



JAARPLAN 2022

WOMEN
INC
●



INHOUDSOPGAVE

Vooruitblik	4
Inleiding	7
Hoofdstuk Impact 2030	9
Hoofdstuk Gezondheid	12
Hoofdstuk Werk	16
Hoofdstuk Geld	20
Hoofdstuk Media	24
Hoofdstuk Thought Leadership	28
Hoofdstuk Community & Communicatie	30
Hoofdstuk Organisatie & Bedrijfsvoering	34
Colofon	38

VOORUITBLIK 2022

*Deze vooruitblik is een visuele weergave van een selectie van activiteiten in 2022. Hiervoor zijn foto's van eerdere activiteiten of campagnes gebruikt.



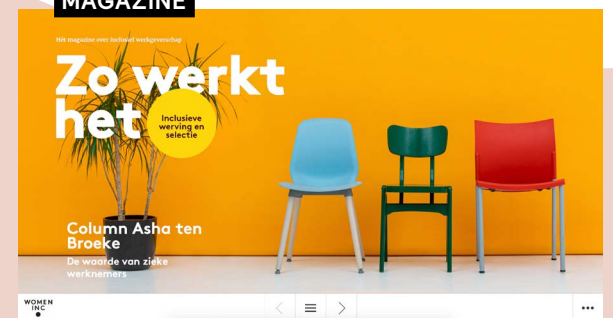
FEBRUARI:
CAMPAGNE OVER
DE PENSIOENKLOOF
TUSSEN VROUWEN
EN MANNEN



MAART:
INTERNATIONALE
VROUWENDAG,
8 MAART



APRIL:
WERKGEVERSEVENT
MET BIJBEHOREND
MAGAZINE

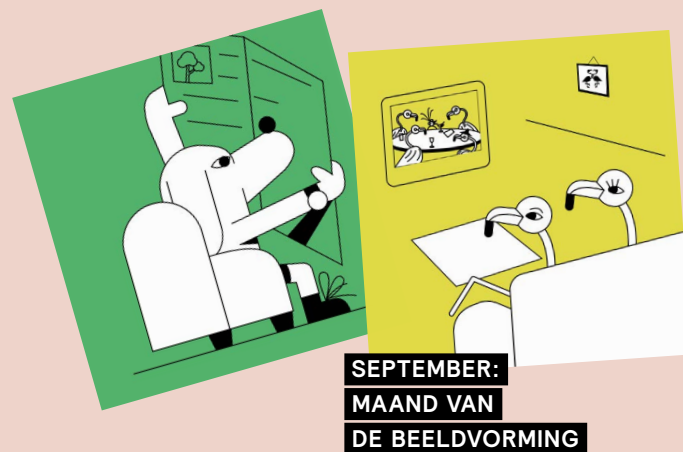


APRIL-MEI:
AFSLUITER ALLIANTIE
GEZONDHEIDSZORG
OP MAAT

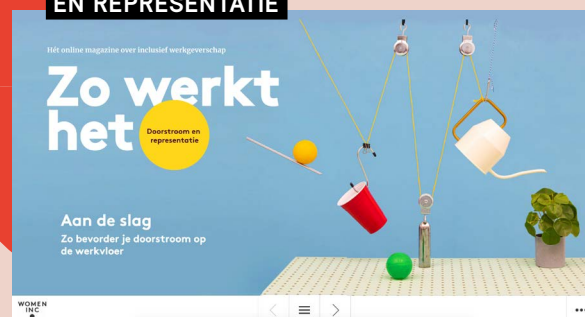
MEI-JUNI:
AFSLUITER ALLIANTIE
SAMEN WERKT HET!



MEI-JUNI:
FUNDING MOTHERS
EVENT



SEPTEMBER:
WERKGEVERSEVENT +
MAGAZINE OVER
DOORSTROOM
EN REPRESENTATIE



WOMEN
INC
•
ABN AMRO
EEN NOG ONVERTELD
VERHAAL
Verkenkend onderzoek
naar gender(on)gelijkheid
in de kunstwereld

OKTOBER: CAMPAGNE
I.S.M. ABN AMRO
OVER BEELDVORMING/
REPRESENTATIE
IN DE KUNST.



OKTOBER: CAMPAGNE
OVER VROUWSPECIEKE
AANDOENINGEN

NOVEMBER: T OP
CAMPAGNE OVER
GELIJKE BELONING





INLEIDING

Overall, altijd, gelijke kansen voor iedereen.

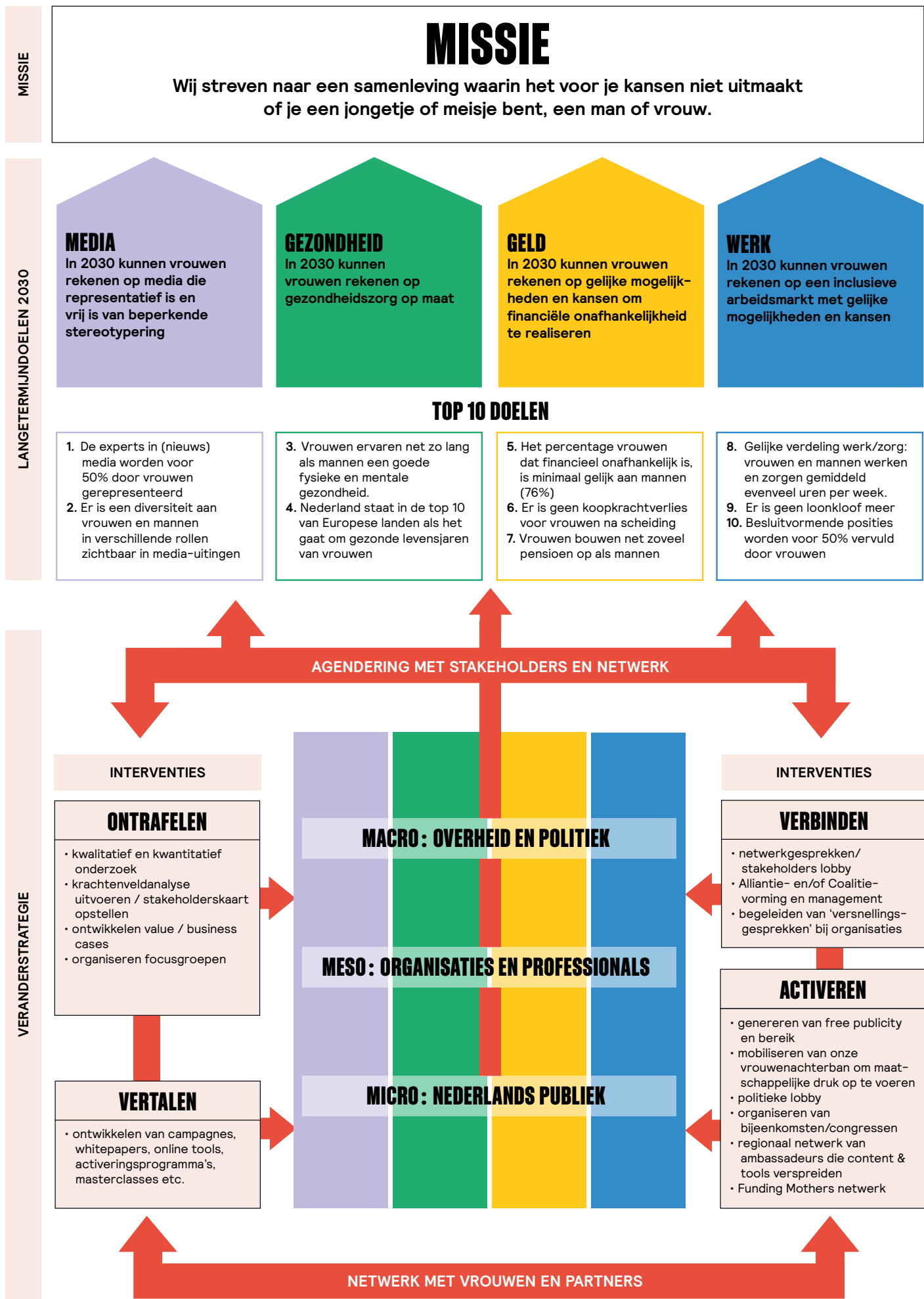
Mooi dat je het WOMEN Inc. Jaarplan van 2022 voor je hebt. Wij willen je graag meenemen in onze missie dat het voor je kansen niet uitmaakt of je een jongetje of een meisje bent. In Nederland is dat nu nog wel het geval. We zien zeker een aantal positieve ontwikkelingen en verschuivingen in gender equality, mede dankzij doorbraken in 2021 waar we zelf aan meewerkten: zoals betaald partnerverlof; de wet ingroeiquotum en streefcijfers o.b.v. het SER advies over Inclusief Werkgeverschap; en de taakopdracht voor Gendersensitieve Gezondheidszorg van het ministerie van Volksgezondheid Welzijn & Sport aan financieringsorganisatie ZonMw. En meer in het algemeen roeren steeds meer individuen, media, organisaties en coalities zich voor een inclusievere samenleving.

Tegelijk vinden wij dat het sneller kan en moet gaan. In 2022 is het precies 100 jaar geleden dat er verkiezingen met algemeen kiesrecht, ook voor en met vrouwen, werden gehouden. De verschillen tussen vrouwen en mannen in de domeinen Geld, Gezondheid, Werk en Media zijn nog te groot. Er is nog steeds loonverschil, de financiële afhankelijkheid van vrouwen is nog te groot, met alle gevolgen van dien bij scheiding en rond pensioen, voor vrouwen en hun kinderen. De stem van vrouwen in de (nieuwe) media, zowel voor als achter de schermen, in de politiek en op besluitvormende posities moet – meer dan ooit – versterkt worden. En meisjes en vrouwen verdienen dezelfde kwaliteit van leven en gezondheidszorg als mannen. We zijn ervan overtuigd dat we dit in 10 jaar kunnen realiseren, door naar systeemverandering te streven: fix the system, not the women! Vorig jaar brachten we onze punten daarom op alle mogelijke manieren in bij de nationale verkiezingen, via politieke partijprogramma's tot het grote stemmende publiek. De formatie zal in 2022 tonen, hoeveel van onze zes punten de komende vier jaar in beleid zullen worden omgezet. In 2022 ligt er weer een heel nieuw jaar voor ons om verandering te realiseren volgens alle strategielevels van onze Theory of Change 2020-2030: via politiek en overheid (gemeenteraadsverkiezingen),

via professionals (organisaties en werkgevers in onze vier themadomeinen) en meer dan ooit: met en voor het grote publiek.

In ons vijftiende jubileumjaar hebben we ons ontwikkeld tot een community die maandelijks meer dan drie miljoen vrouwen weet te bereiken. Een achterban van (met name) meisjes en vrouwen die wij graag informeren over genderongelijkheid en hen handelingsperspectieven geven zodat zij ook hun eigen kansen (en die van vrouwen in hun omgeving) kunnen vergroten. Maar vooral ook een community, die wij waar nodig willen mobiliseren als maatschappelijke druk nodig is om snel en krachtig politiek en overheid aan te spreken op (het ontbreken van) wet- en regelgeving die ongelijkheid tussen vrouwen en mannen vergroot.. Die verschillen konden wij in coronatijd bijvoorbeeld snel zichtbaar maken, in samenwerking met partners en in samenspraak met onze achterban. Ook zoeken en steunen we de beweging van partners die vanuit andere topics en perspectieven samen met ons streven naar een meer inclusieve samenleving. Dit vraagt veel veerkracht en wendbaarheid van ons dynamische team en onze partners, die we dan ook zeer dankbaar zijn voor hun inzet, vertrouwen en flexibiliteit. Zij hebben samen onze 'bewegingsmachine' de afgelopen jaren aangescherpt tot de 'emancipatieversneller' die we intussen geworden zijn. We zien er naar uit, om in 2022 de versnelling op gendergelijkheid in Nederland door te zetten.

Je ziet in de hoofdstukken van dit Jaarplan de programmalijnen die we op verschillende thema's met onze partners hebben ontwikkeld en welke impact die op onze doelen hebben, ons zogenoemde Action Leadership. In het hoofdstuk Thought Leadership lees je over nog on vervulde ambities voor versnelling, waar we partners bij zoeken. Ook in 2022 houdt WOMEN Inc. als 'Thought- en Actionleader' de vinger aan de pols: als gender equality in Nederland stagneert, door welke (onvoorziene) omstandigheid dan ook, of als er juist kansen voor versnelling ontstaan. Namens vrouwen in heel Nederland en in het belang van alle toekomstige generaties. Gelijke kansen voor iedereen, ongeacht sekse of gender.



