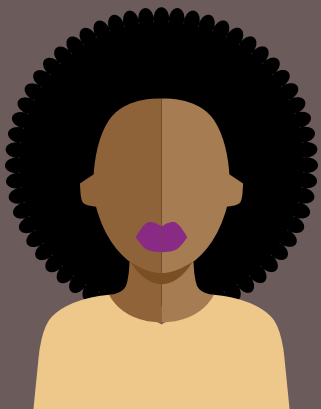
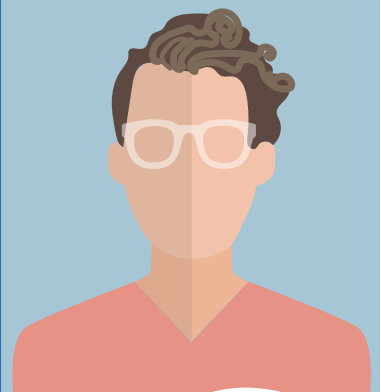
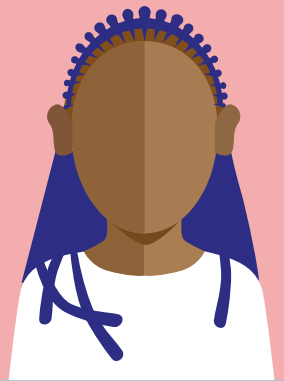
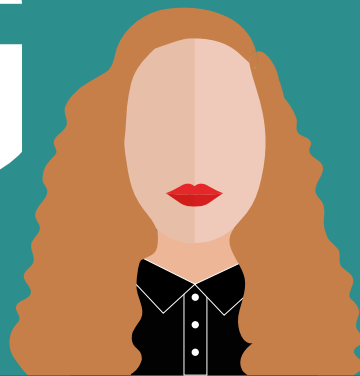
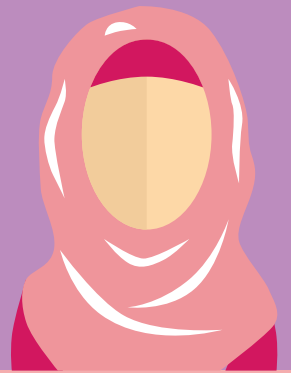
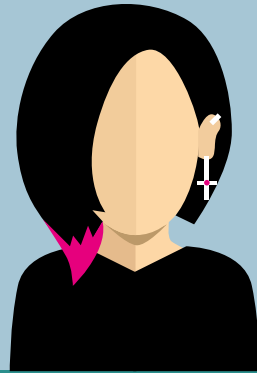


JAAAR VER SLAG



2019

WOMEN
INC





**WOMEN
INC**
●

INHOUDSOPGAVE

VOORWOORD	2
MISSIE, VISIE & DOELSTELLINGEN	4
STRATEGISCHE AANPAK: GROEIEND AGENDEREND NETWERK	8
HOOGTEPUNTEN 2019:	
Congres ledere patiënt is anders	13
Campagne Komt een mens bij de dokter	14
Coalitie Beeldvorming in de media	15
Campagne De grootste onderneming	16
Congres Inclusief werkgeverschap	17
Campagne 15% minder	18
Vitaliteit op de werkvloer - zwangerschap en overgang	19
Netwerkevent Vrouwen in politiek en bestuur	20
Project Ouderschap en Werk	21
OVERZICHT SAMENWERKINGSVERBANDEN	22
THOUGHT LEADERSHIP	25
LANCERING LOKET INC.	27
FUNDING MOTHERS NETWERK EN LANDELIJKE AANWEZIGHEID	28
ORGANISATIE EN PERSONEEL	30
BESTUUR EN RAAD VAN TOEZICHT	32
IMPACT EN BEREIK	34
FINANCIËN EN PARTNERSHIPS	38
COLOFON	42

VOORWOORD

Het jaar 2019 was voor WOMEN Inc. een jaar van historische doorbraken: in agendering, netwerkuitbreiding en organisatieverandering.

Afgelopen jaar hebben we geweldige doorbraken (mede) gerealiseerd, zoals de uitbreiding van het partnerverlof (de WIEG) en de instemming van de Tweede Kamer voor een bindend vrouwenquotum voor raden van commissarissen van beursgenoteerde ondernemingen. Geweldige historische doorbraken waar een lange adem voor nodig is geweest, die ons bevestigen in onze manier van agenderen en opereren en tegelijkertijd moed geven om hiermee door te gaan in de toekomst.

Daarnaast hebben we geïnvesteerd in uitbreiding van ons netwerk. Zowel uitbreiding van ons vrouwen-netwerk, waarvoor we ambassadeurs hebben aangesteld om met vrouwen in heel Nederland in contact te staan en te weten wat er bij hen speelt, als van ons netwerk aan partners en stakeholders. We hebben diverse expertsessies georganiseerd met sleutelfiguren uit de gezondheidszorg, de mediawereld en het bedrijfsleven waardoor we ons netwerk en daarmee ons draagvlak onder relevante stakeholders hebben verbreed en verdiept. We zijn daarnaast ontzettend trots dat we onze samenwerking met de Goldschmeding Foundation konden voortzetten rondom het thema Inclusief werkgeverschap, we opdrachten kregen van grote organisaties als Coca Cola, Aegon en ABP, en we onze contacten met de Rijksoverheid konden uitbreiden met nieuwe projecten voor het ministerie van Binnenlandse Zaken en het ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid. En niet te vergeten de verlenging van ons partnership met de Nationale Postcode Loterij voor de komende vijf jaar, waar we natuurlijk erg blij mee zijn. Een geweldig resultaat van jarenlang investeren in ons netwerk en steeds het belang van onze missie blijven benadrukken. Dat WOMEN Inc. overal waar zij aanwezig is, verbindingen weet te leggen en draagvlak creëert voor haar maatschappelijke missie wordt gezien en erkend. Zo stond onze directeur-bestuurder Jannet Vaessen op de 162e plek in de Volkskrant Top 200 invloedrijkste Nederlanders.

Tot slot was 2019 een jaar van organisatieverandering. WOMEN Inc. heeft de transitie doorgemaakt van bestuursmodel naar een Raad van Toezicht-model. Jacobina Brinkman is aangetreden als nieuwe voorzitter van de Raad van Toezicht van Stichting WOMEN Inc. en Jannet Vaessen als directeur-bestuurder. Voor de professionele organisatie WOMEN Inc. een passende stap naar volwassenheid, met meer interne verantwoordelijkheid.

Afgelopen jaar hebben we als organisatie geïnvesteerd in het ontwikkelen van onze veranderstrategie, onze Theory Of Change 2020-2030. Hierin staan onze doelen voor 2030 beschreven en onze impactformule op macro, meso en microniveau waarmee we komende tien jaar onze missie willen realiseren. Ook zijn er een aantal personele wisselingen geweest, waaronder het afscheid van managing director Christine Swart, de komst van Emma Lok als directeur strategie en organisatie per september en het benoemen van Nienke Hagenbeek tot directeur financiën en bedrijfsvoering.

Met deze doorbraken in agendering, uitbreiding van ons netwerk, veranderingen in de organisatie en een scherpe veranderstrategie voor de komende tien jaar is in 2019 de basis gelegd voor ons als agenderend netwerk om gendergelijkheid in Nederland te realiseren in dit decennium.

Jannet Vaessen
Directeur-bestuurder WOMEN Inc.

MISSIE, VISIE & DOELSTELLINGEN

ONVERMINDERD URGENTE MISSIE

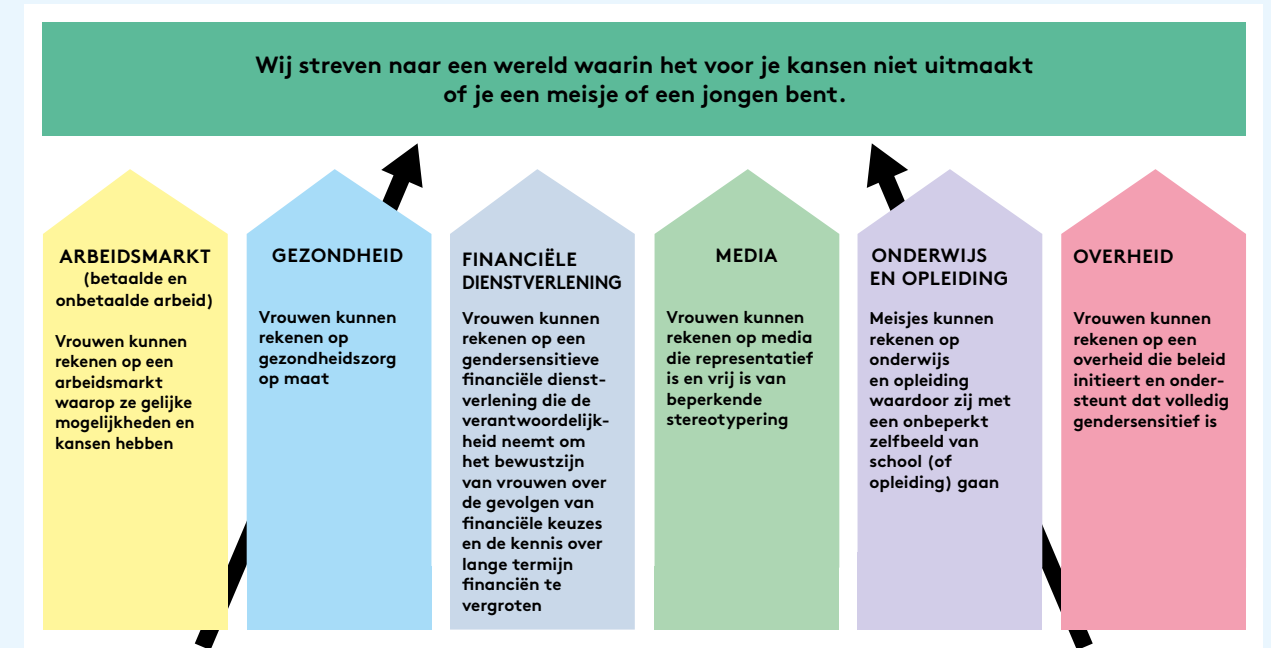
Onze missie - een wereld waarin het voor je kansen niet uitmaakt of je een jongen of een meisje bent - is afgelopen jaar onveranderd gebleven, aangezien er op dit moment nog steeds sprake is van ongelijke kansen voor mannen en vrouwen. In 2019 is Nederland zelfs 11 plaatsen gezakt op de Gender Gap Index van het World Economic Forum, naar de 38e plek. Nederland staat nu achter landen als Slovenië, Mexico en Uruguay. Gendergelijkheid staat wereldwijd onder druk door conservatieve en populistische bewegingen die elkaar gevonden hebben in een hang naar traditionele rolbevestigende gezinswaarden en in steeds meer landen aan populariteit winnen. Getuige de opkomst van een aantal politieke partijen is ook in Nederland afgelopen jaren een conservatieve stroming in gang gezet, versterkt door verschillende religieuze stromingen en economische belangen. Kortom, onze missie is onverminderd urgent.

VISIE VERTAALD NAAR VERANDERSTRATEGIE (THEORY OF CHANGE)

Er is veel te winnen met een grotere gelijkheid. Voor vrouwen, voor mannen, maar ook voor ons land als geheel. Een meer gelijke positie op de arbeidsmarkt versterkt de economische zelfstandigheid van vrouwen en meer gelijkheid kan voor Nederland zelfs een toename van 100 miljard bbp opleveren. Door stereotypering aan te pakken, neemt keuzevrijheid voor vrouwen en mannen toe. Als we meer weten over de man-vrouwverschillen in de gezondheidszorg, verbetert de gezondheid van vrouwen. Om gelijke kansen voor mannen en vrouwen te realiseren is een lange termijn visie nodig. Afgelopen jaar hebben we daarom onze veranderstrategie aangescherpt en een nieuwe Theory of Change ontwikkeld voor de periode 2020-2030. Hierin hebben we onze visie vertaald naar lange termijn doelen en bepaald welke aanpak en interventies de komende tien jaar noodzakelijk zijn om de gewenste systeemverandering te realiseren. Deze Theory of Change sluit aan bij de Sustainable Development Goals (SDGs) voor 2030 van de Verenigde Naties in het algemeen en SDG 5, SDG 3, SDG 4, SDG 10 en SDG 16 in het bijzonder. Hieronder zal onze Theory of Change verder worden uitgelegd.

