur Bindung von Frauen nach dem Mutterschutz

11%

Holen die Meinung von weiblichen Angestellten ein oder führt Umfragen im Unternehmen durch, um zu ermitteln, ob die Mutterschaftsleistungen die Bedürfnisse der Angestellten erfüllen

33%

Kommunizieren Richtlinien zu bezahlter Elternzeit für Männer an alle Angestellten und informiert sie über Änderungen

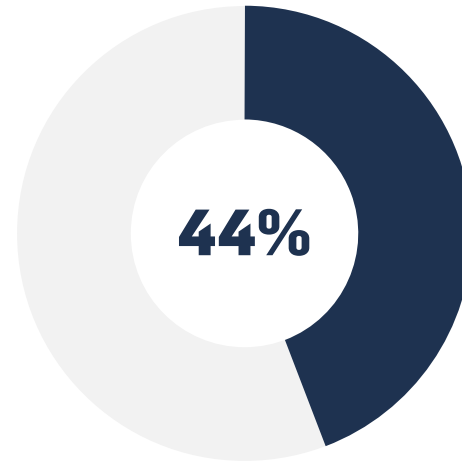
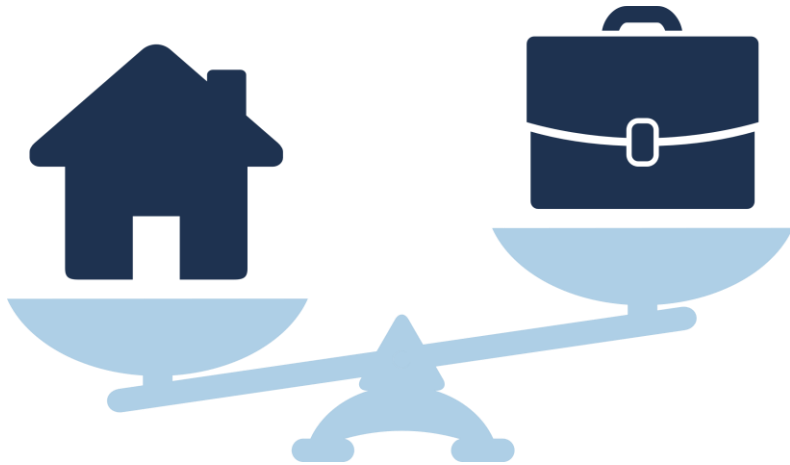
67%

Registrieren die Anzahl von Männern, die Elternzeit in Anspruch nehmen

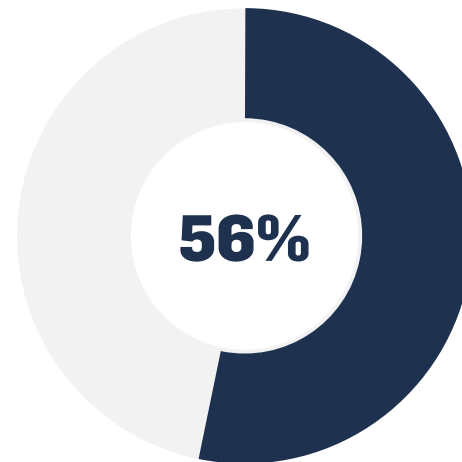
0%

Bieten Anreize für Männer, bezahlte Elternzeit in Anspruch zu nehmen

WORK LIFE BALANCE & UNTERSTÜTZUNG VON ANGESTELLTEN IN IHRER ROLLE ALS ELTERN UND BETREUUNGSPERSONEN



Haben eine eigenständige Richtlinie oder eine Verpflichtung, die in der breiteren Unternehmenspolitik eingebettet ist, die die Work-Life-Balance aller Angestellten verbessern soll



treffen Vorkehrungen für die Anstellung von Teilzeitbeschäftigten

WORK LIFE BALANCE & UNTERSTÜTZUNG VON ANGESTELLTEN IN IHRER ROLLE ALS ELTERN UND BETREUUNGSPERSONEN

78%

Bieten Gleitzeit an

78%

Bieten Telearbeit an

56%

Ermöglichen eine schrittweise Rückkehr zur Arbeit nach der Elternzeit

33%

Stellen saubere und sichere Räumlichkeiten zum Stillen bereit

44%

Bieten Kinderbetreuungseinrichtungen vor Ort an

GEWALT, BELÄSTIGUNG UND SEXUELLE AUSBEUTUNG

Haben eine eigenständige Richtlinie oder eine Verpflichtung, die in der breiteren Unternehmenspolitik eingebettet ist, die Nulltoleranz gegenüber jeglichen Formen von Gewalt am Arbeitsplatz fordert

89%

Haben vertrauliche Beschwerde- und Schlichtungsverfahren sowie Schutz vor Vergeltungsmaßnahmen eingeführt