HOOFDSTUK

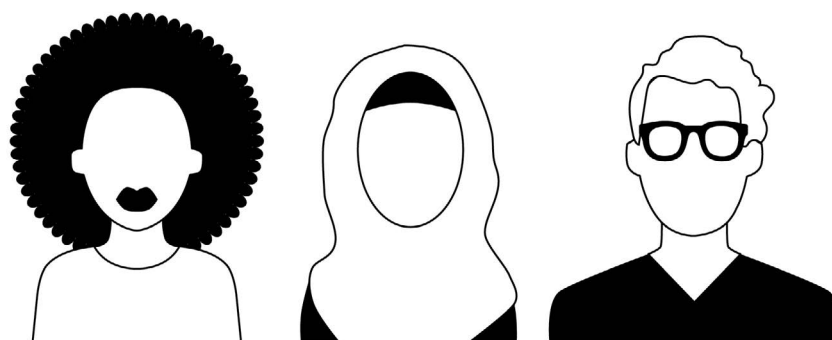
IMPACT 2030

Doelen 2030

WOMEN Inc. heeft tien doelen geformuleerd die we in 2030 willen behalen om onze missie te realiseren. Deze zijn hieronder weergegeven.

Bij elk doel hebben we een meetbare indicator gesteld om te monitoren of we op de goede weg zijn.

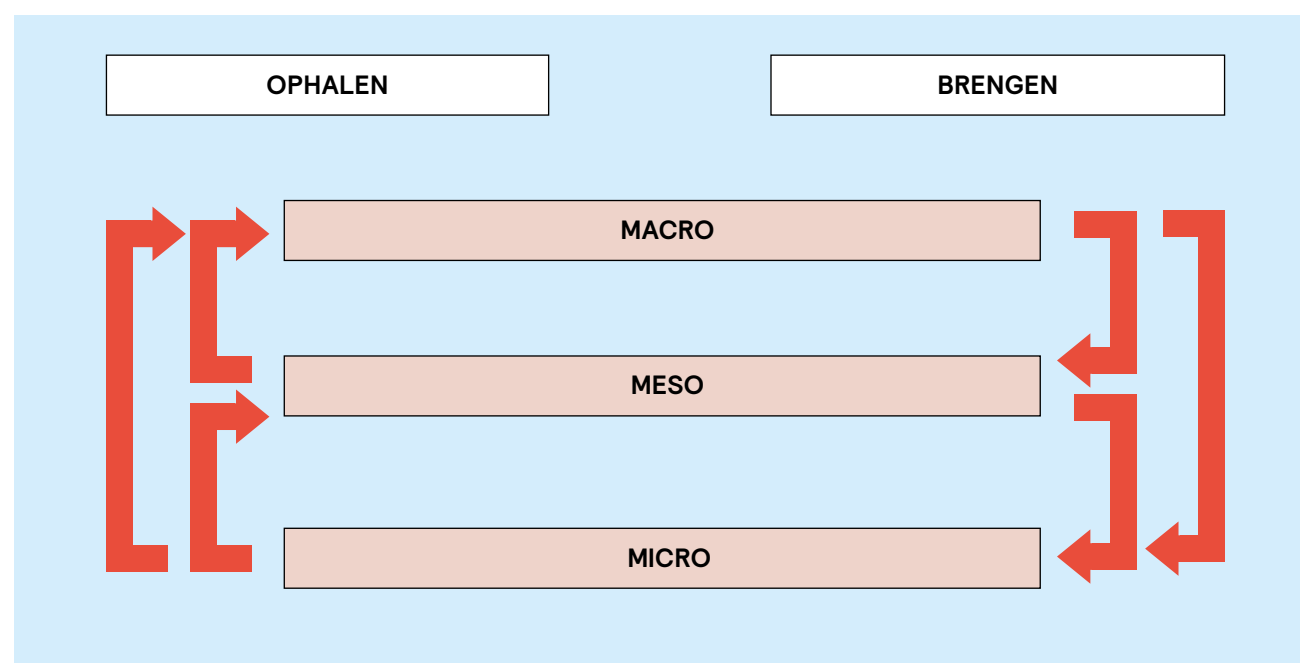
	DOEL	2020	2025	2030
Media In 2030 kunnen vrouwen rekenen op media die representatief is en vrij van beperkende stereotypering	1. De experts in (nieuws)media worden voor 50% door vrouwen gerepresenteerd	22%	38%	50%
	2. Er is een diversiteit aan vrouwen en mannen in verschillende rollen zichtbaar in media-uitingen	22%	36%	50%
Gezondheid In 2030 kunnen vrouwen rekenen op gezondheidszorg op maat	3. Levensverwachting vrouwen in goed ervaren gezondheid (LGEG) - somatisch en psychisch	64 jaar	65,5 jaar	67 jaar
	4. Plek NL ranglijst EU healthy life years (HYL) vrouwen	25	18	12
Geld In 2030 kunnen vrouwen rekenen op gelijke mogelijkheden en kansen om financiële onafhankelijkheid te realiseren	5. Financieel bewustzijn en vaardigheden vrouwen > Economische zelfstandigheid vrouwen	kwalitatief	kwalitatief	kwalitatief
	6. Koopkrachtverlies vrouwen na scheiding	25%	12,5%	0%
	7. Pensioenopbouw vrouwen tov mannen	60%	80%	100%
Werk Vrouwen kunnen rekenen op een inclusieve arbeidsmarkt met gelijke mogelijkheden en kansen	8. Gelijke verdeling werk/zorg: Verschil v/m in werkuren per week Verschil v/m in zorguren per week	10 uur minder 4 uur meer	5 uur minder 2 uur meer	0 uur 0 uur
	9. Loonkloof	14%	7%	0%
	10. Vrouwen op besluitvormende posities	20%	35%	50%



VERSNELLING VAN EMANCIPATIE OP DRIE NIVEAUS

Fix the system, not the women: WOMEN Inc. richt zich op systeemverandering op macro-, meso- en microniveau. Dit doen we samen met onze achterban en ons groeiende netwerk van stakeholders. Met macroniveau bedoelen we overheid en politiek, met mesoniveau organisaties en professionals, en met microniveau het brede Nederlandse publiek.

Hieronder is gevisualiseerd dat onze aanpak twee kanten op werkt. We brengen kennis en handelingsperspectief richting organisaties en professionals (meso) en publiek (micro). Dit doen we bijvoorbeeld in onze werkgeversmagazines of via campagnes zoals Komt Een Mens Bij De Dokter. Anderzijds halen we op wat er systemisch moet veranderen om gendergelijkheid te realiseren, en dit agenderen we bij organisaties, professionals, overheid en de politiek. Zo weten we bijvoorbeeld van onze achterban dat het belangrijk is dat het partnerverlof dat nu nog 70% doorbetaald wordt, naar 100% doorbetaling gaat, om het voor iedere partner in ieder huishouden mogelijk te maken om het verlof op te nemen, zonder financiële drempels.



We hebben inmiddels een sterk en groeiend netwerk van partners en stakeholders. Onze werkgeverscommunity bestaat nu bijvoorbeeld uit meer dan 800 werkgevers. In 2022 verleggen we de focus naar microniveau. We brengen in kaart welke organisaties op dit niveau actief zijn, zoals patiëntenorganisaties, vrouwennetwerken en zelforganisaties. Zij hebben direct contact met hun achterban en weten wat er speelt. We bouwen aan een sterk netwerk met partners op microniveau. Zo kunnen we nog doelgerichter naar vrouwen in verschillende levensfasen communiceren én ophalen.

Monitoren, leren en sturen

Sinds 2021 werken we met een dashboard met indicatoren die inzicht geven in onze voortgang. Dit zijn zowel kwantitatieve indicatoren, zoals het aantal mensen dat we bereiken, als kwalitatieve indicatoren, zoals de invloedrijke stakeholders

die we aan ons binden. Het dashboard biedt aanknopingspunten om te leren: wat gaat goed en wat kan beter? 'Waar willen we op sturen?' Dit wordt elk kwartaal besproken met het directieteam, programmamanagers, coördinatoren en de PMEL officer. Zo kunnen we met ons team scherp schakelen, positieve trends versnellen en stagnatie doorbreken.

De PMEL officer start in 2022 en houdt zich bezig met Planning, Monitoring, Evaluation en Learning (PMEL). De PMEL officer is verantwoordelijk voor de bewaking van en sturing op de Theory of Change, en draagt zorg voor verdere uitwerking van de veranderingstheorie van WOMEN Inc. in veranderpaden en aannames.

GEZONDHEID

Ook al is de levensverwachting van vrouwen hoger dan die van mannen, vrouwen leven langer in slechtere gezondheid dan mannen. Onderzoek is van oudsher gedaan op mannen, we weten daardoor minder van het vrouwenlichaam en vrouwspecifieke aandoeningen. Met als gevolg dat vrouwen vanwege verkeerde diagnose, behandeling of medicijngebruik veel langer last hebben van fysieke en/of mentale klachten. Structurele erkenning en toepassing van de kennis over deze genderverschillen, zowel somatisch als psychisch, in onderzoek, preventie, diagnose en behandeling is nodig.

LANGE TERMIJN DOEL

WOMEN Inc. streeft ernaar dat vrouwen in 2030 kunnen rekenen op gezondheidszorg op maat. Om dit lange termijn doel te behalen, hebben we

een tussentijdse 'milestone' benoemd voor het jaar 2025 en de status van 2020 opgenomen als referentiepunt.

GEZONDHEID	STATUS 2020	MILESTONE 2025	DOEL 2030 ¹
1. Levensverwachting vrouwen in Goed Ervaren Gezondheid (LGE) – somatisch en psychisch	64 jaar	65,5 jaar	67 jaar en gelijk aan mannen
2. De positie van Nederland op de Europese ranglijst van "Healthy Life Years at birth" voor specifiek vrouwen. ²	25ste plaats	18e plaats	10e plaats en minimaal gelijk aan mannen

DOELEN 2022

MACRO

1. Ministerie VWS toont betrokkenheid bij het realiseren van sekse- en gendersensitieve gezondheidszorg.
2. De overheid creëert voorwaarden binnen onderzoek voor sekse- en gendersensitieve gezondheidszorg.
3. We ontwikkelen een route met daarin de werkzame elementen voor borging van sekse- en gendersensitief perspectief in onderzoek.

MESO

1. Kennis over sekse, gender – en LHBTI sensitieve zorg komt onder de aandacht van van een breder groep eerstelijns professionals. Hiermee vergroten we bewustzijn en handelingsbekwaamheid.
2. Zorgprofessionals gaan actief aan de slag met de ontwikkelde tools en interventies en dragen

- bij aan sekse, gender- en LHBTI sensitieve zorg. (Borging van kennis en tools van vijf jaar Alliantie gezondheidszorg op maat.)
3. Balans opmaken van wat bereikt is, evaluatie van wat nog nodig blijkt volgens zorgprofessionals (AGOM en PKGG) en het verwerken daarvan in en indienen van vervolgaanvraag Alliantie Gezondheidszorg op Maat bij OCW.
4. Bewustwording bij zorgprofessionals over belang van (meer) aandacht voor vrouw-specifieke aandoeningen.
5. Kennis en handelingsperspectief bij zorgprofessionals over prevalentie, herkennen en behandelen van vrouwspecifieke aandoeningen.
6. Kennis over gendersensitieve zorg komt onder de aandacht van van gezondheidszorg professionals (1e en 2e lijn). Hiermee vergroten we bewustzijn en handelingsbekwaamheid.



7. Ontwikkelen action leader programma (inclusief KPI's) voor implementatie sekse en gender inclusieve gezondheidszorg in de praktijk.

MICRO

1. Het brede publiek (in de verschillende leeftijdsfasen) juiste informatie geven over sekse- en gendersensitieve zorg waardoor kennis, houding en gedrag kunnen veranderen om hun kansen te vergroten op zorg op maat.
2. Vrouwen zijn bewust van en hebben kennis over invloed menstruatiecyclus en hormonen.
3. Ontwikkelen KPI's voor route aanpak vrouw-specifieke aandoeningen (inclusief behandelpad).

rekening wordt gehouden met sekse- en genderdiversiteit.