LANGE TERMIJN DOELSTELLINGEN (2030)

Sinds 2013 is WOMEN Inc. actief op de thema's Geld, Gezondheid en Beeldvorming. We hebben bij het formuleren van de doelstellingen voor 2030 opnieuw gekeken welke domeinen van invloed zijn op het leven, welzijn, positie en participatie van vrouwen. We hebben de volgende domeinen gedefinieerd: Gezondheid, Arbeidsmarkt, Financiële dienstverlening, Media, Onderwijs en Overheid. De laatste twee domeinen zijn nieuw. Onderwijs is een essentieel domein om beeldvorming over en bij meisjes bij de wortel aan te pakken. Het domein overheid is belangrijk omdat deze een cruciale rol speelt bij het realiseren van de gewenste systeemverandering op alle andere domeinen.

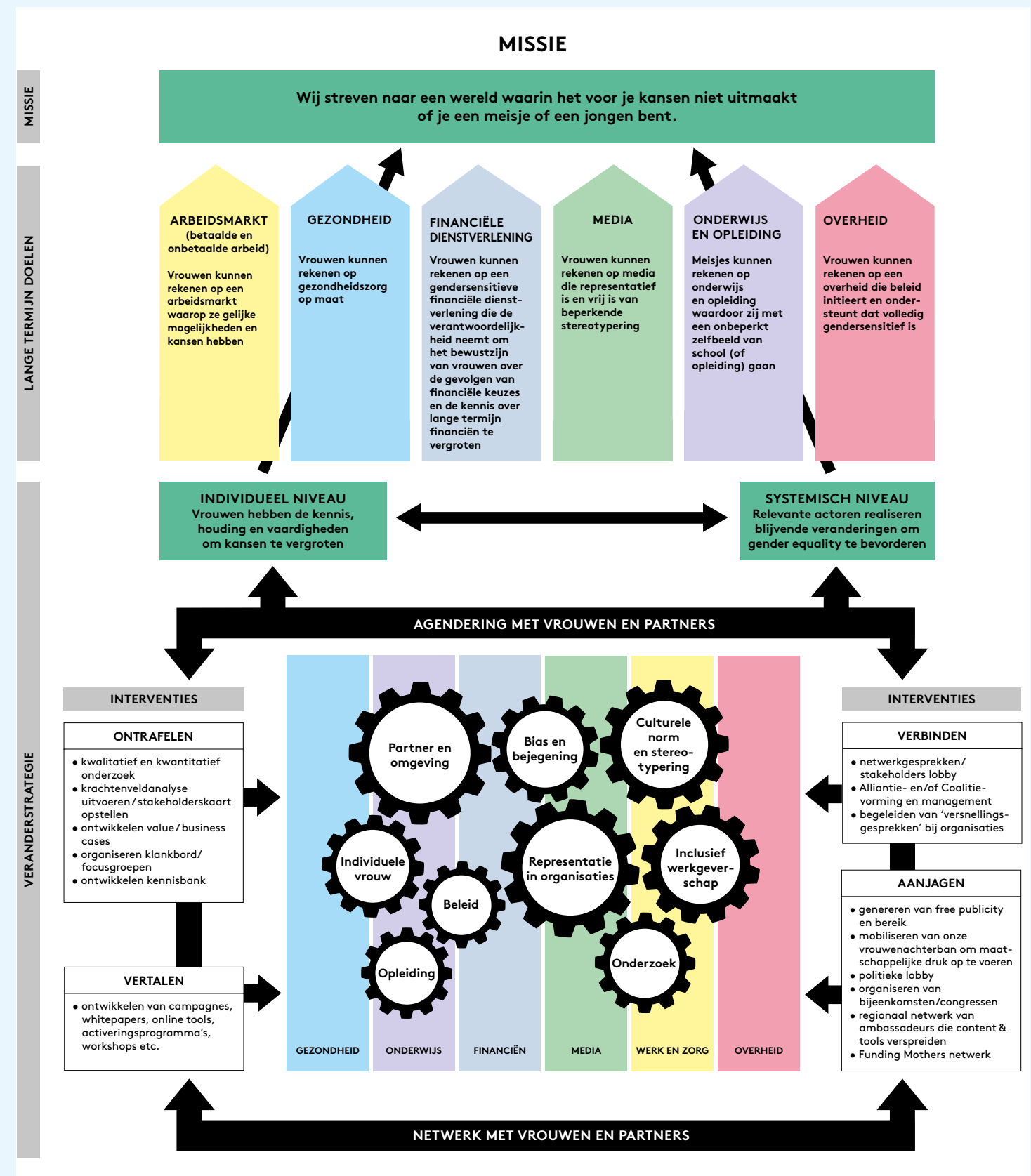


- 1. ARBEIDSMARKT: *Vrouwen kunnen rekenen op een arbeidsmarkt waarop ze gelijke mogelijkheden en kansen hebben.***
Werk is een keuze. Maar die keuze wordt beïnvloed door denkbeelden over wat daarin passend is en door het appèl dat op vrouwen wordt gedaan om zorgtaken op zich te nemen. Mannen en vrouwen worden als het gaat om werk- en zorgtaken anders beoordeeld. Dat zien we ook terug in de (ongelijke) beloning van vrouwen.
- 2. GEZONDHEID: *Vrouwen kunnen rekenen op gezondheidszorg op maat***
Vrouwen leven minder lang in goede gezondheid dan mannen. Vrouwen hebben recht op passende en juiste zorg die rekening houdt met man/vrouw verschillen en vrouwspecifieke factoren, zodat gender geen rol meer speelt in gelijke kansen op gezondheidszorg.
- 3. FINANCIËLE DIENSTVERLENING: *Vrouwen kunnen rekenen op gendersensitieve financiële dienstverlening die de verantwoordelijkheid neemt om vrouwen bewust te maken van de gevolgen van financiële keuzes en het vergroten van financiële kennis rond langetermijn financiën.***
De gemiddelde financiële positie van vrouwen in Nederland is niet gelijk aan die van mannen. Vrouwen verdienen in hun werkende leven minder, werken vaker in deeltijd en zijn vaker financieel afhankelijk. In de financiële dienstverlening is het van belang dat vrouwen geïnformeerd worden over en gefaciliteerd worden in het maken van financieel bewuste keuzes zodat de financiële gevolgen daarvan afgewogen worden. Zo is het bijvoorbeeld bij het afsluiten van een hypotheek bij een gehuwd stel wenselijk om na te gaan hoe er omgegaan wordt met de financiële gevolgen van een eventuele scheiding.
- 4. MEDIA: *Vrouwen kunnen rekenen op media die representatief is en vrij is van beperkende stereotypering***
De media spelen een belangrijke rol in het bevestigen of ontcrachten van stereotypering en beeldvorming. Vrouwen zijn veel minder vaak als expert zichtbaar in de media en zijn veel vaker zichtbaar in zorgrollen. Net zoals in het onderwijs kunnen stereotiepe denkbeelden en gebrek aan representatie in de media het beeld van hun mogelijkheden en talenten beperken.

5. **ONDERWIJS EN OPLEIDING:** *Meisjes kunnen rekenen op onderwijs en opleiding waardoor zij met een onbeperkt zelfbeeld van school (of opleiding) gaan*
 In het onderwijs en tijdens een opleiding leren meisjes wat hun mogelijkheden zijn voor de toekomst en welke talenten zij kunnen ontplooiën. Uit recent onderzoek blijkt dat er een omslag plaatsvindt bij kinderen tussen de 5 en 7 jaar waarbij meisjes zichzelf ineens als minder slim gaan beschouwen dan jongens. Dat gebeurt onder andere door de (onbewuste) stereotype benadering door onderwijzers, maar ook in leerboeken blijken 70% van de afbeeldingen stereotypen. Een beperkt beeld van wie je bent en wat je mogelijkheden zijn, kan leiden tot een beperkt zelfbeeld en perspectieven voor de toekomst.
6. **OVERHEID:** *Vrouwen kunnen rekenen op een overheid die beleid initieert en ondersteunt dat volledig gendersensitief is*
 De overheid maakt wet- en regelgeving die direct van invloed is op het leven van burgers, waaronder vrouwen. Door bias en stereotypering kan wet- en regelgeving ontoereikend zijn of zelfs nadelig uitpakken voor vrouwen.

Wanneer binnen deze domeinen onze langetermijndoelen zijn behaald, is onze missie geslaagd en maakt het voor je kansen niet meer uit of je jongen of meisje bent.

Hoewel deze langetermijn doelen pas afgelopen jaar zijn ontwikkeld voor de komende tien jaar, zullen we ze in dit jaarverslag wel gebruiken als referentie om te laten zien hoe onze interventies en activiteiten van 2019 al aan deze doelen hebben bijgedragen.



STRATEGISCHE AANPAK: GROEIEND AGENDEREND NETWERK

AGENDEREND NETWERK

Wij hebben gekozen voor een strategische koers als 'agenderend netwerk' dat als Thought en Action Leader versneld gendergelijkheid realiseert. Afgelopen jaar zijn we erin geslaagd om ons agenderende netwerk verder te laten groeien en ontwikkelen.

Om de samenleving te veranderen, is het een voorwaarde dat zowel individuen als het systeem (cultuur, instituties, regelgeving etc) in beweging komen. We geven daarom onze agenderende netwerkstrategie vorm op drie niveaus: macro, meso en micro. Op macroniveau richten we ons direct op beïnvloeding van de overheid en politiek. Op mesoniveau worden relevante stakeholders, waaronder instituten en (koepel) organisaties van werkgevers en (zorg)professionals, aangezet om beleid en kennis door te vertalen naar gendersensitiviteit en het bevorderen van een inclusieve samenleving op alle thema's. Tevens gebruiken we deze acties op mesoniveau om onze agendering naar de overheid en politiek te versterken en te versnellen. Op microniveau communiceren we naar het brede Nederlandse publiek, dat als maatschappelijke motor dient voor het beïnvloeden van de andere niveaus en vormen we een groeiend netwerk van vrouwen om hen met onze informatie te versterken. Door deze drie niveaus aan elkaar te verbinden, lukt het ons om doorbraken te realiseren en daarmee versnelling richting gendergelijkheid te realiseren.

Agenderen voor systeemverandering (macro)

WOMEN Inc. laat als agenderend netwerk vaak van zich horen in Den Haag middels ludieke acties bij het Binnenhof, ingezonden stukken voor belangrijke algemeen overleggen van de Tweede Kamer of reacties op consultatierondes en vele een-op-een gesprekken met politici of beleidsmakers. Daar kan je echt een verschil maken en het systeem van wetten en regelgeving veranderen met de juiste argumenten en feiten. In vergelijking met onze omringende welvarende landen ontbreekt het in Nederland helaas aan effectief gendersensitief beleid. Daarom moet dit 'beleidstekort' opgelost worden.

Fix the system, not the women!

Activeren van professionals (meso)

WOMEN Inc. initieert samenwerking en vormt als verbinder strategische allianties en coalities met professionals in de domeinen waar verandering nodig is. WOMEN Inc. is bij bijna alle coalities en allianties de trekkende partij die het initiatief neemt, zorgt voor een gemeenschappelijk doel, voor de financiering, voor de monitoring van voortgang activiteiten, de woordvoering en is vertegenwoordiger van het gedachtegoed. Los van deze allianties en coalities gaan we op onze thema's altijd met relevante stakeholders (voor- en tegenstanders van de beoogde verandering) in gesprek om te achterhalen wat voor hen de positieve triggers zijn om in beweging te komen. Zo creëren we draagvlak waardoor onze interventies duurzaam en systemisch geborgd kunnen worden.