89%

Bieten allen Angestellten jährliche Schulungen zu Nulltoleranz gegenüber jeglichen Formen von Gewalt an

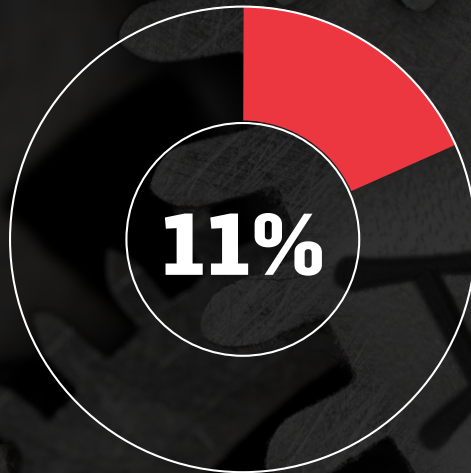
33%

Bieten Opfern häuslicher Gewalt vertrauliche Unterstützung an

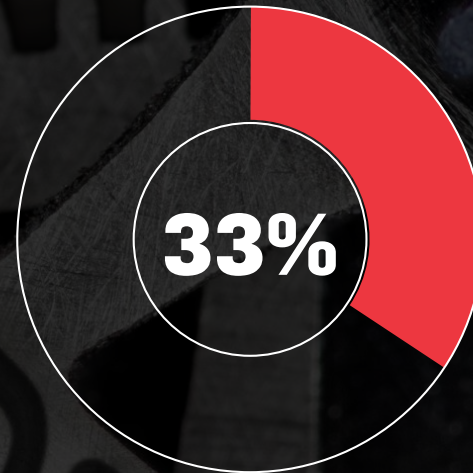
56%

↑
100%

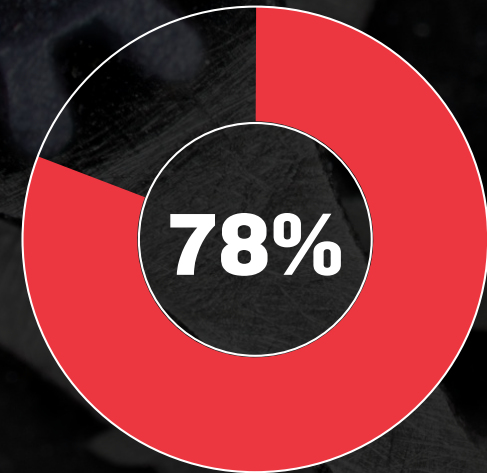
VERANTWORTUNGSVOLLES MARKETING



...Überprüfen Marketingmaterial und -taktiken auf negative Geschlechterstereotype