3. Het is cruciaal dat er ook bij publiek (vrouwen en omgeving) kennis en bewustzijn is rondom sekse- en genderverschillen in de gezondheid (zorg) en dat taboes die nog heersen rondom sekse, gender en gezondheid worden doorbroken.

In de uitwerking en afbakening van deze drie verandervaden maken we keuzes om concreet en slagvaardig te blijven. Zo kiezen we ad 1. voor een aantal relevante zorg-/behandelpaden (denk aan cardiologie, vrouwspecifieke hormoon- en cyclusgerelateerde aandoeningen en GGZ); ad. 2 voor een specifiek aantal te beïnvloeden stakeholdergroepen (overheden en onderzoeksinstituten); en ad 3. verkennen we hoe we kennis/bewustzijn kunnen vergroten en meten bij specifieke groepen publiek/patiënten/ professionals om de meeste impact te hebben op onze doelen.

STRATEGIE & ACTIVITEITEN

In 2022 gaan we aan de slag met de uitwerking en afbakening van drie zgn. verandervaden:

1. WOMEN Inc. streeft ernaar dat behandel-/zorgpaden in de gezondheidszorg sekse- en gendersensitief zijn doordat in preventie, anamnese, diagnose, behandeling en nazorg in de breedste zin rekening wordt gehouden met sekse- en genderdiversiteit. Daardoor worden gezondheidsverschillen voorkomen en zijn behandelingen effectiever.
2. We streven ernaar dat onderzoek in de gezondheidszorg sekse- en gendersensitief is. Dat betekent enerzijds dat er meer onderzoek wordt gedaan naar cyclus- en hormoongerelateerde aandoeningen en anderzijds dat er in onderzoek altijd



We richten ons op macro-, meso- en microniveau, met in 2022 een focus op meso (zorgprofessionals, koepel- of brancheverenigingen, patiëntenverenigingen en wetenschappelijke verenigingen). Deze focus komt voort uit het feit dat 2022 het 'oogstjaar' is voor twee programma's die de focus leggen op het creëren van randvoorwaarden zodat het veld zelf aan de slag gaat met de implementatie en borging van sekse- en gendersensitieve zorg. We geven deze focus onder andere vorm in een 'impact-tour' waarin we sekse- en gendersensitieve zorg en de verschillende handelingsperspectieven voor het voetlicht brengen (zie ook onder meso activiteiten).

In 2022 zetten we eveneens in op microniveau. We blijven gezondheidsonderwerpen onder de aandacht brengen bij publiek en patiënt en we verkennen waar we dit de komende jaren nog verder willen gaan beïnvloeden, waaronder vrouwspecifieke hormoon- en cyclusgerelateerde aandoeningen zoals endometriose en overgang. Door publiek en patiënt te informeren versterken we niet alleen de gezondheidspositie van vrouwen zelf, maar zorgen we ook voor maatschappelijke druk. Daarmee creëren we op macroniveau, bij overheden, politiek en instituten, draagvlak en aandacht. Het effect daarvan wordt zichtbaar doordat er meer investering komt in sekse- en gendersensitief onderzoek, kennisontsluiting en beleid.

Tot slot bouwen we in 2022 aan een nieuwe Alliantie Gezondheid (werktitel). Dit is het gewenste vervolg op de huidige vijfjarige Alliantie Gezondheidszorg op Maat. Het vervolg is nodig om met partners meerjarig te kunnen blijven aanjagen dat er rekening wordt gehouden met sekse- en genderverschillen in gezondheid.

MACRO

Actieve lobby voor meer draagvlak voor wetenschappelijk onderzoek en kennisontsluiting en beleid om de gezondheidspositie van vrouwen in Nederland te verbeteren. Dit doen we door:

Agendering van inclusief onderzoek en -beleid

- agendering richting overheid om meer en langdurig geld te (blijven) investeren in onderzoek naar genderverschillen en inclusief onderzoek en de borging van die kennis op lange termijn te verzekeren.
- Ministerie VWS blijven oproepen om structureel rekening te houden met genderverschillen bij het vormgeven van inclusief beleid. (lobbyplan)
- Aansluiting vinden bij nieuw regeerakkoord (verwacht 2022) en Emancipatienota.

MESO

Binnen dit niveau richten we ons op het vergroten van de bewustwording en structurele erkenning en toepassing van kennis over genderverschillen in onderzoek, preventie, diagnose, behandeling. Om zoveel mogelijk zorgprofessionals en relevante stakeholders zoals beleidsmakers en wetenschappelijke verenigingen te bereiken zetten we in op:

Netwerkontwikkeling

- het voortzetten van de bestaande samenwerking met de partners binnen de Alliantie Gezondheidszorg op maat (WOMEN Inc., Rutgers en COC Nederland)
- invulling geven aan de aanvraag naar het ministerie OCW voor een vervolg Alliantie Gezondheidszorg op Maat met de partners van de huidige alliantie en evt nieuwe, afhankelijk van welke verbreding en verdieping nodig is
- afronden (en doorstart) van de activiteiten van Consortium Kennisontsluiting Gender & Gezondheid 2019-2022 (PKGG 1 en 2) (WOMEN Inc., Federatie Medisch Specialisten, Nederlands Genootschap van Huisartsen, Patiëntenfederatie).
- relatieopbouw met samenwerkingspartners, afhankelijk van gekozen kader/afbakening van vrouwspecifieke aandoeningen (VSA) zoals NVOG, Endometriose Stichting, NVVS, Stichting PMDD, Stichting PCOS.

Informatie en kennisverspreiding

- doorontwikkeling en uitbreiding van de campagnewebsite www.komteenmensbijdedokter.nl in samenwerking met de samenwerkingspartners en beroepsgroepen, met toegankelijk, informatief materiaal (best practices, factsheets, tools, podcasts).
- verspreiding van de interventie toolkit "Komt een mens bij de dokter" met handelingsperspectieven voor alle 1e lijns professionals.
- ontwikkeling Leerlijn gender- en LHBTI sensitieve gezondheidszorg.
- aanvragen accreditatie voor genoemde Leerlijn bij eerstelijns beroepsgroepen.
- resultaten van vijf jaar Alliantie Gezondheidszorg op maat samenbrengen en zichtbaar maken door o.a het maken en delen van verhalen over de stand van zaken mbt sekse- gender en LHBTI sensitieve zorg.
- digitale nieuwsbrieven voor zorgprofessionals.
- in samenwerking met de Alliantie Gender en GGZ invulling geven aan het 9th World Congress on Women's Mental Health, november 2022 (Maastricht).
- ontwikkeling magazine waarin de behaalde resultaten vanuit het Project Kennisontsluiting Gender en Gezondheid (PKGG) beschreven staan en waarin 'boegbeelden' zich uitspreken wat er nog nodig is van het veld voor implementatie en toepassing van kennis over sekse en gender in de spreekkamer
- Research en ophalen bij stakeholders waar kansen en weerstanden zich bevinden m.b.t. vrouwspecifieke aandoeningen en waar kansen liggen op aanpassing en verbetering.

Borgen kennis

- We creëren van een actief ambassadeursnetwerk van (aankomende) 1e lijns professionals en (aankomende) professionals werkzaam binnen de jeugdzorg, samen met Rutgers
- De resultaten van Project Kennisontsluiting Gender en Gezondheid, (elearnings/pins, methodiekontwikkeling kennisagenda's van wetenschappelijke verenigingen, richtlijnen,, keuzetabels worden bij einde PKGG2 door partners geborgd.

MICRO

Aangezien de gezondheidszorg helaas nog niet zo is ingericht dat vrouwen en mannen in alle gevallen de juiste diagnose en/of behandeling krijgen, is het belangrijk om vrouwen te op een constructieve wijze te informeren over deze situatie. Vanuit WOMEN Inc. bieden we vrouwen informatie zodat zij zelf de juiste vragen kunnen stellen aan hun huisarts en zodat zij weten waar ze verdere informatie of eventueel (specialistische) zorg kunnen krijgen. We activeren partijen die de bestaande kanalen/platforms voor patiënten beheren om op deze platforms volledige informatie te ontsluiten. Dit doen we door:

Informatie brengen en ervaringsverhalen ophalen

- formuleren van de kernboodschap binnen het bestaande overkoepelende campagneconcept 'Behandel me als een dame' waarin we ons richten op het versterken van individuele vrouwen door ze te informeren over vrouwspecifieke aandoeningen en een handelingsperspectief te geven (bespreek je klachten met een arts). Doelgroep van deze campagne zijn volwassenen van 18 tot 55 jaar.
- delen van de ontwikkelde content via een magazine in samenwerking met de Alliantie gezondheidszorg op maat en onze samenwerkingspartner Patiëntenfederatie Nederland vanuit het project kennisontsluiting Gender en Gezondheid
- ontwikkelen routekaart voor de zorg voor vrouwen met vrouwspecifieke aandoeningen (inclusief behandelpad).
- de vanuit onze community aangebrachte onderwerpen over (belemmeringen in) de mentale en fysieke gezondheid van vrouwen researchen en ontwikkelen naar programma's met partners
- deze ophaalfunctie, met vrouwen(organisaties) doorlopend verder ontwikkelen.

WERK

WOMEN Inc. streeft naar een inclusieve arbeidsmarkt met gelijke kansen en mogelijkheden voor vrouwen en mannen. Dat is nu niet het geval. Vrouwen en mannen hebben niet dezelfde mogelijkheden en kansen om betaald en onbetaald werk te combineren; er is nog altijd een loonkloof; en er is geen gelijke representatie van vrouwen in de top.

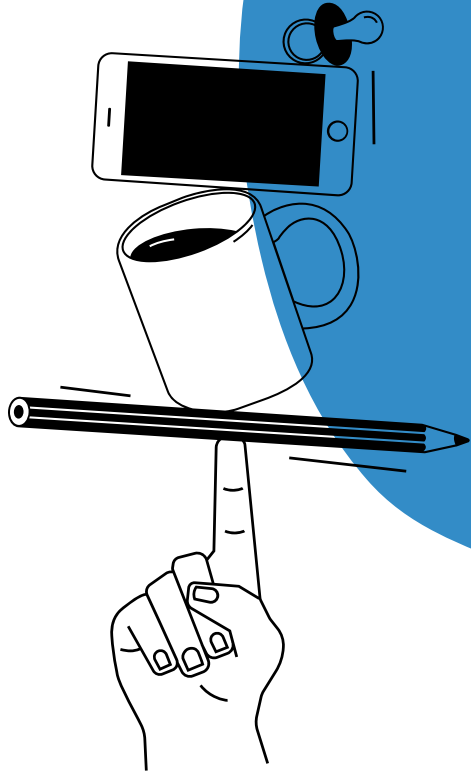
LANGE TERMIJN DOEL

In 2030 kunnen vrouwen rekenen op een inclusieve arbeidsmarkt met gelijke mogelijkheden en kansen. We monitoren dit aan de hand van drie indicatoren:

WERK	STATUS 2020	MILESTONE 2025	DOEL 2030
1. Gelijke verdeling werk/zorg: Verschil v/m in werkuren per week Verschil v/m in zorguren per week	10 uur 4 uur	5 uur 2 uur	0 uur 0 uur
2. Loonkloof	14%	7%	0%
3. Vrouwen op besluitvormende posities	20%	35%	50%

De prioritering van deze doelen is bewust zo opgesteld. Doel 1 is (mede) voorwaardelijk voor doelen 2 en 3. Gelijke toegang voor het combineren van werk en zorg voor vrouwen en mannen is een van de belangrijkste belemmeringen voor gelijke arbeidsparticipatie. Daarnaast is het van belang dat werk moet lonen. Vrouwen hebben een slechtere onderhandelingspositie dan mannen, krijgen vaker minder betaald en werken vaak in sectoren met

minder gunstige werkomstandigheden. Tot slot is het voor de inrichting van de arbeidsmarkt (en samenleving) cruciaal dat de stem van vrouwen gerepresenteerd wordt op besluitvormende posities. Dit leidt tot meer inclusieve besluitvorming, wat ook weer een positief effect heeft op de gelijke kansen op de arbeidsmarkt. Bovendien vervullen zij een belangrijke functie als rolmodel.