Verbindend netwerk voor draagvlak (micro)

Als verbindend netwerk richten we ons ook op het individu. We brengen vrouwen onderling met elkaar in contact, omdat vrouwen van elkaar kunnen leren, ongeacht leeftijd, opleidingsniveau, financiële positie en tijdsbesteding (werk/zorgverdeling). Dat doen we met een groeiend ambassadeursnetwerk dat dwars door het hele land heen onze acties in de verschillende regio's uitzet en toetst. Hierbij informeren we vrouwen over de kennis en inzichten die wij hebben en informeren vrouwen ook elkaar over hun eigen valkuilen en kansen. Zo halen we tegelijkertijd op wat er speelt bij onze achterban om te kunnen bepalen welke systeemveranderingen er nodig zijn. Juist omdat we hiermee de stem van de vrouw laten horen en namens alle vrouwen spreken is onze lobbypositie zo sterk.

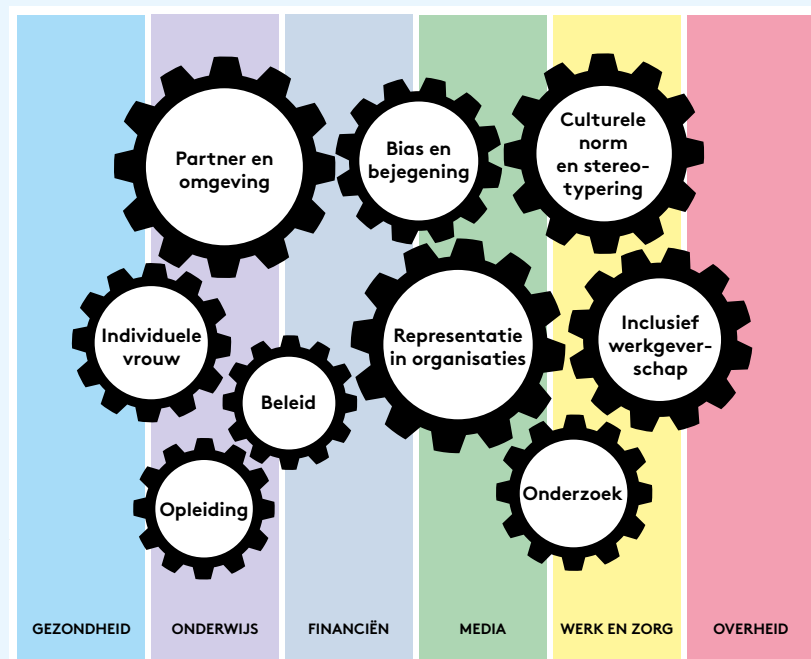
Daarnaast hebben we afgelopen jaar geïnvesteerd in een groeiende groep van particuliere donateurs, ons Funding Mother netwerk: vrouwen die de verantwoordelijkheid willen nemen en zich meerjarig willen verbinden aan de missie van WOMEN Inc. door financieel bij te dragen en hun vaardigheden en netwerken te delen. Al deze micro-niveau acties tezamen: ons vrouwennetwerk, ons ambassadeursnetwerk, ons Funding Mothers netwerk en het brede Nederlandse publiek dat we met onze campagnes en online media bereiken, vormen de maatschappelijke motor achter onze acties op meso en macro niveau: zij geven ons recht van spreken.

'THOUGHT & ACTION LEADER' OP GENDER EQUALITY

Als 'Thought Leader' zijn we onderscheidend door de concrete constructieve maatschappelijke veranderingen en sociale innovaties die we realiseren. We spreken namens steeds meer vrouwen in heel Nederland en informeren hen met landelijke campagnes en doelgroepspecifieke projecten over hoe zij zelf hun kansen kunnen vergroten. We hebben ons de afgelopen jaren naast 'Thought Leader' ook nadrukkelijk als 'Action Leader' gepositioneerd, met projecten en programmalijnen op thema's waarop vrouwen en meisjes nog achterstanden en belemmeringen ondervinden, waarop we met vrouwen en professionals (werkgevers, partners, zorgprofessionals, mediaprofessionals) ontrafelen welke veranderingen nodig zijn, bewustzijn vergroten en concreet handelingsperspectief bieden. Dit doen we veelal in nauwe samenwerking met andere maatschappelijke organisaties.

Beweging in gang zetten

Binnen de domeinen die van invloed zijn op het leven van vrouwen in Nederland zien wij dat er altijd 9 'bewegingsknoppen' zijn, die integraal effect hebben op de domeinen. Wanneer deze knoppen draaien, heeft dat effect op de heersende cultuur en de activiteiten binnen een of meer domeinen. Met onze interventies zetten we in om aan deze bewegingsknoppen te kunnen draaien. Zie hieronder een visuele weergave van de verschillende knoppen die wij altijd in samenhang benaderen om de nodige verandering te versnellen: 1) bias en bejegening, 2) culturele norm en stereotypering, 3) beleid, 4) opleiding, 5) onderzoek, 6) inclusief werkgeverschap, 7) representatie in organisaties, 8) individuele vrouw, 9) partner en omgeving.



Unieke werkwijze voor maximale impact

Als agenderend netwerk dat zich als Thought en Action Leader voor gendergelijkheid inzet, hebben we een effectieve en unieke aanpak, bestaande uit vier onderdelen, ontwikkeld om onze impact te optimaliseren:

1. ONTRAFELLEN

De analyse van de uitgangssituatie van concreet issue, bijvoorbeeld de aanpak van de loonkloof tussen mannen en vrouwen, roept vragen op die we verder ontrafelen in aanvullend onderzoek en klankbord- / focusgroepen en expertmeetings samen met relevante stakeholders. Door dit samen met hen te doen, betrekken we ze bij onze aanpak. Bij het ontrafelen houden we scherp voor ogen welke kennis of handelingsperspectief we boven water moeten krijgen om de gewenste verandering tot stand te brengen. Dit biedt input voor onze communicatie- en lobbyactiviteiten.

2. VERBINDEN

We verbinden relevante stakeholders in een netwerk, coalitie of alliantie, om samen duurzaam te werken aan versnelling.

3. VERTALEN

We vertalen de 'lessons learned' uit onze interventies naar concrete boodschappen en handelingsperspectief voor doelgroepen die van belang zijn voor de gewenste verandering. We ontwikkelen publiekscampagnes, online tools, gesprekskaarten, workshops, activeringsprogramma's, factsheets etc.

4. AANJAGEN

We zetten verder in op versnelling door de maatschappelijke druk op te voeren samen met onze achterban, onze ambassadeurs in het land en de Funding Mothers en door onze politieke lobby.

Deze onderdelen zijn ook verwerkt binnen de visuele afbeelding van onze Theory of Change met daarbij aangegeven welke soort activiteiten daaronder vallen.

Met deze aanpak hebben wij afgelopen jaar vrouwen en stakeholders 'aangezet' en in staat gesteld om bij te dragen aan verandering. Middels agendering met vrouwen en partners zorgen wij dat verandering gedragen is en geborgd wordt.

Vooruitblik 2020

In 2020 willen we onze Theory of Change 2020-2030 verder uitwerken. We zullen de langetermijndoelen kwantificeren en KPI's formuleren, waardoor we onze doelen meetbaar kunnen maken. Daarnaast zullen we de langetermijndoelen vertalen naar jaardoelen, waarmee wij onze impact per jaar inzichtelijk maken en waarop de Raad van Toezicht ons kan monitoren.

HOOGTEPUNTEN 2019

Congres ledere patiënt is anders

GEZONDHEID



Op 11 april 2019 organiseerden we vanuit de Alliantie Gezondheidszorg op Maat (bestaande uit COC Nederland, Rutgers en WOMEN Inc.) het congres 'ledere patiënt is anders'. 341 eerstelijns zorgprofessionals en professionals uit andere domeinen van de gezondheidszorg kwamen in de gloednieuwe Amsterdome bijeen voor de nieuwste inzichten over sensitiviteit in de zorg in Nederland op het gebied van sekse, gender en seksuele oriëntatie. Wat is er al bereikt, wat weten we al en wat nog niet en welke activiteiten staan er bij belangrijke zorgorganisaties op de planning om tot een inclusieve zorg te komen?

Naast een plenair programma met o.a. keynote spreker prof. dr. ir. Jan Rotmans, dr. Rob Dijkstra (bestuursvoorzitter Nederlands Huisartsen Genootschap), Dianda Veldman (directeur-bestuurder Patiëntenfederatie Nederland), Jacobine Geel (bestuursvoorzitter GGZ Nederland), Henk Smid (directeur ZonMw), Angélique Berg (directeur-generaal Volksgezondheid van ministerie VWS),

DIT CONGRES WERD GEÏNITIEERD DOOR DE ALLIANTIE GEZONDHEIDSZORG OP MAAT MET STEUN VAN MINISTERIE VAN ONDERWIJS, CULTUUR EN WETENSCHAP.

Astrid Oosenbrug, (voorzitter COC Nederland), Ton Coenen (directeur Rutgers) en Jannet Vaessen (directeur-bestuurder WOMEN Inc.) waren er diverse subsessies. Hierbij gingen professionals in gesprek met elkaar en met het publiek. Onderwerpen van deze sessies waren: vrouwspecifieke klachten in de spreekkamer, de invloed van gender en seksuele oriëntatie op lichamelijke en psychische gezondheid, implementatie van onderzoek in de praktijk en een introductie over bias voor zorgprofessionals. Tevens werd tijdens het congres de nieuwe e-learning Jong en Transgender, speciaal voor JGZ- en Jeugdprofessionals, gepresenteerd.

Lees hier het verslag van de dag: iederepatientisanders.verslagvandedag.nl



BEKIJK HIER
DE AFTER MOVIE

Campagne Komt een mens bij de dokter

GEZONDHEID



Op 15 april 2019 lanceerden we vanuit de Alliantie Gezondheidszorg op Maat (bestaande uit COC Nederland, Rutgers en WOMEN Inc.) de landelijke publiekscampagne 'Komt een mens bij de dokter'.

Met deze campagne agenderen we het belang van gezondheidszorg op maat, omdat iedere patiënt anders is. De campagne is vooral gericht op het brede publiek: we roepen patiënten en cliënten op open te zijn naar zorgprofessionals over hun identiteit en aandoeningen, zodat ze de zorg krijgen die bij hen past en geven ze handvatten om hier iets mee (of aan) te doen. Daarnaast roepen we zorgverleners op hun verantwoordelijkheid te nemen om zorg op maat te bieden. Want verkeerde aannames, schaamte en ontbrekende kennis staan passende zorg nog te vaak in

de weg en samen kunnen we dat veranderen.

We ontwikkelden diverse communicatiemiddelen zoals een campagne site, een campagnevideo, een informatiepakket voor in de spreekkamer en een podcast serie met intieme, ontroerende en opzienbarende verhalen uit de spreekkamer. Verhalen van mensen die door schaamte, onwetendheid, verkeerde aannames en hokjesdenken lang niet altijd de zorg krijgen die ze nodig hebben.

Om zoveel mogelijk zichtbaarheid voor de campagne te genereren werden de communicatiekanalen van zowel WOMEN Inc., Rutgers als COC Nederland ingezet en een PR strategie ontwikkeld om free publicity te genereren.

komteenmensbijdedokter.nl	27.294 unieke bezoekers
Social media bereik	4.940.421
Videoviews	877.289
Podcast downloads	13.640
Opgevraagde informatiepakketten voor in de spreekkamer	35
PR > 16 woordvoeringsmomenten en publicaties	Bereik 5.672.953



BEKIJK HIER DE CAMPAGNEVIDEO

DEZE CAMPAGNE WERD GEÏNITIEERD DOOR DE ALLIANTIE GEZONDHEIDSZORG OP MAAT MET STEUN VAN HET MINISTERIE VAN ONDERWIJS, CULTUUR EN WETENSCHAP.