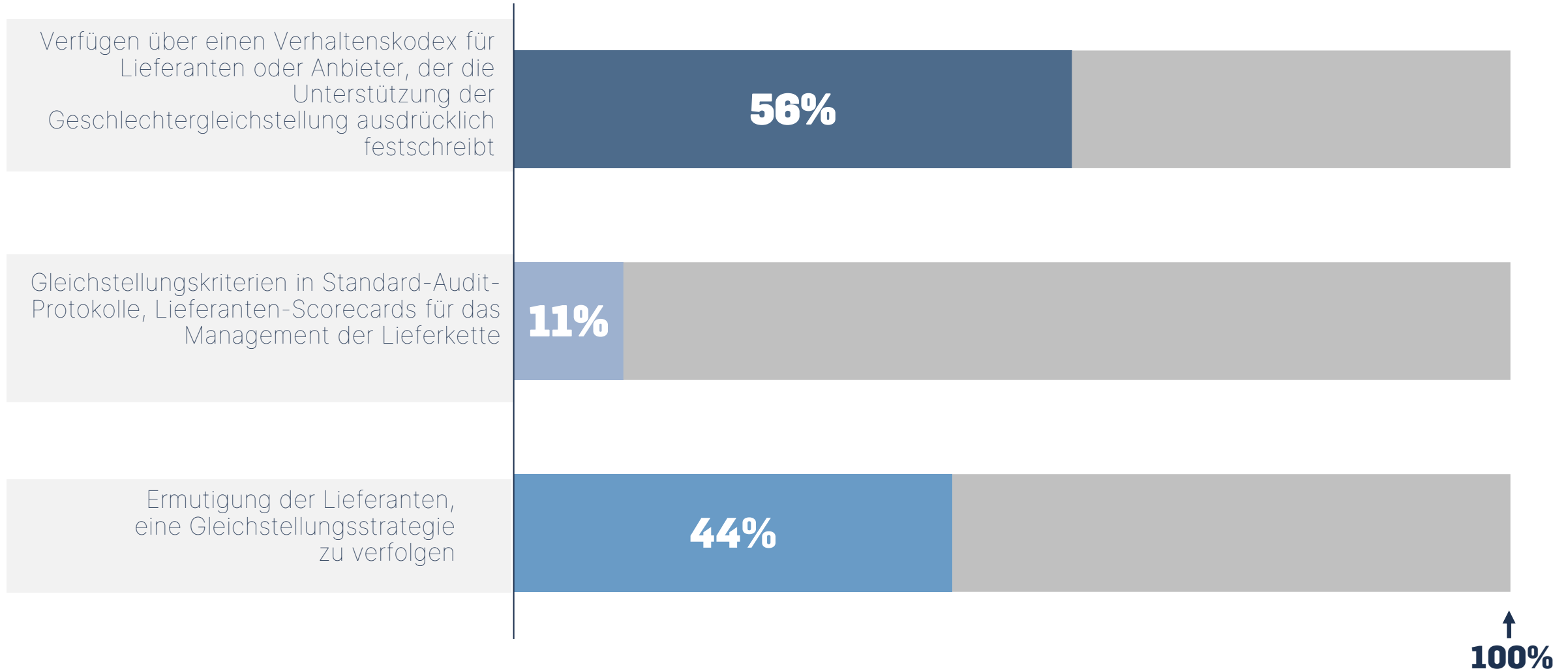


...Verfügen über einen Marketingansatz, der die bestehenden Geschlechternormen infrage stellt und ein positives Image von Frauen und Mädchen fördert



...verfolgen die Anzahl der Marketingbeschwerden im Zusammenhang mit Geschlechterstereotypen oder negativen Darstellungen von Frauen

WERTSCHOEPPUNGSKETTEN & VON FRAUEN GEFÜHRTE UNTERNEHMEN



REFLEKTION & DISKUSSION

REFLEKTION & DISKUSSIONSFRAGEN

- 1. WAREN SIE VON DEN RESULTATEN ÜBERRASCHT?**
- 2. WELCHE WEITEREN KOLLEGEN & KOLLEGINNEN IN IHREN TEAMS KÖNNTEN DIE RESULTATE INTERESSIEREN?**
- 3. WELCHE ASPEKTE IHRER AKTIVITÄTEN WURDEN NICHT VON DEN FRAGEN ABGEDECKT?**
- 4. WELCHE ERKENNTNISSE DER ERGEBNISSE GLAUBEN SIE WERDEN HILFREICH SEIN WENN SIE ZIELE UND PLÄNE ENTWICKLEN UM MEHR FRAUEN IN FÜHRUNGSEBENEN ZU BRINGEN?**

ZUSÄTZLICHE ENGAGEMENTMÖGLICHKEITEN

How to advance women's leadership in climate action	14 October – 9AM EDT
How to ensure internal buy-in and foster engagement	26 October – 5 AM EDT
Women's Empowerment Principles 101	28 October – 12 PM EDT
How to combat sexual harassment in the workplace - European regional session	27 October – 4 AM EDT
How to engage men as allies for gender equality	3 November – 8 AM EDT 8 November – 11 PM EST
How to leverage resources and brand gender equality internally	18 November – 7 AM EST 18 November – 11 AM EST
How to advance gender equality in fragile & conflict-affected environments	7 December – 9 AM EST
How to advance gender equality in male-dominated corporate functions	8 December – 11 PM EST 9 December – 8 AM EST
Combining global, regional & local approaches for multi-national companies	January 2022
Prioritizing Action for SMEs	January 2022
Inclusive Language Training	February 2022
How to be an activist – meaningful engagement on International Women's Day and beyond	February 2022
Target Gender Equality LIVE	March 2022

Alle Informationen dazu finden Sie auf der [UNGC Website](https://www.unglobalcompact.org/what-is-ungc/our-work/advancing-our-agenda)

NÄCHSTE SCHRITTE:

MODUL 1: Setting targets & defining ambition

Anfang November: Doodle-Kalender



Photo: Getty Images

SDG AMBITION



Sechsmonatiges Accelerator-Programm entwickelt, das Unternehmen dabei unterstützt, innovative Geschäftsstrategien in Einklang mit den SDGs zu entwickeln und die Integration der SDGs in das Kerngeschäft voranzutreiben.

Unternehmen im Global Compact Network Austria haben jetzt die Möglichkeit kostenfrei an der virtuellen Programmausführung des [Deutsches Global Compact Netzwerk](#) teilzunehmen. Werden Sie jetzt Teil einer internationalen SDG-Business Community und lernen Sie Seite an Seite diverser Unternehmen, wie Sie strategische Prioritäten zu den SDGs setzen können. Eine Anmeldung ist noch bis zum 15. Oktober 2021 möglich!

Weitere Informationen und Anmeldung hier: https://lnkd.in/e_BQ3nN



TARGET
GENDER
EQUALITY



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

#TargetGenderEquality