DOELEN 2022

MACRO

- Werk/zorg
 - Uitbreiding verlofregelingen: 100% vergoeding partnerverlof en 70% betaald ouderschapsverlof.
 - Overheid zet zich in voor uitvoeringen van de aanbevelingen uit de evaluatie partnerverlof.
- Loonkloof
 - Nederland verhoudt zich op passende wijze tot de Europese ontwikkelingen rondom Gelijke Beloning middels voorbereidingen in wetgeving die in lijn zijn met of verder gaan dan de Europese richtlijn (verwacht eerste helft 2022).
- Representatie
 - Overheid stelt eigen doelen gerelateerd aan het quotum, bijvoorbeeld streefcijfers bij alle Ministeries en/of actieplan voor hele publieke sector.

MESO

- Overkoepelend: grotere betrokkenheid van een groeiend aantal werkgevers bij inclusief werkgeverschap. Werkgevers gaan op zoek naar en aan de slag met concreet handelingsperspectief.
- Werk/zorg
 - Ontsluiten winst van en best practices voor ondersteuning van alle¹ ouders op de werkvloer.

- Loonkloof
 - Werkgevers doen proactief onderzoek naar hun mogelijke interne loonkloof, dragen bij aan kennis en inzicht rondom (het meten van) de loonkloof in de praktijk, en onderschrijven het belang van het dichten van de loonkloof.
- Representatie en doorstroom
 - Samenwerking met Keten Inclusief Werkgeverschap rondom invoering quotum voor meer diversiteit aan de top.

MICRO

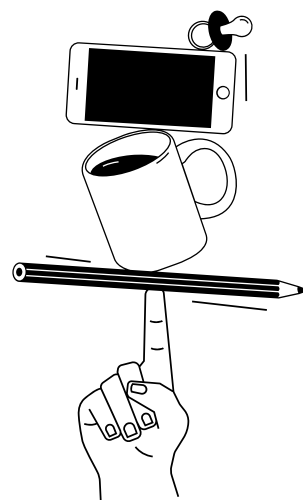
- Werknemers hebben inzicht in regelingen m.b.t. het combineren van werk en zorg en zij maken hiervan gebruik.
- Groei in opnamen partnerverlof.
- Meer gelijke verdeling in opnamen ouderschapsverlof.
- Werknemers vragen om transparantie in beloning en waardering.

STRATEGIE & ACTIVITEITEN

Het domein werk is in beweging. Er zijn drie actuele ontwikkelingen die relevant zijn voor onze doelen en waar we op aansluiten.

Gelijke verdeling werk/zorg
Evaluatie WIEG is nog niet voltooid bij het schrijven van dit plan. Wel zien we drie belangrijke aandachtspunten die we oppakken in onze strategie 2022:

¹ Hierbij kijken we ook naar ouders met lagere lonen en praktische opleidingen, en vaders in het bijzonder.



- doordat partnerverlof niet volledig wordt vergoed, is het niet voor iedereen haalbaar om het op te nemen. Dat geldt met in grotere mate voor ouders met een lager inkomen en vaker een praktische opleiding, terwijl deze groep vrouwen op alle fronten slechter scoort op arbeidsparticipatie en economische zelfstandigheid. Zie ook hoofdstuk Geld.
- Tevens gaat op 2 augustus 2022 de nieuwe Wet Betaald Ouderschapsverlof² in (9 weken 50% betaald ouderschapsverlof). Er ligt momenteel een motie bij de Eerste Kamer om de vergoeding op te hogen naar 70% van het dagloon³.
- Beide regelingen leiden mogelijk tot 'ouderschapsdiscriminatie' omdat er signalen zijn dat het opnemen van het verlof, met name door vaders, ontmoedigd wordt.
- Mogelijk zien we dan naast zwangerschapsdiscriminatie ook vaderschapsdiscriminatie.

Loonkloof

Kijkend naar de loonkloof in Nederland zien we dat deze van 2020 naar 2021 gedaald is met 0.6%. Als het op dit tempo doorgaat is de loonkloof in 2030 7.9%.⁴ Er vinden zowel op Nederlands⁵ als op Europees⁶ niveau gesprekken plaats over wettelijke verplichtingen voor werkgevers om aan te gaan tonen dat zij onderzoek doen, transparant zijn en de nodige stappen zetten om gelijk loon te realiseren. De focus ligt nu op de voortgang in Brussel, begin 2022 is daar duidelijk of het gelukt is om tot overeenstemming te komen over het voorstel tot richtlijn.

Representatie

Wat dit laatste punt betreft is het een historische ontwikkeling dat in september 2021 de Eerste Kamer de wet 'Evenwichtiger verhouding van zetels tussen mannen en vrouwen in het bestuur en de raad van commissarissen van grote naamloze en besloten vennootschappen' bekrachtigde. In 2022 moeten Nederlandse bedrijven nu werk gaan maken van een diverse top en subtop. De Keten Inclusief Werkgeverschap, waar WOMEN Inc. onderdeel van is, gaat bedrijven hierbij ondersteunen.

MACRO

- We agenderen actief wat er systemisch moet verbeteren om onze langetermijndoelen te behalen. Waaronder verbeteringen aan het verlofstelsel om gelijke toegang tot het combineren van werk en zorg te realiseren voor alle ouders. Daarnaast zetten we in op het rechte trekken van andere vormen van ongelijkheid, bijvoorbeeld in de Regeling Dienstverlening aan huis en in het aanjagen van mantelzorgondersteuning. Dit doen we samen met onze partners van de Alliantie Samen werkt het!. Ook rondom het quotum laten we ons horen, samen met de partners van de Keten Inclusief Werkgeverschap.

MESO

- We ontsluiten de kennis en tools die bijdragen aan gelijke toegang tot het combineren van werk en zorg; gelijke beloning; en gelijke

representatie. Om betrokkenheid te creëren en onze community van werkgevers te laten groeien, zetten we in 2022 events en communicatiemiddelen in. We blijven werken volgens onze drie veranderpaden: INCubators, Netwerk en Media. Daarnaast zetten we LOKET Inc. in als middel voor inspiratie en handelingsperspectief op thema's waar we vanuit action leadership werkelijk expert op zijn. Daarbij wordt onderzocht hoe 'diep' we gaan en welke partners we hierop aansluiten.

- We zetten het living lab van INCubators voort. In drie gezamenlijke deep dives met hen ontrafelen we wat wel en niet werkt in de praktijk. Hierbij zetten we (nog) meer de expertise in van partners en INCubators zelf, waarbij wij een meer faciliterende en vertalende rol pakken. De deep dives worden voorafgegaan door een plenaire online sessie, om het thema breed onder de aandacht te brengen.

- Ons stakeholdermanagement is gericht op ontwikkeling van netwerken die bijdragen aan de doelen, waaronder ons netwerk van werkgevers en partners met wie we samenwerken op de thema's Gelijke Beloning en Werkende Ouders; en met de Keten Inclusief Werkgeverschap rondom doorstroom.

- Onze Toolkit Inclusief Werkgeverschap speelt een belangrijke rol om de kennis op een toegankelijke manier te ontsluiten. We willen in

2022 10.000 nieuwe gebruikers (in 2021 stond de teller op ruim 9.000). De Toolkit wordt verrijkt en verbeterd op basis van online onderzoek. We analyseren welke onderwerpen en artikelen goed aanslaan en aansluiten op de doelen van WOMEN Inc. en LOKET Inc. We ontwikkelen gericht storylines rondom werk/zorg, gelijke beloning en doorstroom/representatie en we ontwikkelen een communicatiestrategie richting werkgevers en D&I professionals via partners en podia (CHRO, Intermediair).

- Tot slot geven we in 2022 invulling aan valorisatie van wetenschappelijke kennis uit consortia samenwerking met Diversiteit in bedrijf, de Nederlandse Inclusiviteits Monitor en de Universiteit Utrecht, om optimale uitwisseling te creëren tussen theorie en praktijk.

MICRO

- Op microniveau zetten we in op communicatie richting werknemers. Dat doen we primair via werkgevers, we activeren en faciliteren hen om werknemers te informeren over verlofregelingen en gelijke beloning. Daarnaast maken we ouders bewust van hun mogelijkheden om werk en zorg te combineren. Het komende jaar is ook het slotjaar van de Alliantie Samen werkt het! en we zullen de oogst van vijf jaar werken aan gelijke toegang tot het combineren op een ludieke manier onder de aandacht brengen bij publiek waarbij we maatschappelijke druk blijven creëren voor verdere systeemverbetering op dit onderwerp.

² <https://www.uvw.nl/particulieren/actueel/nieuwe-wet-betaald-ouderschapsverlof>

³ https://www.eerstekamer.nl/wetsvoorstel/35613_wet_betaald

⁴ 14.3% 2020 / 13.7% 2021 / 12.9% 2022 / 12.1% 2023 / 11.4% 2024 / 10.7% 2025 / 10.1% 2026 / 9.5% 2027 / 8.9% 2028 / 8.4% 2029 / 7.9% 2030

⁵ https://www.eerstekamer.nl/wetsvoorstel/35157_initiatiefvoorstel_ploumen

⁶ https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/nl/ip_21_881

GELD

Het is belangrijk dat vrouwen gelijke mogelijkheden hebben om financieel onafhankelijk te zijn. Want financiële onafhankelijkheid draagt eraan bij dat je vrijer bent in het maken van je eigen keuzes. Daarom doorbreken we stereotiepe beeldvorming over vrouwen- en mannenrollen, nemen we systemische drempels weg zoals institutioneel seksisme in de systemen en maken we vrouwen en omgeving bewust van financiële gevolgen van levenskeuzes op de korte en de lange termijn.

LANGE TERMIJN DOEL

In 2030 kunnen vrouwen rekenen op gelijke mogelijkheden en kansen om financiële onafhankelijkheid te realiseren.

Om dit lange termijn doel te behalen, hebben we een tussentijdse 'milestone' benoemd voor het jaar 2025 en de status van 2020 opgenomen als referentiepunt.

GELD	STATUS 2020	MILESTONE 2025	DOEL 2030
1. Financieel bewustzijn en vaardigheden vrouwen > Economische zelfstandigheid vrouwen	kwalitatief 61%	kwalitatief 69%	kwalitatief 78%
2. Koopkrachtverlies vrouwen na scheiding	25%	12,5%	0%
3. Pensioenopbouw vrouwen tov mannen	60%	80%	100%

De prioritering van deze doelen is bewust zo opgesteld. Voor het maken van eigen keuzes is economische zelfstandigheid een randvoorwaarde. Bovendien is het nu nog zo dat vrouwen er vaker financieel sterk op achteruit gaan na scheiding en minder pensioen opbouwen.

Een directe manier om economische zelfstandigheid te verkrijgen is via inkomen uit werk. Zie daarvoor Hoofdstuk Werk.

Binnen het thema Werk ligt de focus op het verbeteren van het systeem *binnen* de organisatiegrenzen. Binnen het thema Geld ligt de focus op het wegnemen van drempels

voor de toegang tot (meer) werk die *buiten* de organisatiegrenzen liggen, zoals het agenderen van kinderopvang als basisvoorziening en het verbeteren van inzicht in de financiële gevolgen van levenskeuzes bij vrouw en omgeving.

Een deel van onze stemgengergelijkheid punten is eind 2021 in het coalitieakkoord opgenomen. Voor het domein Geld is relevant dat er betere controle komt op loonverschillen, dat de vergoeding van de kinderopvang tot 95% wordt verhoogd voor werkende ouders, en dat het ouderschapsverlof naar 70%. Een mooi resultaat én wij gaan een stap verder. Zie hieronder op macroniveau.



DOELEN 2022

MACRO

Op macroniveau (overheid en politiek) werken we aan systeemverandering die bijdraagt aan de financiële onafhankelijkheid van alle vrouwen. Dat doen we enerzijds door gelijke toegang tot het combineren van werk en zorg te stimuleren. En anderzijds door specifieke aandacht voor beleid dat van invloed is op de situatie van vrouwen met een lager inkomen en hun gezin. Onze KPI's in 2022 zijn (met overlap met domein Werk):

- Verlof voor vaders (partners) 100% betalen en gelijk aan het verlof voor moeders
- Financiële waardering voor mantelzorgers
- Goede(bijna) gratis kinderopvang zonder gedoe en voor alle kinderen

We zien daarin ook een expliciete rol voor de overheid als voorbeeld:

- Stimuleringsmaatregelen voor bedrijven voor het verkleinen van de loonkloof
- Verplicht meer transparantie bij bedrijven en overheid over loonverschillen
- Verbeteren van arbeidsmarktomstandigheden in cruciale sectoren

MESO

Op mesoniveau ligt de focus in 2022 op stakeholdermanagement met partners.