Coalitie Beeldvorming in de media

MEDIA



In 2019 ronden wij het project Coalitie Beeldvorming in de Media af. De Coalitie is in 2 jaar tijd uitgegroeid tot een gezelschap van twaalf leden: Nederlandse Publieke Omroep, RTL Nederland, VICE Benelux, VEA (de Vereniging van Communicatieadviesbureaus), Include Now, EndemolShine, Coca-Cola European Partners, World Press Photo, Unfold, Viacom, YouTube Nederland en Universal Media. Met het projecteinde in zicht gaven de leden een prachtig unaniem signaal af vanuit het veld: ze willen zonder de financiering van het ministerie op eigen kracht een doorstart maken. De rol van WOMEN Inc. gaat van coördinerend naar faciliterend. De VEA neemt het voorzitterschap van de coalitie over.

Dit nieuws werd bij de themabijeenkomst 'Turven & Durven' op 13 juni 2019 bekend gemaakt. Tijdens deze bijeenkomst voor mediamakers deelden de coalitieleden hun ervaringen van de afgelopen twee jaar, waarin zij gezamenlijk aan de slag zijn gegaan om stereotypering in de media tegen te gaan,

Kennisbank beeldvorming in de media	27.294 unieke bezoekers
Podcast 'Toen ik mij zag' downloads	4.940.421
PR	Bereik: 6.331.535

DEZE COALITIE WERD GEÏNITIEERD DOOR WOMEN INC. EN GEFINANCIERD DOOR HET MINISTERIE VAN ONDERWIJS, CULTUUR EN WETENSCHAP.

bewustzijn over vooroordelen te bevorderen en zij diversiteit en inclusie structureel onderdeel hebben gemaakt van hun beleid en organisatieprocessen. WOMEN Inc. lanceerde tijdens de bijeenkomst de audiotour en podcast 'Toen ik mij zag' met o.a. Rowan Blijd en Marc-Marie Huijbregts die over het moment vertellen waarop ze zichzelf voor het eerst terugzagen in de media.

Op 26 september 2019 vond de eerste bijeenkomst plaats van de coalitie in haar nieuwe zelfstandige vorm. Hier werd onder andere gesproken over de te ondernemen activiteiten, de groeiambitie en de voorwaarden voor nieuwe leden.

Door de gezamenlijke activiteiten van de Coalitie en de activiteiten van de leden is 30% van de mediamakers in Nederland bewuster van het belang en de winst van het doorbreken van stereotypering in de media, een resultaat waar we zeer trots op zijn!

Campagne De grootste onderneming

ARBEIDSMARKT



De Grootste Onderneming van Nederland bestaat uit alle 9 miljoen mensen die dagelijks onbetaald werk doen als ouder, mantelzorger of vrijwilliger en daarmee ons land draaiende houden. Het personeelsbestand van De Grootste Onderneming van Nederland bestaat op dit moment uit 4 miljoen ouders, 4 miljoen mantelzorgers en 1,2 miljoen vrijwilligers. En zij krijgen niet de vanzelfsprekende bescherming en waardering die bij betaald werk hoort. Dat moet anders. Met deze campagne riep De Alliantie Samen werkt het! bestaande uit Bureau Clara Wichmann, Movisie, WO=MEN, De Nederlandse Vrouwenraad & WOMEN Inc. premier Rutte op om in actie te komen, zodat er in beleid en regelgeving iets verandert ten aanzien van onbetaald werk.

Het begint namelijk te knellen, die combinatie van betaald werken en steeds meer onbetaald zorgen voor anderen. Daarom agenderen we met deze campagne het belang van meer waardering en erkenning van onbetaald werk, voor vrouwen én mannen. Zodat vrouwen en mannen gelijke kansen en waardering krijgen voor onbetaald werk en dezelfde mogelijkheden hebben om dit te combineren met betaald werk.

Voor de campagne ontwikkelden we diverse communicatiemiddelen, zoals een campagnewebsite, een brief aan premier Rutte, een video en fotografie. Daarnaast kunnen bezoekers van de website uitrekenen hoeveel € hun onbetaalde werk is. Om zoveel mogelijk zichtbaarheid te genereren zetten alle partners hun communicatiekanalen in.

degrootsteondernemingvannederland.nl	> 32.000 unieke bezoekers
Opgehaalde handtekeningen	8.500 (conversie van ruim 25%)
Social media bereik	2.300.000
PR	Bereik 6.665.968



BEKIJK HIER DE CAMPAGNEVIDEO

DE GROOTSTE ONDERNEMING VAN NEDERLAND WERD GEÏNITIEERD DOOR DE ALLIANTIE SAMEN WERKT HET! MET STEUN VAN MINISTERIE VAN ONDERWIJS, CULTUUR EN WETENSCHAP EN DE BERNARD VAN LEER FOUNDATION.

Congres Inclusief werkgeverschap

ARBEIDSMARKT



fotografie: Stella Gommans

Inclusief werkgeverschap: je komt het begrip steeds vaker tegen. Maar houdt het eigenlijk in? Tijdens het inspiratieontbijt 'Lekker Inclusief' op 3 oktober legde WOMEN Inc. dit uit aan een zaal met 114 werkgevers en HR-directeuren. Verschillende componenten van inclusief werkgeverschap kwamen aan bod: zorgvriendelijk werkgeverschap in relatie tot de uitbreiding van betaald partnerverlof, het voorkomen van financiële stress op de werkvloer en het faciliteren van de combinatie van werk met zwangerschap en de overgang.

Keynote spreker Halleh Ghorashi (hoogleraar inclusiviteit Vrije Universiteit Amsterdam) gaf aan dat de norm op de werkvloer nog altijd de witte man is, die flexibel is en geen zorgtaken heeft naast zijn betaalde werk. Iemand die constant inzetbaar is. Alles wat van dat normbeeld afwijkt past niet binnen de huidige organisaties. "En dat moet anders," aldus de hoogleraar.

lekkerinclusief.verslagvandedag.nl

Voorlopers als ABN-Amro, AT Osborne, VGZ en Coca-Cola vertelden hoe zij invulling geven aan inclusief werkgeverschap.

RITA SANGERS, REWARD SPECIALIST ABN AMRO: "We zien de toegevoegde waarde van een betere werk-privébalans voor onze medewerkers en zijn ervan overtuigd dat het uitgebreid partnerverlof leidt tot een betere werk en zorg verdeling tussen mannen en vrouwen. Het gaat ons op die manier ook helpen bij het vraagstuk rond vrouwen aan de top."

Daarnaast deelden experts, onder andere van Zorg van de Zaak, het Nibud en Great Place to Work, hun kennis en sloten we de ochtend af met een panelgesprek waarin SER-voorzitter Mariëtte Hamer het belang van een quorum gecombineerd met inclusief werkgeverschap uiteen zette.

DEZE BIJeenkomst werd mede mogelijk gemaakt door: BERNARD VAN LEER FOUNDATION, INSTITUUT GAK, GOLDSCHMEDING FOUNDATION, NATIONALE POSTCODE LOTERIJ EN DE ALLIANTIE SAMEN WERKT HET!

Campagne 15% minder

ARBEIDSMARKT



BEKIJK HIER DE CAMPAGNEVIDEO

Vrouwen verdienen gemiddeld 15% minder salaris dan mannen. Dat komt neer op €300.000,- in een werkend leven. Al jaren voert WOMEN Inc. de campagne 'Waar is mijn 300.000?'. Hiermee willen we iedereen bewust maken van het feit dat de loonkloof bestaat en wat je zelf hieraan kunt doen. Dit jaar is er extra aandacht voor werkgevers. Want 75% van de werkgevers denkt dat de loonkloof in hun organisatie niet voorkomt, vaak blijkt dit echter wel het geval. Het is belangrijk dat werkgevers weten hoe de loonkloof ontstaat en wat zij eraan kunnen doen.

De campagne #vijftienprocentminder demonstreert hoe absurd het is dat de loonkloof bestaat, door te laten zien hoe bizar het is als je vrouwen in andere situaties op de werkvloer ook 15% minder zou geven, bijvoorbeeld 15% minder lunch of 15%

minder koffie. We ontwikkelden verschillende middelen o.a. een campagne video en visuals/printuitingen en voerden intensief campagne via social en online media en PR.

Naast de bewustwordingscampagne maakten we het magazine 'Zo werkt het - Een eerlijk loonbeleid' met daarin onder andere feiten en cijfers rondom de loonkloof, de status van de wetgeving op dit gebied, best practices van bedrijven die aan de slag zijn gegaan met een eerlijk loonbeleid (o.a. Aegon, Prorail en Salesforce) en concreet handelingsperspectief. Dit bestond uit een 'Stappenplan voor een eerlijk loonbeleid en de in samenwerking met onderzoeks partij AnalitiQs ontwikkelde Gelijk Loon Check waarmee bedrijven een eerste inzicht krijgen of er sprake is van een loonkloof binnen hun organisatie.

vijftienprocent.nl	19.526 unieke bezoekers
Social media bereik totaal	1.641.435
Social media bereik werkgevers/HR geïnteresseerden	518.792
Aanvragen starterskit Gelijk Loon Check	169
PR	Bereik 30.269.717

DIT PROJECT WORDT GEFINANCIERD DOOR HET MINISTERIE VAN ONDERWIJS, CULTUUR EN WETENSCHAP.

Vitaliteit op de werkvloer - zwangerschap en overgang

ARBEIDSMARKT



BEKIJK HIER DE ZWANGERSCHASVIDEO



BEKIJK HIER DE OVERGANG VIDEO

Het project 'Vitaliteit op de Werkvloer', dat in december 2019 ten einde kwam, richtte zich op het verzamelen en verspreiden van kennis over belemmeringen en good practices rondom zwangerschap en overgang op de werkvloer. Doel van het project was het versterken van de arbeidsparticipatie van vrouwen in deze twee levensfasen, zodat we nu en in de toekomst voldoende vrouwelijke arbeidspotentieel beschikken en arbeidsuitval voorkomen.

Binnen het project werd i.s.m. Amsterdam UMC een literatuur- en actieonderzoek gedaan naar zwangerschap en overgang op de werkvloer. In de jaarlijkse Week van de Overgang begin april, waren WOMEN Inc. en Amsterdam UMC samen te gast bij Koffietijd om over het project te vertellen en aan te geven hoe belangrijk het is om op de werkvloer over de overgang te praten.

Ook ontwikkelde WOMEN Inc. twee 'mini campagnes' rondom Zwangerschap en Werk (september) en Overgang en Werk (december). Hiervoor ontwikkelden we ludieke maar informatieve campagne video's met de makers van Klikbeet, aansprekend voor zowel werkgevers als werknemers. Ook maakten we samen met 24Baby een speciale 'gespreksstarter'.

Op beide campagnepagina's (zwangerschap en overgang) is voor zowel werkgever als werknemer informatie over het project en de onderzoeken te vinden, evenals tips en adviezen, ervaringsverhalen en meer. De content van deze website is het hele jaar door gedeeld via alle social media kanalen van WOMEN Inc.

vitaliteit-op-de-werkvloer.nl	19.526 unieke bezoekers
Social media bereik	1.641.435
Video views	518.792

DIT PROJECT IS EEN SAMENWERKING TUSSEN WOMEN INC. EN AMSTERDAM UMC, MET STEUN VAN INSTITUUT GAK.