1. We ontwikkelen een Alliantie rondom het thema financiële onafhankelijkheid van praktisch opgeleide vrouwen; en we creëren een netwerk van financiële dienstverleners gericht op het versterken van financieel bewustzijn bij vrouwen.
2. Tot slot bouwen we aan een netwerk van distributiepartners: zie Strategie en activiteiten.

MICRO

1. We maken vrouwen en hun omgeving bewust van de financiële gevolgen en mogelijkheden van bepaalde levenskeuzes. We hebben speciale aandacht voor jongeren (MBO-studenten)
2. We maken vrouwen en hun omgeving bewust van de manier waarop een gezond pensioen opgebouwd kan worden.



STRATEGIE & ACTIVITEITEN

MACRO

- Een deel van onze stemgengerijkheid punten is eind 2021 in het coalitieakkoord opgenomen. Daarnaast blijven we punten die nog niet zijn opgenomen agenderen. Concreet gaat het o.a. om 100% partnerverlof; een toeslagenstelsel zonder armoedeval en aanpassing Regeling Dienstverlening aan Huis. We trekken hierbij samen op met de Alliantiepartners van de Alliantie Samen werkt het!
- Daarnaast creëren we maatschappelijke druk en bewustwording rondom de gemeenteraadsverkiezingen.

MESO

- Op mesoniveau verkennen we de vorm en invulling van een netwerkaanpak met implementing partners/vrouwenorganisaties/zelforganisaties. Het doel van deze verkenning is om de randvoorwaarden te bepalen van een netwerk waarmee we nog effectiever kennis en tools tbv financieel bewustzijn en arbeidsparticipatie bij de vrouwen zelf kunnen krijgen en tegelijkertijd kunnen ophalen wat er in de praktijk speelt.
- Daarnaast ontwikkelen we een nieuwe Alliantie rondom het thema Geld, gericht op het versterken van praktisch opgeleide vrouwen.

MICRO

- We bouwen een micro-aanpak uit, gericht op ophalen van relevante kennis bij diverse groepen vrouwen en het ontsluiten van kennis en tools richting diverse groepen vrouwen. Het doel is primair om te ontrafelen wat vrouwen zelf aangeven dat er moet veranderen op meso en macroniveau om bij te dragen aan een stijging van het percentage financieel onafhankelijke vrouwen in Nederland. Hiermee vertegenwoordigen wij de stem van vrouwen. Daarnaast ontsluiten we ook relevante kennis en tools richting vrouwen, zoals de Werkurenberekenaar, waarmee we bewustzijn creëren onder vrouwen over de financiële kansen van meer uren werk.
- Daarnaast gebruiken we het oogstjaar van de Alliantie Samen werkt het! om groots momentum te creëren en het gedachtegoed en de tools van ASWH onder de aandacht te brengen van publiek.
- Tot slot voeren een campagne uit om pensioenbewustzijn te vergroten.

MEDIA

WOMEN Inc. zet zich in voor inclusieve media waarin iedereen gehoord en gezien wordt en waarin stereotiepe beeldvorming de kansen van vrouwen en ondergerepresenteerde groepen niet inperkt.

LANGE TERMIJN DOEL

In 2030 kunnen vrouwen rekenen op media In 2030 kunnen vrouwen rekenen op media die representatief is en vrij is van beperkende stereotypering.

Om dit lange termijn doel te behalen, hebben we een tussentijdse ‘milestone’ benoemd voor het jaar 2025 en de status van 2021 opgenomen als referentiepunt.

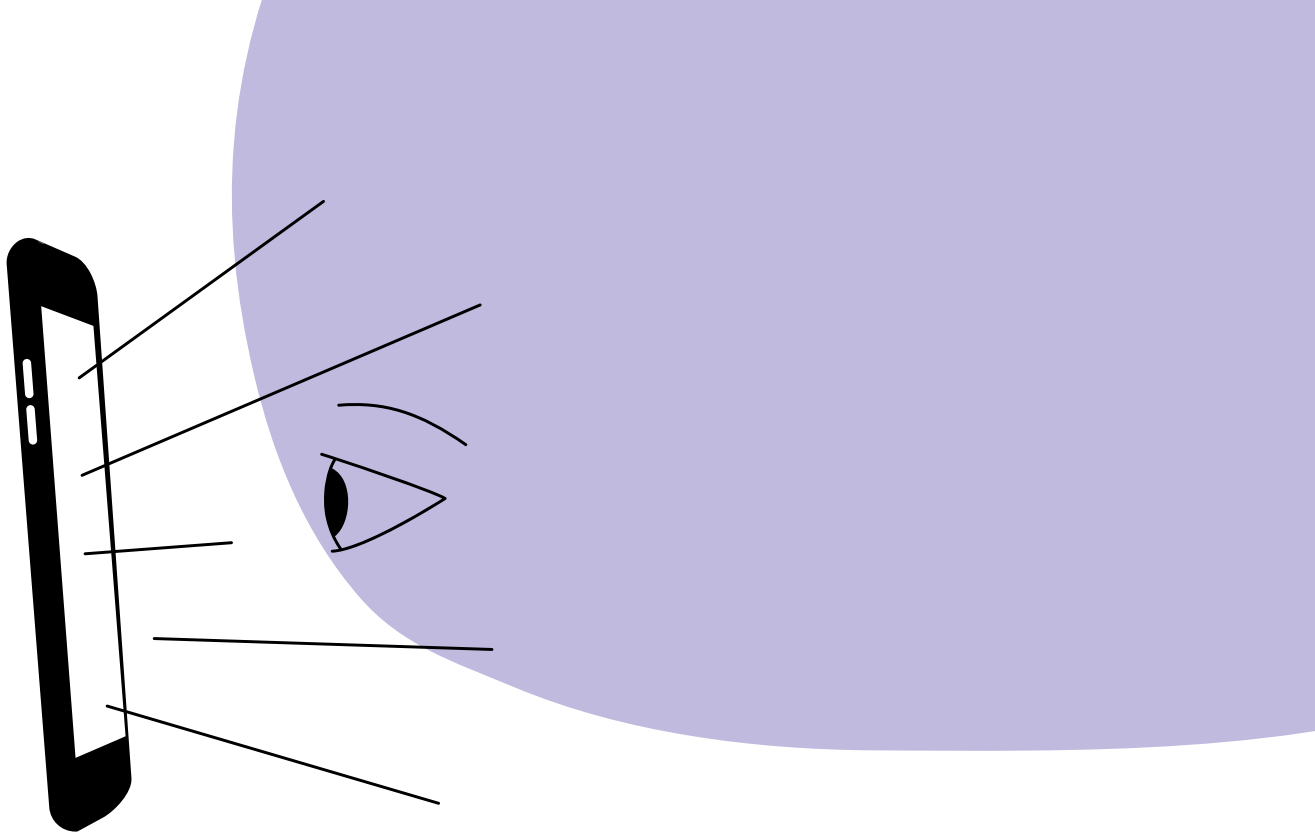
MEDIA	STATUS 2021	MILESTONE 2025	DOEL 2030
1. De experts in (nieuws)media worden voor 50% door vrouwen gerepresenteerd	22%	38%	50%
2. Er is een diversiteit aan vrouwen en mannen in verschillende rollen zichtbaar in media-uitingen	22%	36%	50%

DOELEN 2022

MACRO
De overheid creëert de voorwaarden en de controle voor de media om representatief te zijn en vrij van beperkende stereotypering. In 2022 streven we ernaar dat de overheid inzet op structurele monitoring van media op representatie van mannen en vrouwen.

MESO
De positie als Thought Leader binnen het thema beeldvorming in de media verder ontwikkelen en uitdragen en als Action Leader structurele partnerschappen aangaan voor het realiseren van een meerjarenplan op dit thema. Daarnaast zetten we ons op mesoniveau in om de media en advertentiebranche aan te jagen, te ondersteunen en te faciliteren om de mediabranche inclusiever te maken.

MICRO
In 2022 scherpen we de focus op microniveau aan. Voor het thema media houdt dat in dat we ons richten op jonge mediagebruikers en op praktische opgeleide vrouwen. Het doel is om bij deze doelgroepen enerzijds op te halen welke media zij gebruiken en of ze zich gerepresenteerd voelen in de media, anderzijds om hen bewust te maken en van kennis te voorzien wanneer het gaat op stereotype beeldvorming en ongelijke representatie in de media.



STRATEGIE & ACTIVITEITEN

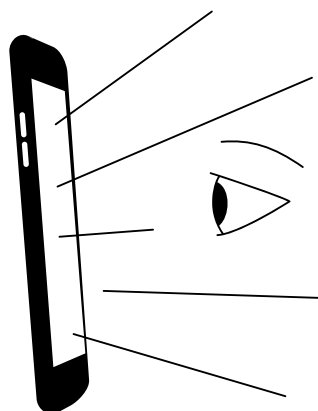
MACRO
De overheid creëert de voorwaarden en de controle voor de media en het onderwijs om representatief te zijn en vrij van beperkende stereotypering. Waar mogelijk zal WOMEN Inc. lobbyen voor beleid en wetgeving hierover, dit jaar doen we dat op deze twee punten:

- Agendering structurele monitoring: In 2020 was WOMEN Inc. actief in de totstandkoming van de Nederlandse meting voor de Global Media Monitoring Project. Dit is een vijfjaarlijks internationaal onderzoek dat de representatie in (nieuws)media monitort. Zowel in 2020 als 2021 is het rapport breed onder de aandacht gebracht van mediamakers en beleidsmakers. Om hier goed zicht op te houden is structurele monitoring noodzakelijk. We agenderen dit dan ook waar dit past binnen de actuele thema’s van de landelijke overheid en actuele onderzoeken op dit onderwerp.
- Onderwijs: Binnen het thema media richten we ons ook op media die op scholen wordt gebruikt. Onderzoek laat zien dat veel personages in schoolboeken stereotiepe weergaven zijn. Dit gaat ten koste van het potentieel en de kansen van de meisjes en jongens van nu, bijvoorbeeld als het gaat om studie- en loopbaankeuzes.

Waar mogelijk pleit WOMEN Inc. voor het belang van schoolboeken en lesmateriaal met een evenredige representatie, vrij van beperkende stereotypen.

MESO
De media -en advertentiebranche levert nog geen evenredig representatieve media, vrij van beperkte stereotiepe beeldvorming. Om het mesoniveau in beweging te krijgen streven we naar een commitment van 50% van de media -en advertentiebranche voor een meerjarenplan om de media inclusiever te maken. Dit doen we als volgt:

- Door samenwerking met het veld:
 - Belangrijke partner in het committeren van mediabedrijven is de Coalitie Beeldvorming in de Media ((momenteel gefinancierd vanuit ASWH)) (met o.a. RTL, NPO, VIA, IncludeNow, EndemolShine, UM, Coca-Cola en Fremantle Media). Deze Coalitie werd door WOMEN Inc. opgericht en gecoördineerd en is op zelfstandige voet voortgezet in 2019, onder voorzitterschap van de VIA. WOMEN Inc. jaagt aan, inspireert en faciliteert de Coalitie met kennis en tools om actief stereotype beeldvorming rondom mannen- en vrouwenrollen te doorbreken. De focus ligt op knelpunten die door mediamakers zelf



worden aangedragen, wat het draagvlak voor verbeteringen vergroot. In 2022 bestaat de Coalitie Beeldvorming in de Media 5 jaar: daarom zullen we een themabijeenkomst organiseren en richten we ons op verduurzaming en borging van wat deze vijf jaar heeft opgeleverd. Met onze communicatie-activiteiten geven we hieraan bovendien nog een extra impuls.

– WOMEN Inc. zal in 2022 een verkennend onderzoek naar gender(on)gelijkheid in de kunstwereld presenteren en met de aanbevelingen vanuit het rapport aan de slag gaan met een aantal musea voor het creëren van gelijke kansen in de kunstsector (gefinancierd door ABN AMRO).