Netwerkevent Vrouwen in politiek en bestuur

OVERHEID



Op 16 december 2019 organiseerde WOMEN Inc., in opdracht van het ministerie van Binnenlandse zaken en Koninkrijksrelaties, de eerste netwerkbijeenkomst voor vrouwen in politiek en bestuur met als thema: 'het behoud en doorstroom van vrouwelijk talent in politiek en bestuur'. De aanleiding hiervoor was dat het vrouwenkiesrecht in 2019 100 jaar bestaat. Ondanks dat er een hoop is verbeterd ten aanzien van de positie van vrouwen is er nog steeds een ondervertegenwoordiging van vrouwen in politiek en bestuur. Dit kabinet heeft het streven dat na de volgende Tweede Kamer verkiezingen in 2021 en de gemeenteraadsverkiezingen in 2022 de man-vrouw verhouding in het openbaar bestuur beter in balans is en zich in de toekomst stabiliseert tussen de 40% en 60%.

Het doel van het netwerkevent was 'Het netwerk versterken van vrouwen in politieke en bestuurlijke functies door uitwisseling van kennis en inzichten'. Het event werd bezocht door ruim 90 gemeenteraadsleden, wethouders,

burgemeesters, statenleden en eerste kamerleden. Heel bijzonder te zien dat zij vanuit het hele land, van Zeeland, Limburg tot Drenthe en Groningen, naar Amersfoort kwamen voor deze eerste landelijke netwerkbijeenkomst.

De dagvoorzitter was Diana Matroos (presentator/journalist), met bijdragen van o.a. Olger van Dijk (hoofd afdeling Politieke Ambtsdragers en Weerbaar Bestuur van het Ministerie BZK), Julia Wouters (auteur 'De zijkant van de macht'), Maria Kranendonk (onderzoeker aan de UvA), Eveline van Rijswijk (onewomanshow 'De Première'), Ineke Hurkmans (Jump Movement), Mirjam de Blécourt (Eerste Kamer), Erica van Lente (burgemeester Dalfsen), Erika Spil (wethouder gemeente Bunnik), Nadya Aboyaakoub (wethouder gemeente Nijkerk), Anita van der Noord (gemeenteraadslid Noordenveld), Pam van der Weijer (gemeenteraadslid Nijkerk) en Sylvana Simons (gemeenteraadslid Amsterdam).

DIT NETWERKEVENT WAS IN OPDRACHT VAN HET MINISTERIE VAN BINNENLANDSE ZAKEN EN KONINKRIJKSRELATIES.

Project Ouderschap en Werk

ARBEIDSMARKT

WOMEN Inc. zet zich in voor een inclusieve arbeidsmarkt. Een voorwaarde hiervoor is dat vrouwen en mannen op de werkvloer gelijke kansen krijgen. De komst van de Wet Invoering Extra Geboorteverlof (WIEG) is een belangrijke stap hierin en kan bijdragen aan een gelijkwaardige verdeling van de zorg voor een kind. Sinds 1 januari 2019 is het betaalde partnerverlof verlengd naar vijf dagen. Vanaf 1 juli 2020 kunnen partners ook nog vijf weken verlof opnemen, echter dit verlof is slechts 70% betaald en optioneel. De komende tijd wil WOMEN Inc. daarom organisaties in Nederland laten zien wat de voordelen van het verlof zijn.

Om dit doel te bereiken, hebben we een netwerk opgezet van organisaties die nu al voorlopen in family friendly beleid. We organiseerden diverse bijeenkomsten met werkgevers om enerzijds kennis en ervaringen op te halen bij voorlopers als VGZ, ABN AMRO, Achmea, Salesforce, AT Osborne, De Balie en Cinecenter en anderzijds werkgevers te inspireren en te informeren over de positieve effecten van de uitbreiding van partnerverlof. Bij deze inspiratiesessie waren organisaties aanwezig als ABN AMRO, Coca Cola European Partners, Havenbedrijf Amsterdam, Nationale Postcode Loterij, EY, Alliander en TNO.

Tevens vonden er rondetafel gesprekken plaats met jonge vaders op de werkvloer bij een gemeente en twee zakelijke dienstverleners om te horen welke belemmeringen zij ervaren.

Alle opgedane kennis hebben we vervolgens meegenomen in de ontwikkeling van de whitepaper '7 Strategieën voor Succesvol Partnerverlof'. In deze whitepaper wordt uitgelegd wat de winst van partnerverlof is voor



werknemer én werkgever en wat strategieën er zijn om het verlof op een succesvolle manier in te voeren. De whitepaper is tot stand gekomen i.s.m. TNO, Great Place to Work, VDRS en Pro Parents.

De whitepaper is gepresenteerd op het WOMEN Inc. werkgeersevent 'Lekker Inclusief?!'. Tijdens dit event maakten Coca-Cola European Partners en de Goede Doelen Loterijen (Nationale Postcode Loterij, BankGiro Loterij en VriendenLoterij) bekend dat zij, geïnspireerd door de whitepaper, per 1 januari 2020 zes weken volledig betaald partnerverlof invoeren voor hun werknemers. Later volgde ook nog ABN AMRO. Deze organisaties lopen hiermee voor op de invoering van de WIEG per 1 juli 2020.

PR	Bereik: 29.315.069
----	--------------------

[inclusiefwerkgeverschap/white-paper](#)

DIT PROJECT WORDT GEFINANCIERD DOOR DE BERNARD VAN LEER FOUNDATION.

OVERZICHT SAMENWERKINGS VERBANDEN

Zonder de steun van verschillende fondsen, overheden, organisaties en particuliere donateurs zou WOMEN Inc. niet in staat zijn haar programma's uit te voeren. Ook in 2019 hebben we vele partners aan ons weten te verbinden.

Alliantie Gezondheidszorg op Maat (2018-2022):

Als zorgprofessional zet je de mens centraal. Aandacht voor verschillen in geslacht, gender, seksuele oriëntatie en leeftijd maken dat je optimaal kunt bijdragen bij aan het herstel en welzijn van de individuele patiënt of cliënt. Toch is deze benadering nog lang niet vanzelfsprekend. Daarom zijn WOMEN Inc., Rutgers en COC Nederland de Alliantie Gezondheidszorg op Maat gestart, die wordt gefinancierd door het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap.

Alliantie Samen werkt het! (2018-2022)

De Alliantie Samen werkt het! streeft naar een maatschappij waarin mannen en vrouwen vrije keuze en gelijke mogelijkheden hebben en benutten voor het combineren van betaalde arbeid en onbetaalde zorg. De Alliantie is een samenwerking van Bureau Clara Wichmann, Movisie, Nederlandse Vrouwen Raad, WO=MEN en WOMEN Inc. en wordt gefinancierd door het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap.

Alliantie Werk & Gezin (2019-2020)

De gelegheidsalliantie Werk & Gezin bestaat uit WOMEN Inc., VDRS, Stichting voor Werkende Ouders en Rutgers gericht op de communicatie rondom de implementatie van

de WIEG - uitbreiding betaald partnervolof en het stimuleren van family friendly beleid voor werknemers en werkgevers. Deze Alliantie wordt gefinancierd door het ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid.

Coalitie Beeldvorming in de Media (2017-2019)

De Coalitie 'Beeldvorming in de Media' heeft als doel stereotypering tegen te gaan en bewustzijn over vooroordelen te bevorderen. Deelnemende mediapartijen zijn o.a. Nederlandse Publieke Omroep, RTL Nederland, VICE Benelux, VEA (de Vereniging van Communicatieadviesbureaus), Include Now, EndemolShine, Coca-Cola European Partners, World Press Photo, Unfold, Viacom, YouTube Nederland en Universal Media. Deze coalitie wordt tot medio 2019 gefinancierd door het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap en gaat daarna zelfstandig door.

Coalitie Migraine (2018-2019)

Ruim 2 miljoen Nederlanders hebben Migraine. Het is essentieel dat migraine bespreekbaar wordt en dat er meer kennis komt bij het publiek, bij zorgprofessionals en bij werkgevers. Ook moet er meer onderzoek komen naar de relatie tussen migraine en vrouwelijke hormonen, zodat we tot een juiste behandeling en praktische oplossingen kunnen komen. De Coalitie Migraine wordt gevormd door WOMEN Inc., het Migrainefonds, de VNHC en de NHV en wordt ondersteund door Novartis, Allergan, Teva Nederland B.V. en GSK.

Coalitie Zwangerschapsregister (vanaf 2018)

De afgelopen jaren is er door Bijwerkingencentrum Lareb geïnvesteerd in de opzet en validatie van het zwangerschapsregister pREGnant. Het doel van dit landelijke register is om meer informatie te kunnen verzamelen over het gebruik en de mogelijke effecten van medicijnen voor moeder en het (ongeboren) kind, tijdens en na de zwangerschap. En alle opgedane kennis in te bedden in de Geboortezorg. Deze coalitie is een samenwerking tussen Bijwerkingencentrum Lareb en WOMEN Inc., in samenwerking met de Koninklijke Nederlandse Organisatie van Verloskundigen (KNO) en de Nederlandse Vereniging voor Obstetrie en Gynaecologie (NVOG) en wordt gefinancierd door ZonMw. WOMEN Inc. is binnen de coalitie de expert op het gebied van maatschappelijke verandering.

Consortium Kennisontsluiting Gender & Gezondheid (vanaf 2018)

Het is van belang dat de bestaande en nieuwe kennis over sekse en gender in relatie tot gezondheid bijvoorbeeld uit het Kennisprogramma Gender & Gezondheid, beter wordt ontsloten richting professionals en patiënten en geborgd in bestaande structuren. In 2018 heeft er in samenwerking met de andere partijen uit het consortium een verkenning plaatsgevonden en is er een rapport geschreven waarin een concreet plan van aanpak voor bundeling en effectieve verspreiding van bestaande en nieuwe kennis over man-vrouw verschillen in gezondheid en zorg is opgenomen. Inmiddels gaat het project de tweede fase in en wordt het plan van aanpak naar de praktijk gebracht. De consortiumpartners zijn NHG, FMS en Patiëntenfederatie met WOMEN Inc als coördinator. Dit project wordt gefinancierd door ZonMw.

INCubatorsnetwerk Inclusief Werkgeverschap (2019-2021)

In het belang van werknemers en werkgevers van deze en toekomstige generaties is in 2019 het programma De route naar inclusief werkgeverschap gestart. Met vele samenwerkingspartners waaronder SER, Talent

naar de Top, Stichting Topvrouwen, Stichting Topvrouw van het jaar, Diversiteit in Bedrijf, MVO Nederlanden een actief betrokken netwerk van meer dan 10 werkgevers (Incubators) gaan we samen een versnelling realiseren richting een inclusieve arbeidsmarkt. De coördinatie van dit programma ligt in handen van WOMEN Inc. Het project wordt mede mogelijk gemaakt door de Goldschmeding Foundation.

Lab Toekomstige Generaties (vanaf 2018)

In alles wat we nu doen, beïnvloeden we het leven van toekomstige generaties. Onze (Westerse) samenleving is echter veelal ingericht op de korte termijn. Veel van de keuzes die nu positief uitpakken, kunnen op lange termijn een enorme positieve of negatieve impact hebben op onze leefomgeving en op de kansen van hen die nog gaan komen. De rechten, behoeften en belangen van toekomstige generaties zijn nu nog op geen enkele manier geïnstitutionaliseerd en worden nog niet consequent vertegenwoordigd of behartigd bij relevante besluitvormingsprocessen. Het Lab Toekomstige Generaties wil ervoor zorgen dat in 2025 de belangen van toekomstige generaties in de samenleving verankerd worden en dat iedereen in onze samenleving deze belangenbehartiging als normaal en urgent beschouwt. Dit project is in samenwerking met Earth Charter en Worldconnectors en wordt gefinancierd door de Goldschmeding Foundation voor mens, werk en economie, Iona Stichting en Triodos Foundation.

Samenwerkingspartner Aanpak Loonkloof (2018-2019)

Werkende mannen in Nederland verdienen in 2018 nog steeds 15,5% meer dan werkende vrouwen. In een heel werkend leven komt dat neer op ongeveer €300.000. WOMEN Inc. wil de loonkloof aanpakken - via de politiek, via werkgevers en met vrouwen en mannen. Het gaat niet alleen over de rol van de werknemer, maar ook over die van de werkgever. Om inzichtelijk te maken of er sprake is van een loonkloof werkt WOMEN Inc nauw samen met AnalitiQs om organisaties te adviseren bij de juiste aanpak. Dit project wordt gefinancierd door het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap.

Samenwerkingspartners Actieplan Financiële Zelfredzaamheid (vanaf 2018)

In september 2018 lanceerde Aegon het Actieplan Financiële Zelfredzaamheid met als doel Nederlanders te helpen meer inzicht en overzicht te krijgen in hun financiën. Het Actieplan bestaat uit drie speerpunten:

- Vrouwen en mannen makkelijker en sneller inzicht geven in de lange termijn effecten van afspraken bij scheiding
 - Laagdrempelig financieel advies
 - Werkgevers betrekken bij het belang van het financieel fit zijn van hun medewerkers
- WOMEN Inc. is betrokken geweest bij de ontwikkeling van het Actieplan en aangewezen als partij om te zorgen dat op alledrie de speerpunten concrete acties worden ingezet in 2019. Samenwerkingspartners binnen dit project zijn Nibud en Aegon.

Samenwerkingspartners Ouderschap & Werk (2016-2020)

Vanuit een samenwerkingsverband met Rutgers, Pro Parents, VDRS zet WOMEN Inc. zich al jaren in voor de samenleving waar alle ouders (vaders en moeders) in staat zijn om optimaal bij te dragen aan de ontwikkeling van hun jonge kind(eren) (0-3 jaar) en dat te combineren met betaald werk. Doel is dat er in 2019 minder belemmeringen (maatschappelijk en in beleid) zijn voor jonge ouders om vrije en geïnformeerde keuzes te maken, als het gaat om zorg voor hun kind, en de balans met werk. Na veel gesprekken in Den Haag namen in 2017 bijna alle politieke partijen langer verlof voor partners op in hun partijprogramma en het werd ook opgenomen in het regeerakkoord. Een van de daaropvolgende gerealiseerde doorbraken is de verlenging van het betaalde uitgebreid partnerverlof naar 6 weken vanaf juli 2020.

Social Development Goals 5 - Gender Equality

Samen met WO=MEN en het ministerie van Buitenlandse Zaken is WOMEN Inc. Coördinator op SDG doel Gender Equality van de Verenigde Naties.

Social Development Goals 10 - Reduce Inequalities

Samen met het ministerie van Buitenlandse Zaken is WOMEN Inc. Coördinator op SDG doel Reduce Inequalities van de Verenigde Naties.

THOUGHT LEADERSHIP

Binnen onze strategische aanpak maken we zoals eerder benoemd 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. hier actief over communiceert en een standpunt over inneemt. Dit is dus aanvullend op alle thema's die vanuit onze programmaliijnen/ projecten binnen Action Leadership worden opgepakt en uitgedragen. De Thought Leadership thema's worden bepaald door de directie, de coördinatoren en het team. Voor 2019 kozen we voor de onderwerpen onderwijs, zelfbeeld en hormonen & reproductieve gezondheid, die we hieronder illustreren aan de hand van voorbeelden.

Onderwijs

Het domein 'onderwijs' is voor WOMEN Inc. nieuw toegevoegd aan de Theory of Change, want als je de huidige ongelijkheid wil aanpakken, moet je zijn waar deze ongelijkheid begint. In 2019 hebben we via Thought Leadership een eerste verkenning gedaan. Hieruit bleek dat op dit moment ons onderwijssysteem nog steeds kansenongelijkheid creëert. Zo krijgen kinderen van hoogopgeleide ouders in groep 8 vaker een hoger advies voor de middelbare school, vindt er bij kinderen tussen de 5 en 7 jaar een omslag plaats waarbij meisjes zichzelf als minder slim beschouwen dan jongens, en geeft 1 op de 10 scholieren in Nederland aan op enige wijze discriminatie te hebben ervaren (waarvan de belangrijkste gronden

etniciteit, huidskleur of geloof zijn). Wanneer we deze kansenongelijkheid in het onderwijs niet aanpakken, zal het voor je kansen blijven uitmaken of je een jongen of een meisje bent. In 2019 heeft de redactie research gedaan naar kansenongelijkheid in het onderwijs en hebben we een versie van de masterclass IEDEREEN Inc. toegespitst op dit domein. Deze masterclass zal Jannet Vaessen begin 2020 geven op het jaarlijkse LOB-congres van de onderwijsvereniging NVS-NVL. In aanloop naar het congres verscheen eind 2019 een [interview](#) met Jannet Vaessen in het magazine Bij de Les.

Zelfbeeld

Zelfbeeld is een belangrijk onderwerp binnen het thema Beeldvorming. Zowel het onderwijs als de media hebben grote invloed op het zelfbeeld van meisjes en vrouwen. Het onderwerp 'zelfbeeld' is breed en gaat over: ons schoonheidsideaal, body positivity, ambitieniveau, norm/verwachtingen en traditionele stereotypen. WOMEN Inc. heeft zich op verschillende manieren en momenten zichtbaar gemaakt op het onderwerp. Zoals in de [blog](#) van collega Marjon Melissen over body positivity/fat shaming, waarmee ze reageerde op een discussie in RTL Boulevard in juni. Daarnaast reageerden we verschillende keren in de media over zelfbeeld gerelateerde onderwerpen, zoals de quote van Jannet Vaessen op een [onderzoek](#) van LINDA en in een [persbericht](#) van Plan Nederland met een quote van Emma Lok. Bovendien maakten we in de Maand van de Beeldvorming (september) de podcast 'Toen ik mij zag', waarin we met bekende Nederlanders in gesprek gingen over het belang van diversiteit in de media, wat vaak raakte aan het onderwerp zelfbeeld.

TV programma Koffietijd maakte ook een item over deze podcast. Tot slot was zelfbeeld ook onderdeel van de selectie van documentaires die WOMEN Inc. maakte voor de samenwerking met IDFA.

Hormonen & reproductieve gezondheid

Ook in 2019 waren hormonen en reproductieve gezondheid belangrijke onderwerpen waar we verschillende activiteiten op hebben ondernomen. Zo ondertekenden we samen met o.a. Rutgers, Bureau Clara Wichmann, de KNOV, de Bovengrondse en het Humanistisch Verbond het opiniestuk 'Iedere vrouw én man toegang tot anticonceptie', dat begin juli verscheen in het Algemeen Dagblad. Dit opiniestuk was een opmaat naar onze ondersteuning van Bureau Clara Wichmann, die in november aankondigde officieel de Staat aan te klagen met als doel gratis anticonceptie voor iedereen. Wij zijn mede-eiser geworden in deze zaak en ondersteunen de campagne 'Gratis anticonceptie: een zaak voor iedereen'. Daarnaast bleef dit onderwerp ook leven bij onze achterban: het artikel van collega Iris Brandts getiteld 'Het ei en de spermacel: een sprookje vol onwaarheden' over de mythes met betrekking tot conceptie, was in 2019 ons best gelezen artikel.

De Verleiders Female & Stem Gendergelijkheid

In het najaar van 2019 werd WOMEN Inc. benaderd door de theatergroep Verleiders voor een samenwerking. De Verleiders maken toneelstukken over maatschappelijke thema's die met macht te maken hebben. In 2019 maakten ze een stuk over machtsongelijkheid tussen vrouwen en mannen. De mannen maakten voor dit stuk plaats voor acteurs Jelka van Houten, Susan Visser, Stephanie Louwrier, Gusta Geleijnse, Eva Marie de Waal en Dunya Khayame: de Verleiders Female. Verleiders Female gaat over de ongelijkheid tussen vrouwen en mannen op thema's als arbeidsmarkt, gezondheid en beeldvorming. De samenwerking tussen WOMEN Inc. en de Verleiders Female is tot stand gekomen omdat we samen de overheid tot actie willen dwingen op deze thema's. Zij kunnen en moeten de

ongelijkheid aanpakken. WOMEN Inc. stelde een 6-puntenplan op met concrete interventies voor de overheid en vertaalde dat naar de actie 'Stem Gendergelijkheid', wat de bezoekers van de voorstelling kunnen ondertekenen. Wij zorgen ervoor dat deze punten worden belegd bij alle politieke partijen in aanloop naar de verkiezingen van 2021. Daarnaast checkte de redactie van WOMEN Inc. het script op feitelijke onjuistheden. De Verleiders Female kwamen in 2019 meerdere malen in de media aan het woord over de voorstelling en de samenwerking met WOMEN Inc., waaronder in Volkscrant, NRC en een item in TV programma Pauw.



LANCERING LOKET INC.

LOKET
INC.

Ons nieuwe label LOKET Inc. is gelanceerd tijdens het werkgevevent 'Lekker Inclusief?!' op 3 oktober 2019. Op die dag ging ook de website loketinc.nl live.

Organisaties bewust maken van in- en uitsluiting

Onze maatschappij vraagt om een versnelling op inclusiviteit, want verschillende groepen mensen worden nog steeds dagelijks uitgesloten. We kunnen ongelijkheid alleen duurzaam aanpakken als we ons bewust zijn van de mechanismen van in- en uitsluiting en daar actief op bijsturen. Jannet Vaessen heeft in haar boek IEDEREEN Inc. toegelicht hoe deze mechanismen niet alleen invloed hebben op de kansen van vrouwen, maar gelden voor alle belemmeringen die een inclusieve samenleving in de weg zitten. Daarom zetten we in op bredere inclusiviteit (Inc) met LOKET Inc. Met LOKET Inc. bieden we de kennis en expertise die WOMEN Inc. heeft opgebouwd op het gebied van (onbewuste) in- en uitsluiting aan organisaties aan (tegen betaling), zodat zij op hun manier kunnen bijdragen aan een inclusieve organisatiecultuur en samenleving.

Versnelling op inclusiviteit in organisaties

De activiteiten van LOKET Inc. inspireren, creëren bewustwording en zetten partijen in beweging. Hiermee zetten we de versnelling

in gang naar een inclusieve samenleving met inclusieve organisaties waarin elk individu meetelt, meedoet en wordt gezien om de waarde die hij/zij kan brengen.

Afgelopen jaar zijn er vier thematische masterclasses ontwikkeld:

- Inclusief werkgeverschap
- Inclusieve media/communicatie
- Inclusieve gezondheidszorg
- IEDEREEN Inc.

Tijdens het event 'Lekker inclusief?!' werd de Masterclass Inclusief werkgeverschap gegeven door Jannet Vaessen. Tijdens deze masterclass leer je dat 'dé' werknemer niet bestaat. Iedere werknemer is anders. Hoe kun je als werkgever de unieke kwaliteiten en uitdagingen rondom verschillende typen werknemers in verschillende levensfasen zien, begrijpen en vertalen naar de dagelijkse werkpraktijk?

In 2019 heeft LOKET Inc. in totaal 10 masterclasses gegeven en zijn er 425 mensen getraind: Coca-Cola (10 board members), Endemol Shine (30), Divosa (40), SDG Action Day (30), Women of Bunge NL (50), de VEA (stichting reclame code commissie) (40), UMC Maastricht (100) en Huisartsen Eemland (30). WOMEN Inc. werkgevevent (25) en Caty Asscher Award (in keynote vorm - 70 mensen).



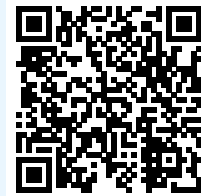
BEKIJK HIER
MASTERCLASS
INCLUSIEF
WERKGEVERSCAP



MASTERCLASS
INCLUSIEVE
GEZONDHEIDSZORG

loketinc.nl

FUNDING MOTHERS NETWERK EN LANDELIJKE AANWEZIGHEID



BEKIJK HIER
VIDEO FUNDING
MOTHERS JAARDINER

Funding Mothers Network

Met steun van ons Funding Mothers Network, een netwerk van toonaangevende vrouwen die staan voor verandering en geloven in de missie van WOMEN Inc. kan WOMEN Inc. versneld de positie van alle vrouwen in Nederland verbeteren en op een onafhankelijke wijze constructief doorbraken blijven creëren.