- Door Informatie en kennisverspreiding:
 - De publicatie “Beperkt Zicht: De rol van mediamakers in beeldvorming” gaan we in 2022 updaten. Deze publicatie is in 2017 uitgegeven en omvatte 6 verschillende onderzoeken over representatie en de rol van mediamakers in beeldvorming. In de afgelopen 5 jaar is er veel gebeurd en is het voor het ontwikkelen van een plan van aanpak en visie cruciaal om recente cijfers te hebben over de huidige representatie in de media. Daarnaast delen we de lessons learned van de huidige coalitieleden en zijn er veel nieuwe initiatieven gestart. Deze inzichten en organisaties worden opgenomen in de nieuwe uitgave om zoveel mogelijk organisaties te inspireren en van kennis te voorzien. Rondom de publicatie wordt een persmoment gecreëerd, met een mini-

- campagne, een (online) event en een masterclass Inclusieve Taal.
- Door publiekelijk ondersteunen van (nieuwe) media (of mediafestivals / awards) die zich zichtbaar inzetten voor een evenredige representatie. Om meer aandacht te creëren voor deze content en om te laten zien als inspiratie voor andere media.
- Het aanbieden en ontwikkelen van concrete interventies
 - Aanzetten van mediaorganisaties en onderwijsinstellingen om versneld inclusiever te worden met concrete interventies (masterclass inclusieve media en workshop Inclusieve Taal), via ons label LOKET Inc.

MICRO

Zolang de media niet evenredig representatief is, is het belangrijk om het publiek mediabewust te maken van stereotiepe beeldvorming die hen beperkt in het maken van keuzes. Dit doen we als volgt:

- Door de (online) positionering van WOMEN Inc. als ‘Thought en Action leader’ op dit thema. Door middel van structurele agendering voor en ondersteunen van representatieve en stereotype vrije content via onze (social) media kanalen en op specifieke momenten:
 1. *Door een kritische massa te creëren:*
 - Tijdens de maand van de beeldvorming in september (momenteel gefinancierd vanuit ASWH). WOMEN Inc. maakt d.m.v. een campagne het brede publiek en in

het bijzonder jonge meiden en praktisch opgeleide vrouwen bewust van stereotypering in de media over werk- en zorgrollen van mannen en vrouwen. Dit zullen we o.a. doen door partnerschappen aan te gaan met verschillende distributiepartners die zich richten op deze doelgroep.

- Doorlopend agenderen van het belang van inclusieve media en onderwijs.
- Doorlopend delen van goede voorbeelden van inclusieve media.
- Doorlopend volgen van actualiteiten / discussies en ontwikkelingen in de media en hierop aan te haken.
- Delen van relevante onderzoeken binnen de mediabranche op representatie (agenderen belang structurele onderzoek).
- Aanhaken bij relevante evenementen en bijeenkomsten of speciale dagen.
- In 2022 zetten we ook in op bewustwording over gendergelijkheid in de kunstwereld onder het algemene publiek. We zullen daarom een campagne starten waarin we feiten en cijfers delen over de huidige stand van zaken in de kunstwereld en goede voorbeelden delen (Deze content is gebaseerd op het verkennend onderzoek naar gender(on) gelijkheid in de kunstwereld dat wij in 2022 zullen presenteren).

2. *Door kennis en tools naar de doelgroep te brengen om bewustzijn te creëren en te zorgen dat mensen zelf aan de slag gaan:*
 - WOMEN Inc. en Diversion ontwikkelen in 2022 het lesprogramma *Life Academy* waarin

mbo-jongeren niet alleen bewust worden van de financiële implicaties van hun keuzes, maar ook van de sociale normen die hun keuzes beïnvloeden.

- Door mee te werken aan de Made by Ma challenge voor media studenten.

3. Door op te halen wat er speelt op microniveau:

- Bij verschillende projecten (zoals de Made by MA challenge en de publicatie *Beperkt Zicht*) op te halen wat er bij de mediagebruiker leeft op dit thema,
- Door polls en vragen via onze social media kanalen.

THOUGHT LEADERSHIP

Binnen de strategische aanpak van WOMEN Inc. maken we onderscheid tussen Thought & Action Leadership. De Thought Leadership thema's zijn onderwerpen waar we (nog) geen gefinancierde projecten op hebben, maar waarvan we wel zien dat ze actueel zijn en waarvan we het essentieel vinden dat WOMEN Inc. zich hiertoe verhoudt en in meer of mindere mate over communiceert en een standpunt over inneemt. We houden de actualiteiten en de publicatie van onderzoeken rond deze onderwerpen in de gaten en zullen hier blogs of opiniestukken over schrijven of aanhaken bij acties van externe partijen. Dit zou mogelijk in komende jaren naar Action Leadership doorvertaald kunnen worden, mits het aansluit bij de Theory of Change.

In 2021 hebben we meerdere gefinancierde projecten gestart en uitgevoerd op onderwerpen die voorheen tot ons Thought Leadership behoorde, zoals hormoongerelateerde aandoeningen en gendergelijkheid in de kunst.

Het is onze ambitie om ons in 2022 in te zetten voor deze **gezondheidsonderwerpen**:

- Gendersverschillen seksuele gezondheid, de inclusiviteit van seksuele voorlichting voorlichting. De rol van consent en seksueel plezier.
- Gendersverschillen in reproductieve gezondheid.
- De combinatie van gezondheid en werk.
- Gendersverschillen bij somatisch onverklaarbare lichamelijke klachten (SOLK).
- De ervaringen van zwangere vrouwen op de werkvloer, de gezondheidsklachten die hierbij kunnen spelen en de rol van gezondheidsprofessionals.
- De ervaringen van vrouwen in de overgang in relatie tot werk, de gezondheidsklachten die hierbij kunnen spelen, mogelijke preventie en de rol van gezondheidsprofessionals.

Het is onze ambitie om ons in 2022 in te zetten voor deze **werkonderwerpen**:

- De arbeidsomstandigheden in sectoren waar veel vrouwen werken, zoals de zorg en het onderwijs.
- De inclusiviteit van het Nederlandse verlof-systeem en de gevolgen voor de positie van vrouwen op de arbeidsmarkt (toegankelijkheid voor regenboog families, de duur van zwangerschapsverlof, de financiering van ouderschapsverlof).
- De invloed van mentale gezondheid en vitaliteit op de werkvloer op de positie van vrouwen op de arbeidsmarkt en de rol van werkgevers.
- De ervaringen van zwangere vrouwen op de werkvloer, de gezondheidsklachten die hierbij kunnen spelen en de rol van werkgevers. Hierbij hoort ook aandacht voor zwangerschapsdiscriminatie.
- De ervaringen van vrouwen in de overgang in relatie tot werk, de gezondheidsklachten die hierbij kunnen spelen, mogelijke preventie en de rol van werkgevers.
- Steeds meer ouders met (jonge) kinderen krijgen te maken met mantelzorg voor een naaste, de sandwichgeneratie. Dit kan gevolgen hebben voor de positie van vrouwen op de arbeidsmarkt.
- De specifieke kansen en uitdagingen waar vrouwen die ZZP'er zijn mee te maken hebben.



Het is onze ambitie om ons in 2022 in te zetten voor deze **geldonderwerpen**:

- (Financiële) keuzes en gevolgen daarvan voor financiële onafhankelijkheid. Specifiek rondom levensgebeurtenissen zoals samenwonen, huwelijk, scheiding, kinderen.
- De pensioenkloof tussen vrouwen en mannen.
- De financiële gevolgen van de ongelijke werk-zorgverdeling tussen vrouwen en mannen met daarbij aandacht voor verschillende gezinsvormen, praktisch opgeleide vrouwen en alleenstaande ouders.
- Systemische knelpunten voor financiële onafhankelijkheid van vrouwen in het belastingstelsel en toeslagensysteem.
- De economische gevolgen van corona voor vrouwen.

Het is onze ambitie om ons in 2022 in te zetten voor deze **mediaonderwerpen**:

- Stereotypering/beeldvorming in onderwijs (bijvoorbeeld in schoolboeken maar ook bias bij docenten).
- Gaming: de representatie van vrouwen in games, de ervaringen van vrouwen die gamen en de ervaringen van vrouwen die in de gamewereld werken.
- Rol van media bij (aanpak) geweld tegen vrouwen.
- Invloed van social media op het zelfvertrouwen en zelfbeeld van jongeren.
- De rol en invloed van AI in media mbt op bias en stereotypering.

COMMUNITY & COMMUNICATIE

WOMEN Inc. heeft in zestien jaar tijd een waardevolle achterban opgebouwd en bereikt maandelijks met haar communicatie ruim 3 miljoen Nederlanders. In 2022 gaan we door met het informeren, betrekken en activeren van politiek/overheid (macro), organisaties en professionals (meso) en scherpen we onze strategie aan richting het brede Nederlandse publiek (micro). Dit doen we door agendering van gendergelijkheid in brede zin en specifiek op onze thema's: Gezondheid, Media, Geld en Werk.

DOELEN

DOEL	KPI
Macro: • Punten Stem Gendergelijkheid verankerd in regeerakkoord	Minstens 3 van de 6 punten
Meso: • Groei van bereik Platform Inclusief Werkgeverschap • Groei van de werkgeverscommunity • Groei van community zorgprofessionals • Groei van community mediamakers	35.000 gebruikers 1.000 leden 650 leden 250 leden
Micro: • Online bereik breed Nederlands publiek (missiebekendheid)	3,6 miljoen impressies gemiddeld per maand

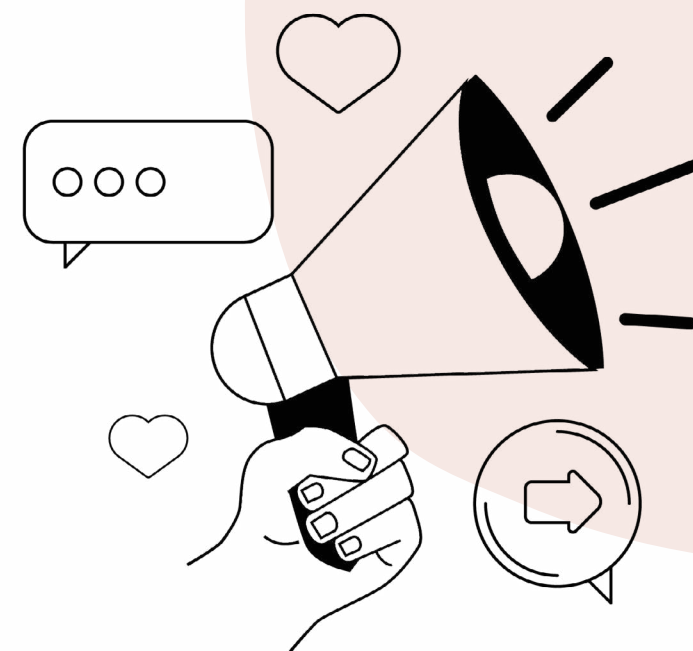
STRATEGIE & ACTIVITEITEN 2022

MACRO

WOMEN Inc. zal Stem Gendergelijkheid continueren op relevante momenten zoals de Gemeenteraadsverkiezingen. Daarnaast blijven we continu bezig met het beïnvloeden van beleidsmakers, kamerleden en overheid en zullen we ze blijven betrekken bij onze plannen.

MESO

Werk + Geld: Voor werkgevers (en werknemers) ontwikkelt WOMEN Inc. elk kwartaal een webinar (tussen de 150 – 400 kijkers per webinar) en een magazine (minimaal 4000 unieke lezers per magazine). Het platform en de toolkit Inclusief Werkgeverschap zullen continu ge-update worden met nieuwe informatie en handelingsperspectief. Ook worden de LOKET Inc.-strategie & (het wervingsplan voor) de masterclasses aangescherpt. Daarnaast ontwikkelen we een multimediale tentoonstelling om stil te staan bij vijf jaar Alliantie Samen werkt het! en ontwikkelen we twee publiekscampagnes: één rondom het thema doorstroom en representatie (Q1) en



één over de loonkloof rond Equal Pay Day (Q4). De werkgeverscommunity krijgt elk kwartaal een nieuwsbrief met update over de nieuwste ontwikkelingen en events.

Gezondheid: Richting zorgprofessionals blijft WOMEN Inc. communiceren over (bestaand) onderzoek, interventies en handelingsperspectieven. Daarnaast ontwikkelen we een campagne/event om stil te staan bij vijf jaar Alliantie Gezondheidszorg Op Maat, worden er een peiling en publiekscampagne ontwikkeld over vrouwspecifieke klachten met Hologic en wordt in november het Women's Mental Health congres georganiseerd in samenwerking met de Alliantie Gender & GGZ. Ook versturen we 4-6 nieuwsbrieven aan zorgprofessionals en maken we 1 podcast (AGOM).