In 2019 hebben we samen met onze Funding Mothers-ambassadeurs Maya Meijer-Bergmans, Carolien Gehrels, Carien van der Laan, Noëlle Haitsma, Tanja Nagel, Marieke van der Plas en Marijke Paaijms weer flinke slagen gemaakt. Eind 2019 bestond het Funding Mothers netwerk uit 69 vrouwen. Daarnaast hebben we ook 10 corporate partners aan de WOMEN Inc. doelstellingen kunnen verbinden die ook uitnodigingen ontvangen voor de Funding Mothers activiteiten en hiervoor een topvrouw vanuit hun eigen organisatie mogen afvaardigen.

De Funding Mothers worden middels email updates en een speciaal voor hen opgezette LinkedIn groep op de hoogte gehouden van al onze activiteiten. Daarnaast organiseerden we meerdere events met als hoogtepunt het jaarlijkse Funding Mothers Diner in Hotel Arena met speciale gast Wende en een speciale ontvangst bij WOMEN Inc. @ IDFA. Tijdens deze dag programmeerde WOMEN Inc. in samenwerking met IDFA een dag in de grote zaal van Pathé Tuschinski. We vertoonden een selectie prachtige documentaires die gemaakt zijn door vrouwen, over vrouwen gaan en feministische onderwerpen agenderen, met tussendoor inhoudelijke DocTalks gemodereerd door Jannet Vaessen.



Landelijke aanwezigheid - Ambassadeurs

Voor het vergroten van onze landelijke aanwezigheid is dit jaar ook weer actief samengewerkt met het netwerk van regionale WOMEN Inc. ambassadeurs. Dit zijn vrouwen uit onze achterban die zich vrijwillig inzetten om vrouwen in de regio te informeren over onze programma's, online tools en campagnes. Zij organiseren aanTafel gesprekken en/of netwerkbijeenkomsten in hun buurt waar vrouwen zichzelf en elkaar kunnen versterken. Deze ambassadeurs zijn voor ons de ogen en oren in het land. Zij koppelen aan ons terug wat vrouwen uit hun regio nodig hebben of wat hen bezig houdt. In 2019 waren er 19 ambassadeurs actief, verspreid over het hele land. En voor de verbinding met het WOMEN Inc. team hebben we ook twee ambassadeursbijeenkomsten georganiseerd.

De ambassadeurs stonden aan de wieg van verschillende regionale activiteiten. Samen met lokale vrouwenorganisaties organiseerden zij allerlei vrouwenevents. Events die erop gericht zijn dat vrouwen met elkaar kunnen praten over relevante thema's en gestimuleerd worden na te denken over welke volgende stap zij voor zichzelf willen zetten.

Zo waren twee van onze ambassadeurs bij de Vrouw! beurs in Leeuwarden waar jaarlijks zo'n 27.000 bezoekers op afkomen. Bij een informatiestand en via de aanTafel gesprekken

gingen zij in gesprek met vrouwen over hun werk-zorgverdeling. Op internationale Vrouwendag organiseerden de Ambassadeurs in het zuiden van het land een event in de bibliotheek van Eindhoven en de bibliotheek van Den Bosch. Circa 120 vrouwen kwamen bijeen voor inspirerende presentaties, aanTafel gesprekken en er was een ondernemersplein voor vrouwelijke ondernemers. Andere plekken waar we door middel van events vrouwen bij elkaar brachten waren onder andere Enschede en Amsterdam.

Verder organiseerden de ambassadeurs bijeenkomsten voor gespreksleiders om bij te praten op de thema's/het werk van WOMEN Inc. en samen met hen te kijken welke kansen er in de regio liggen.

Gespreksleiders zijn getrainde vrijwilligers die zich d.m.v. de aanTafel gespreksmethode inzetten om vrouwen te versterken. Deze bijeenkomsten vonden plaats op verschillende plekken in het land, zoals o.a. Almere, Maastricht, Utrecht, Rotterdam. Ook zijn er nieuwe gespreksleiders getraind in Alkmaar en Enschede.

De ambassadeurs spraken ook op diverse bijeenkomsten van lokale vrouwen- en welzijnsorganisaties over voor vrouwen relevante thema's.

ORGANISATIE EN PERSONEEL

WOMEN Inc. is een organisatie met een enorm betrokken, enthousiast en bevolgen team. Allemaal individuen die zich met hart en ziel willen inzetten voor onze missie om gendergelijkheid te vergroten in Nederland. Het jaar 2019 was een jaar met een aantal interne organisatieveranderingen en nieuwe activiteiten.

Nieuw organogram

In 2019 is het organogram van WOMEN Inc. opnieuw onder de loep genomen en op een aantal aspecten aangepast. Deze actie werd ingegeven door de benoeming van Jannet Vaessen als directeur-bestuurder en het vertrek van managing director Christine Swart die per augustus voor zichzelf is begonnen. Hierdoor is de directiestructuur aangepast met een herverdeling van de aanwezige afdelingen. WOMEN Inc. heeft nu een driekoppige directie, bestaande uit directeur-bestuurder Jannet Vaessen met daaronder Nienke Hagenbeek als directeur Financiën en Bedrijfsvoering en Emma Lok als directeur Strategie en Communicatie (met ingang van 1 september 2019). Verder is er een nieuwe afdeling Programmamangement ingericht waar alle programmamanagers en de projectassistent zijn ondergebracht. Deze afdeling wordt aangestuurd door een coördinator programma- management die in 2019 is aangetrokken en valt onder de eindverantwoordelijkheid van de directeur Financiën en Bedrijfsvoering.

Samenstelling team

Het team van WOMEN Inc. is gegroeid en telde in december 2019 23 medewerkers (18,8 fte) met een vast contract of een

contract voor bepaalde tijd. Zo vond er een uitbreiding plaats met vier nieuwe functies; een financieel administratief medewerker, een coördinator programmamangement, een programmamanager en een medewerker fondsenwerving voor het onderhouden van het Funding Mothers netwerk. Verder hebben we afscheid genomen van 3 medewerkers (managing director, coördinator communicatie & redactie en redacteur). Gelukkig konden deze functies snel weer ingevuld worden met nieuwe enthousiaste medewerkers.

Naast dit vaste team is er ook dit jaar bewust gekozen voor het behouden van een vaste pool van freelance medewerkers voor specifieke projecten of opdrachten. Op verzoek van onze boekhouder is afgelopen jaar zijn verbintenis met WOMEN Inc. omgezet naar een freelance constructie met meer flexibiliteit. Hij werkt nu dus op projectbasis, net zoals de andere freelancers bij WOMEN Inc. Tevens heeft een aantal stagiairs het afgelopen jaar werkervaring opgedaan op de afdelingen Redactie en Communicatie.

Huishoudelijk reglement

We hebben dit jaar het personeelshandboek volledig aangepast en aangevuld met nieuwe gedragscodes en regelingen voor het hele team. Dit handboek biedt een overzicht van de algemeen geldende (secundaire) arbeidsvoorwaarden, de systematiek van onze functionerings- en beoordelingscyclus, de verlofregelingen en de wijze waarop we gebruik maken van kantoor en geautomatiseerde systemen zoals het urenregistratiesysteem. Een belangrijke wijziging is de uitbreiding van het geboorteverlof (WIEG) die vanaf 1 juli 2020

ingaat. Volgens de wet geldt hiervoor een salarisbetaling van 70% via het UWV. Aangezien WOMEN Inc. agendeert dat deze 70% niet voldoende is, zullen wij voor onze medewerkers de resterende 30% voor onze rekening nemen. Deze regeling geldt niet alleen voor vaders maar ook voor partners van hetzelfde geslacht. Ook is extra aandacht besteed aan de verschillende teambrede activiteiten. Zo vinden er onder andere wekelijkse kick offs en maandelijkse teamlunches om met het hele team belangrijke onderwerpen te bespreken en elkaar te informeren over lopende projecten. Twee keer per jaar organiseren we een teamdag om het jaarplan en de strategische koers te bespreken. Op deze wijze worden alle verschillende afdelingen actief betrokken bij onze doelen voor de komende jaren.

Personeelsontwikkeling

Aangezien bij WOMEN Inc. een groot aantal medewerkers aan het begin van haar/ zijn loopbaan zitten, is de personeelsontwikkeling een belangrijk aspect. Hoe kunnen wij hen begeleiden in hun werk en wat hebben zij nodig om zichzelf te blijven ontwikkelen? WOMEN Inc. heeft hiervoor een opleidingsbudget beschikbaar. In 2019 hebben vanuit dit budget acht medewerkers een coachingstraject gevolgd en zeven medewerkers een training gevolgd over leiderschap, social entrepreneurship, het werken met excel, het maken van podcasts of over social media.

Verzuim

Door langdurig verzuim met burn-out verschijnselen bij twee medewerkers is het verzuimpercentage in 2019 gestegen naar 9,35%. Deze medewerkers volgen een reïntegratietraject via Zorg van de Zaak waarbij we met elkaar streven naar een volledig herstel bij WOMEN Inc. En gelukkig verliep dit reïntegratietraject in 2019 naar wens en is voor 2020 uitzicht op een 100% betermelding van beide medewerkers.

Actieplan interne organisatie

Door onder andere deze twee langdurige burn-out trajecten hebben we ook met de hele organisatie gesproken over de werkdruk

en mogelijke stressfactoren. In september zijn we een traject gestart om bij iedereen op te halen wat hun ervaringen zijn. Er is met elkaar een actieplan geformuleerd waarbij deze aspecten aan bod komen. Verbeterpunten zijn gericht op het verminderen van de werkdruk, meer duidelijkheid geven over de verschillende functieprofielen met de daarbij behorende verantwoordelijkheden, het verbeteren van de vergaderdiscipline en het vergroten van een cultuur van bespreekbaarheid. Met als gevolg dat eind 2019 alle functieprofielen zijn geüpdate om zo meer duidelijkheid te bieden over ieders verantwoordelijkheden en taken. Tevens is er een werkgroep in het leven geroepen met afvaardiging van verschillende afdelingen binnen WOMEN Inc. die samen met de directie de overige actiepunten in 2020 zal oppakken.

Functioneren en beoordelen

Ook hebben we de functioneringsformulieren afgelopen jaar aangepast zodat deze eenvoudiger zijn en beter overeenkomen met de aard van dit gesprek. Verder is het streven om in 2020 de beoordelingsformulieren opnieuw onder de loep te nemen. Met als doel dat dit de juiste interactie en informatie oplevert voor de leidinggevende en de medewerker.

Diversiteitsbeleid

WOMEN Inc. is sinds 2017 verbonden aan de charter van Diversiteit in Bedrijf. We voeren een werkgeversbeleid dat gericht is op het bevorderen van de diversiteit binnen het personeelsbestand en het creëren van een inclusieve bedrijfscultuur. Doelstelling voor de komende jaren is het aantrekken van mannelijke medewerkers, medewerkers met een migratieachtergrond en oudere medewerkers (50 plus). Naast deze primaire doelstellingen hebben we sinds vorig jaar ook een medewerker in huis met een arbeidsbeperking. Dit vergt de nodige aanpassingen van ons team en onze externe relaties, maar heeft een enorme meerwaarde, namelijk inclusiviteit in de praktijk.