Media/Onderwijs: WOMEN Inc. zal zich blijven inzetten voor structureel onderzoek vanuit de overheid naar gelijke representatie in de media. Daarnaast zullen we ons eigen onderzoek Beperkt Zicht updaten. Ook ontwikkelen we weer een nieuwe campagne voor onze Maand van de Beeldvorming in september en organiseren we een themabijeenkomst voor mediamakers.

MICRO

WOMEN Inc. focust dit jaar op groei in bereik van het brede publiek maar vooral op groei in betrokkenheid van de community. Om dit te doen, sturen we op de volgende 3 punten:

• Barometer

Via onze socials blijven we de interactie opzoeken met onze achterban en het brede

Nederlandse publiek. We stellen ze vragen (bijv. via Instagram Stories, Reels en TikTok) over bepaalde thema's, (campagne) onderwerpen, wat er bij hen speelt, etc.

• Springplank

WOMEN Inc. wil met alle projecten zoveel mogelijk bewustwording creëren en hierbij duidelijk handelingsperspectief bieden voor de verschillende doelgroepen. Zo ontwikkelen we – al dan niet i.s.m. partners – tools, gesprekskaarten, events, etc. om te zorgen dat mensen zelf aan de slag kunnen op bepaalde thema's, of dat ze weten waar ze terecht kunnen.

• Megafoon

Via onze verschillende communicatiekanalen (website, nieuwsbrief, socials, podcast, bijeenkomsten online en in het land) communiceren we met het brede Nederlandse publiek én agenderen we – ook door middel van opiniestukken en artikelen – wat er moet gebeuren op macro, meso en microniveau. Onze achterban helpt hierbij door te reageren op onze posts, anderen hierin te taggen, of dingen van WOMEN Inc. te delen, etc. Andersom haalt WOMEN Inc. zo op wat er speelt op microniveau en wat systemisch zou bijdragen aan het oplossen van knelpunten en het vergroten van kansen. Zo kunnen we effectief agenderen en systeemverandering op meso en macroniveau realiseren. Daarnaast gaat WOMEN Inc. een bredere netwerkstrategie ontwikkelen, door (netwerk)organisaties in kaart te brengen die direct in contact staan met de verschillende (micro)doelgroepen op de thema's van WOMEN Inc.

DOELEN VOOR ONZE MEDIAKANALEN

Dit jaar zetten we naast kwantitatief bereik (groei van onze social media kanalen), vooral in op kwalitatief bereik: engagement. We willen de betrokkenheid en interactie verhogen, bijvoorbeeld door live sessies en stories op Instagram en video's/live sessies op LinkedIn. Bij YouTube zetten we niet in op groei, dit kanaal blijft voor WOMEN Inc. een praktisch platform om video's op te plaatsen. Voor de video engagement en bereik gaan we komend jaar meer focus leggen op Instagram Reels en TikTok.

Daarnaast slaan we een professionaliseringsslag op social media door met het communicatieteam in het programma Canva te werken. Hier kunnen de vormgever, de social media manager, de online communicatie manager en de stagiairs, samen ontwerpen maken voor vaste rubrieken, sjablonen, carrousels en meer, in de huisstijl van WOMEN Inc.

VOLGERS

	46,5 k volgers (2021: 46 k)
	18,5 k volgers (2021: 18 k)
	37 k volgers (2021: 29 k)
	45 k volgers (2021: 35 k)

INTERACTIE

	500 k (2021: 360 k)
	40 k (2021: 34 k)
	160 k (2021: 131 k)
	125 k (2021: 103 k)

COMMUNICATIEMIDDELEN

	15k unieke bezoekers website per maand (2021: 14.5k) en 30k unieke paginaweergaven per maand (2021: 25k)
	20k nieuwsbriefabonnees (2021: 17,7k)
	KPI: gemiddeld 700 luisteraars per podcast (2021: gemiddeld 650)

Funding Mothers

KPI: 70 Funding Mothers (2021: 65)
Dit jaar focussen we met ons donateursprogramma wederom op continuïteit en betrokkenheid. Uiteraard staan we open voor (meer) donateurs en blijven we werven. Om de Funding Mothers (met een bijdrage vanaf €1000,- per jaar) inhoudelijk betrokken te houden bij de doelen van WOMEN Inc., worden zij actief uitgenodigd voor de activiteiten die in het kader van onze thema's worden georganiseerd. De aanwezige kennis en het sociale netwerk van onze Funding Mothers is tevens van grote waarde voor het vergroten van het maatschappelijk draagvlak en onze impact. In de communicatie richting de Funding Mothers liggen altijd de elementen exclusiviteit, persoonlijke aandacht en verbinding aan de basis. Daarom organiseren we één keer per jaar een exclusief event voor de Funding Mothers, waar we onder meer bij hen ophalen wat zij signaleren als belangrijke onderwerpen, samenwerkingspartijen, etc. Daarnaast sturen we elk kwartaal een nieuwsbrief met seizoensupdate en bericht vanuit de directie, onderhouden we op LinkedIn een besloten Funding Mothers-groep, vragen we de Funding Mothers om mee te denken/ te helpen op bepaalde thema's en zetten we hen in de spotlights in de nieuwsbrief/op LinkedIn (bijvoorbeeld bij een bijzondere prestatie of als een Funding Mother in het nieuws is).

Ambassadeurs

De Ambassadeurs zijn de voelsprietten van WOMEN Inc. door het hele land. Via hen komen we te weten wat er speelt op lokaal niveau. Dit jaar gaan we de focus van de Ambassadeurs aanscherpen: we willen ze zowel aan de voor- als achterkant structureel meenemen in onze projecten. Zo organiseren we klankbordmomenten en ontwikkelen we (digitaal) 'promotiemateriaal', zodat de Ambassadeurs deze campagnes/ projecten onder de aandacht kunnen brengen in het land en mensen kunnen aansporen zich te abonneren op onze nieuwsbrief of WOMEN Inc. te volgen op social media. Ook kunnen de Ambassadeurs aanTafel-gesprekken (op thema) blijven organiseren, op eigen initiatief of in samenwerking met WOMEN Inc.

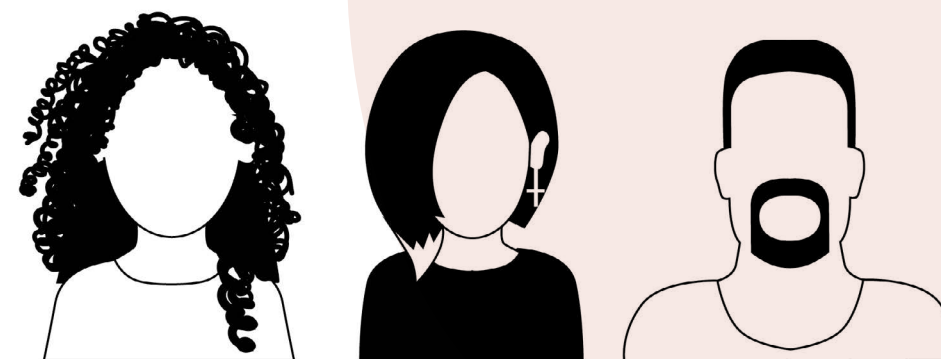
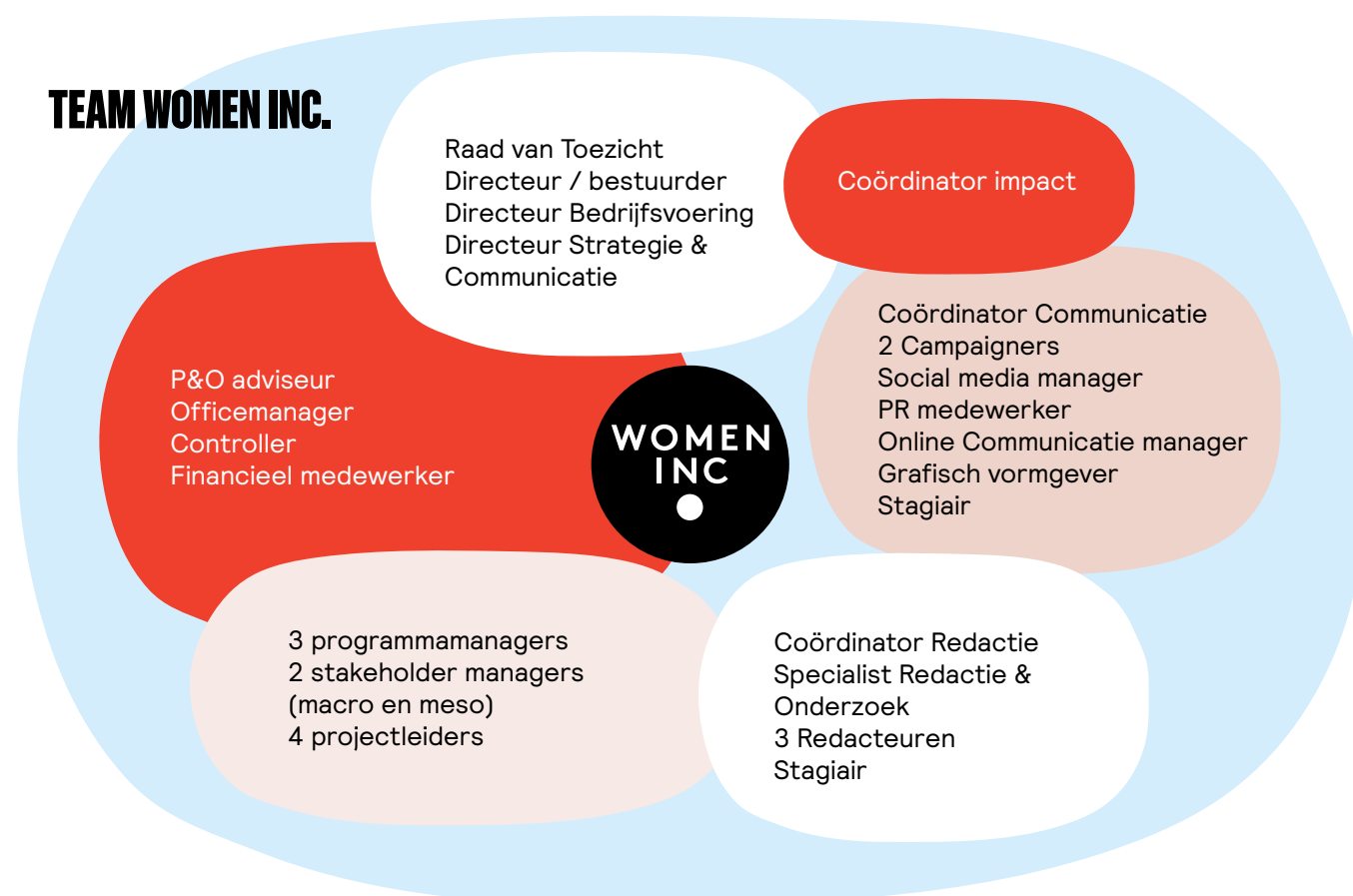
ORGANISATIE & TEAM

ORGANISATIEWAARDEN

Initiatief gericht op impact
Openheid in verbinding
Professionele groei

16 jaar na de oprichting van WOMEN Inc. staat er een stevige, financieel gezonde, organisatie met een gedreven en professioneel team. De organisatiewaarden – die in 2020 zijn vastgesteld – dienen ook in 2022 als een belangrijke leidraad voor gedrag, inclusieve organisatiecultuur en samenwerking. Wij vinden het belangrijk dat iedereen binnen onze organisatie het gevoel heeft – *op eigen wijze* – bij te kunnen dragen aan het behalen van onze impactdoelstellingen. Daarom gaan we de in 2021 ingezette transitie van een functionele organisatie naar een themagerichte structuur in 2022 verder optimaliseren door onder andere het gesprek met elkaar te voeren en vast te leggen over welke taken bij welke rollen horen. Hiermee faciliteren we niet alleen duidelijkheid en openheid maar spreken we naar elkaar ook uit hoe iedereen bijdraagt aan impact en hoe we effectief en efficiënt kunnen samenwerken.

TEAM WOMEN INC.



Het organogram is in 2021 ook verder aangescherpt; de inhoudelijke domeinen vallen nu onder de Directeur Strategie & Communicatie, de Coördinator Bedrijfsvoering is vervangen voor de functie van Controller die samen met de projectleiders direct vallen onder de Directeur Bedrijfsvoering, er is een nieuwe functie: Coördinator Impact, en de functie van project assistent is vervallen. Het WOMEN Inc. team bestaat begin 2022 uit een vast team van 26 personen (21 fte) en een flexibele schil van 4 freelancers. We beginnen het jaar met 2 vacatures; Programmamanager Gezondheid, Programma Werk & Geld. Door te investeren in de Programmamanager rol investeert WOMEN Inc. onder andere in extra fondsenwervende- en netwerkcapaciteit. Deze functies zijn voortgekomen uit de aangescherpte organisatiestructuur 2021 en worden in 2022 geworven.

Begin 2022 staat er een projectleiders team van 3 personen (2 medewerkers + 1 freelancer). Naast de implementatie van de financiële projectmodule in 2022 zal WOMEN Inc. projectmatig werken intern gaan agenderen. Dit is een belangrijke volgende stap in de professionaliseringsslag van een project gefinancierde organisatie. Ook sluit deze goed aan bij ons kernwaarde; professionele groei.

Acquisitie & Fondsenwerving

De komende jaren lopen een aantal grote programma's en projecten af waardoor we in 2022 en 2023 volop moeten inzetten op acquisitiekraft. WOMEN Inc. investeert begin 2022 in twee additionele Programmamanagers, deze vormen samen met de Directie en Coordinator Impact de acquisitiekraft.

Vanaf begin 2022 vindt er maandelijks een acquisitie overleg plaats. Dit overleg heeft als doel om geïnformeerd, overwogen en met focus netwerk- en aanvragen kansen te bespreken en besluiten daaromtrent te nemen. Hiermee willen we snel, samen en met focus alle acquisitie kansen benutten voor WOMEN Inc. Uitgangspunt van onze meerjarenstrategie voor financieringsstromen is dat we onze onafhankelijke slagkracht behouden door met een grote waaier van verschillende partners samen te werken. In 2021 is het al gelukt meerdere ministeries te betrekken bij onze missie. In 2022 gaan we onze strategie richting vermogensfondsen en filantropie aanscherpen. En gaan we verkennen of we meerjarenstrategie voor financieringsstromen kunnen uitbreiden met internationale kansen, zoals de Europese grants. Deze strategie zal tevens uitgevoerd worden door de leden van het acquisitie overleg; de Directie en de Programmamanagers.

Personeelszaken

Met ons huidige HR beleid streeft WOMEN Inc., net als in voorgaande jaren, naar: een inclusieve organisatiecultuur, met werknemers die met plezier naar het werk gaan, waar een goed gesprek plaatsvindt tussen leidinggevend en medewerkers over zowel functioneren als (duurzame) ontwikkeling en natuurlijk een gezonde in- en uitstroom. Om ons HR beleid ook goed aan te laten sluiten op onze eerder genoemde organisatiewaarden gaan we het HR beleid evalueren en op een aantal punten aanscherpen. Hieronder volgt een korte omschrijving van de punten waarop we in 2022 ons personeelsbeleid zullen aanscherpen:



Van Diversiteit & Inclusiviteit naar Inclusiviteit & Diversiteit?

Diversiteit & Inclusie is voor een belangenorganisatie als WOMEN Inc. evident. Vorig jaar hebben we ons diversiteitsplan 2021-2023 bijgesteld. In dit plan hebben we een aantal streefcijfers benoemd, gerelateerd aan onze impactdoelen. Deze cijfers blijven we ook in 2022 monitoren. In 2022 willen we het echter gaan omkeren; van D&I naar I&D, we zullen nieuwe accenten aanbrengen met meer focus op inclusiviteit. WOMEN Inc. streeft naar een organisatiecultuur van openheid en bespreekbaarheid. Waar medewerkers zich veilig en vrij voelen, waar ze zich kunnen uitspreken en gehoord voelen en waarbij rekening wordt gehouden met ieders unieke bijdrage. De eerste stap om dit te bereiken is om te blijven zorgen voor een warm & inclusief welkom. We gaan zorgen voor een moderne hybride onboarding van personeel, passend bij deze tijd en daardoor belangrijker dan ooit. Hiermee voelen nieuwe medewerkers zich niet alleen thuis en durven ze zichzelf te zijn maar begrijpen ze ook hoe ze kunnen bijdragen aan het behalen van impact en dus enthousiast en verbonden aan het werk gaan. Hierbij maakt het niet uit wat iemands rol, functie of niveau in de organisatie is. Concreet betekent dit dat we met een delegatie van het team het onboarding-programma gaan opzetten. In het kader van 'practice what you preach' worden vanaf 2022 Masterclasses (inclusief werkgeverschap en bias workshop) ook aangeboden voor personeel bij aanvang en als onderdeel van het onboarding traject. Ook gaan we in 2022 thema lunches organiseren zodat we elkaar ook inhoudelijk en persoonlijk 'zien, horen, begrijpen' en met elkaar in verbinding blijven. Ook zullen we cases bespreken

waarin inclusiviteit en diversiteit een rol spelen. Einde van het jaar gaan we de focus naar meer inclusiviteit evalueren. Want wij realiseren ons dat inclusie geen concreet einddoel kan zijn, wat in een systeem gegoten kan worden. Het is een continu proces met tussentijdse reflectie- en leermomenten.

Gesprekscyclus

Met 'Het goede gesprek' willen we een nieuwe gesprekscyclus introduceren waarbij de focus ligt op de ontwikkeling van de werknemer. Met deze nieuwe cyclus is de werknemer in de lead en gaat de leidinggevende doorlopend in gesprek met de medewerker over de eigen ontwikkeling, doelen en prestaties. De medewerker krijgt de mogelijkheid zich in de breedte te ontwikkelen op een manier die past en kan.

Arbeidsverzuim

De afgelopen jaren heeft WOMEN Inc. een hoog arbeidsverzuim percentage gehad (2020: 9,49% en 2021 9,96%), exclusief langdurig verzuim komen deze percentages veel lager uit (2020:1,07% en 2021: 0,72%). In 2022 zal een verzuimaanpak verder uitgewerkt worden mede gebaseerd op de ervaringen van de toegepaste verzuimaanpak uit 2020 en 2021. De effecten van het hybride werken op de arbeidsverzuim aanpak en reïntegratie traject zijn er en zullen hierin meegenomen worden.

In 2022 zal WOMEN Inc zich heroriënteren op verandering van arbodienst of over te gaan naar een zelfstandig bedrijfsarts waardoor we sneller en persoonlijker kunnen schakelen met zieke werknemers. Vanuit de arbodienst willen we ook vertrouwenspersonen gaan aanstellen.

Werving & Selectie beleid

Door de krapte op de arbeidsmarkt zijn er uitdagingen bij het werven van personeel. WOMEN Inc. heeft er dus baat bij om zich te presenteren als aantrekkelijke en inclusieve werkgever. Het komend jaar zullen we daarnaast actief werken aan een kweekvijver van toekomstig personeel en ons richten op het moderniseren van ons stagiairs werving & selectie beleid.

Huisvesting & Hybride werken

Eind 2020 is het kantoor van WOMEN Inc. verhuisd. Mede door de COVID-19 pandemie is het kantoor nog niet optimaal ingericht. Begin 2022 gaan we daarom ons kantoor verder inrichten zodat het een fijne werkplek is voor iedereen. Zodra we gedurende 2022 meer zicht hebben op meerjarige financiering kunnen we investeren in een kleine verbouwing door bijvoorbeeld te investeren in (mobiele) stilte werkplekken en meer overleg ruimtes.

In ons jaarplan 2021 gaven we ook aan het hybride werken te omarmen. Het personeelshandboek en de werkkostenregelingen (thuiswerkvergoeding en woon-werkverkeervergoeding) hebben we op de hybride werk situatie aangepast en alle medewerkers krijgen een thuiswerk basispakket. Dit betekent dat er zowel thuis als op kantoor de faciliteiten aanwezig zijn om goed te kunnen werken.

De COVID-19 pandemie heeft ook in 2022 gezorgd voor veel (verplicht) thuiswerken. Dat is niet voor iedereen optimaal. Als organisatie blijven we alert hierop en hebben we aandacht, ruimte- en voorrang gegeven aan diegene die thuis niet kunnen werken, waar het een negatieve impact heeft op het mentale welzijn en waar het de voortgang van het werk of team werk belemmert.

Financiën & Control

De begroting voor het jaar 2022 komt uit op een positief resultaat van 10.000 euro en een target van nog te contracteren inkomsten van 683.000 euro (19% van de totale inkomsten van 3.600.000 euro). Van het bedrag van 683.000 euro is 460.000 euro ter dekking van de personeels- en organisatiekosten (brutomarge). WOMEN Inc. heeft een gezonde vermogenspositie (continuïteitsreserve) van 741.154 euro (1-1-2020), hetgeen overeenkomt met 7,3 maanden van de vaste operationele kosten conform de 2022 begroting. De continuïteitsreserve is bedoeld om de continuïteit van de organisatie te waarborgen en risico's op te vangen.

Eind 2021 heeft WOMEN Inc. geïnvesteerd in een financieel softwarepakket (AFAS), hiermee kan optimaal gebruik worden gemaakt van 1 softwarepakket, voor verschillende zaken (tijdschrijven, salarismodule, project module, e-facturering). Begin 2022 wordt deze nieuwe ingerichte omgeving in gebruik genomen. Mede door het gebruik van de projectmodule krijgen de projectleiders nu nog meer inzicht in het (financiële) reilen en zeilen van hun project. In 2022 wordt daarnaast, met de komst van de nieuwe controller, de project control functie verder opgezet binnen de organisatie.

ICT

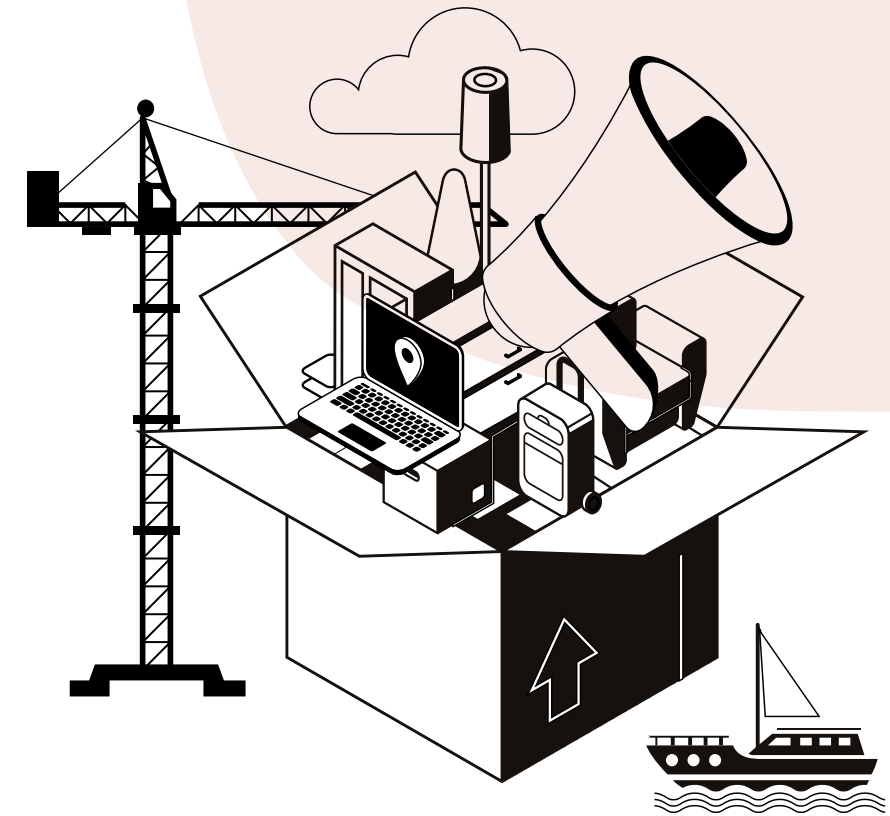
De ICT-scan die in 2021 stond gepland heeft nog niet plaatsgevonden en zal in 2022 plaatsvinden.

Stichting WOMEN Inc.
Koivistokade 54 III
1013 BB Amsterdam
T: 020 788 42 31
E: info@womeninc.nl
www.womeninc.nl

© WOMEN Inc. 2022

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen, geautomatiseerd of openbaar gemaakt in enige vorm, wijze, het zij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of op enige andere manier, zonder voorafgaande, schriftelijke toestemming van de uitgever.

FOTOGRAFIE cover
Robin de Puy





WOMEN
INC
●