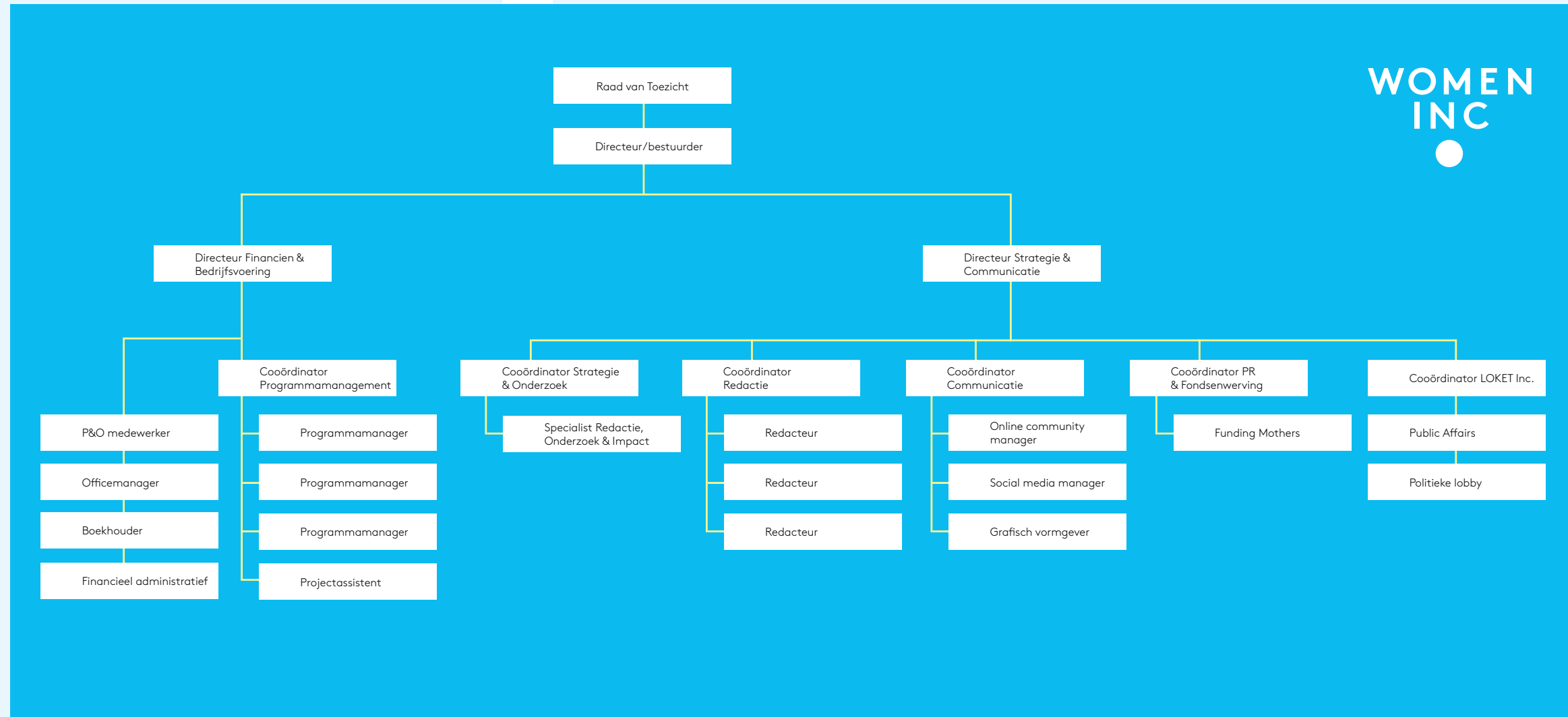
Voor het bepalen van het resultaat van het diversiteitsbeleid kijken we naar de

samenstelling van ons team in de volle breedte: zowel bij bestuurders/toezichthouders, als het vaste team, stagiairs en freelancers. In 2019 is het aantal oudere medewerkers gestegen van 2 naar 6 personen, het aantal medewerkers met een migratieachtergrond is door het vertrek van 2 stagiaires gedaald naar in totaal 4 personen (dus dat is een aandachtspunt voor 2020) en het aantal mannelijke medewerkers is gelijk gebleven met 3 personen.

Integriteitsbeleid

Als organisatie vinden we het belangrijk dat niemand zich buitengesloten of gediscrimineerd voelt. Dit is namelijk ook een van onze eigen speerpunten binnen onze externe agendering. Binnen het personeelshandboek staat een aantal gedragscodes beschreven. Verder hebben we ook interne gesprekken met het hele team als wat we met elkaar de belangrijkste normen en waarden van onze organisatie vinden. Een belangrijk waarde is het personele contact met elkaar en begrip hebben voor elkaars mening. Vanuit het eerder genoemde actieplan kwam ook naar voren dat onze interne waarden en normen wellicht vragen om een vernieuwing of aanscherping of aanvulling. Vandaar dat in 2020 een nieuwe sessie zal plaatsvinden met het hele team om zo met elkaar de nieuwe waarden en bijbehorende gedragscodes voor de toekomst te bepalen.

Het afgelopen jaar zijn er geen meldingen gedaan van fraude, grensoverschrijdend gedrag of discriminatie. Onder discriminatie wordt verstaan: ongewenste omgangsvormen, zoals denigrerende opmerkingen, ruwe omgangsvormen, agressie, pesten, seksuele intimidatie, maar ook als werknemers bijvoorbeeld hate mail ontvangen. Tot op heden kon het team deze meldingen doen bij de medewerker van Personeelszaken of leidinggevende. Echter, door de groei van de organisatie is door directie en personeelszaken gesproken over de inzet van een extern vertrouwenspersoon. Dit zal in 2020 verder uitgewerkt worden.



BESTUUR EN RAAD VAN TOEZICHT

Dit jaar is WOMEN Inc. van bestuurlijke structuur gewijzigd. In mei 2019 heeft er een transitie plaatsgevonden waarbij de stichting is overgestapt op een Raad van Toezicht-model. Na een jaar van onderzoek en een extern advies over het meest passende model met bijpassende informatiestromen en monitorings-KPI's was de conclusie dat het Raad van Toezicht model beter bij de 'volwassen' fase past waarin WOMEN Inc. zich nu - bijna 15 jaar na oprichtingsdatum - in bevindt.

Aftreden bestuur & samenstelling Raad van Toezicht

Tijdens de bestuursvergadering in mei 2019 trad het volledige bestuur af en namen we na vier jaren afscheid van onze zeer betrokken bestuursvoorzitter Carolien Gehrels. Zij droeg het stokje over aan de nieuwe voorzitter van de Raad van Toezicht, Jacobina Brinkman. De overige bestuursleden Sandra Dol en Michael Kembel zijn vervolgens benoemd tot Raad van Toezicht lid. Bij de ondertekening van de aangepaste statuten werd (voorheen algemeen directeur) Jannet Vaessen statutair verantwoordelijk als directeur-bestuurder. In de loop van komende jaren wordt de Raad van Toezicht uitgebreid met twee extra toezichthouders tot een totaal van vijf leden. Alle Raad van Toezichtleden voeren deze rol onbezoldigd uit. Bij de jaarlijkse toetsing van de cv's van onze toezichthouders is geen belangenverstrengeling geconstateerd.

Bezoldigingsbeleid (VET)

Elk jaar controleren we de vergoedingen voor onze directie, bestuurders/toezichthouders met de Wet Normen van Topinkomens (WNT).

We dienen voor de Rijksoverheid een jaarlijkse rapportage in met betrekking tot deze WNT-regeling. De vergoedingen bij WOMEN Inc. vallen ruim onder het bezoldigingsmaximum. Wat betreft het bezoldigingsbeleid van onze nieuwe directie heeft WOMEN Inc. besloten om de Regeling beloning directeuren goede doelen te volgen. Hiervoor zal bij de eerste jaarlijkse evaluatie in 2020 de BSD scores berekend worden.

Vergaderingen

Het bestuur kwam in 2019 vier keer bijeen. Tijdens deze vergaderingen is gesproken over de statutenwijziging, de begroting, de jaarrekening, de Theory of Change, het strategisch meerjarenplan 2020-2030, de algemene fondsenwerving, de groei van het Funding Mothers netwerk, het businessplan van LOKET Inc., de organisatieontwikkeling met een nieuwe directie en de transitie van het Bestuursmodel naar een Raad van Toezicht-model.

Belangrijkste besluiten

- Statutenwijziging van Stichting WOMEN Inc. is goedgekeurd
- Functieprofiel Directeur-bestuurder WOMEN Inc is goedgekeurd
- Raad van Toezicht heeft de Theory of Change en het strategisch meerjarenplan 2020-2030 goedgekeurd.
- De jaarrekening van 2019 en de jaarbegroting 2020 zijn goedgekeurd door het bestuur.

Verantwoordingsverklaring

De Raad van Toezicht en bestuurder Jannet Vaessen stellen vast dat de jaarverslaglegging en jaarrekening over 2019 is gebeurd volgens de Richtlijn 650 Fondsenwervende Instellingen. De beschikbare middelen zijn in 2019 efficiënt en effectief besteed. In dit jaarverslag wordt beschreven welke activiteiten als Algemeen Nut Beogende Instelling zijn besteed aan de doelstelling.



IMPACT EN BEREIK 2019

ARBEIDSMARKT

- We gaven werkgevers in heel Nederland inzichten en tools om aan de slag te gaan met inclusief werkgeverschap, de aanpak van loonloof en de implementatie van het partnerverlof.
 - 114 werkgevers gingen met ons in gesprek tijdens ons werkgevevent.
 - Met 9 grote werkgevers werkten we intensief aan inclusief werkgeverschap in hun eigen organisatie.
 - Ruim 19.000 werkgevers bezochten ons online magazine over de loonloof en 169 werkgevers deden een aanvraag om loonverschil in de eigen organisatie te gaan meten.
 - Het mediabereik van ons programma over partnerverlof was bijna 30 miljoen en 700 werkgevers en professionals ontvingen of downloadden onze whitepaper.
- Drie werkgevers met wie we samenwerken om inclusief werkgeverschap te realiseren, voerden het partnerverlof (vervroegd) in én betalen dat verlof 100% in plaats van de wettelijk verplichte 70%. Zo kan iedereen in deze organisaties gebruik maken van het partnerverlof en voor hun pasgeboren kind zorgen, zonder inlevering van salaris. Een vierde werkgever volgt met 100% betaald verlof in juli 2020.
- Betaald werk is cruciaal voor onze samenleving, maar onbetaalde zorg voor onze kinderen en naasten is net zo cruciaal. We combineren betaald werk en onbetaalde zorg en daar moet de overheid ondersteuning voor geven. Met onze campagne De Grootste Onderneming van Nederland vroegen we hier aandacht voor en bereikten we miljoenen mensen. Meer dan 32.000 mensen bezochten de website en we verzamelden 8.500 handtekeningen van mensen die betere ondersteuning willen van mensen met zorgtaken.
- Samen met Amsterdam UMC publiceerden we drie belangrijke onderzoeken over zwangerschap en overgang op de werkvloer. We maakten twee inspirerende video's om do's and don'ts rondom zwangerschap en overgang op de werkvloer onder de aandacht te brengen bij werkgevers en HR-professionals.

GEZONDHEID

- Professionals, patiënten en publiek leerden waarom gendersensitieve gezondheidszorg zo belangrijk is.
- Op ons congres ledere patiënt is anders waren 341 zorgprofessionals en vertegenwoordigers van patiëntenorganisaties aanwezig.
- De campagnewebsite van Komt een mens bij de dokter trok ruim 36.500 bezoekers en meer dan 13.500 mensen luisterden naar onze podcast over man/vrouw verschillen in de zorg.
- Tot slot hadden onze media-activiteiten een bereik van bijna 5 miljoen.

MEDIA

- De Coalitie Beeldvorming in de Media maakte een zelfstandige doorstart. Dankzij de aanjagende en coördinerende activiteiten van WOMEN Inc. pakt het veld nu zelf de uitdaging op om stereotypering in de media te doorbreken.
- Door de gezamenlijke activiteiten van de coalitie en de activiteiten van de leden is 30% van de mediamakers in Nederland bewuster van het belang en de winst van het doorbreken van stereotypering in de media.
- Door middel van WOMEN Inc.'s publiekscampagne #beperkzicht is tevens het publiek geactiveerd om als 'maatschappelijke buitenboordmotor' mediamakers op te roepen dit thema aan te pakken. De campagne heeft vanaf de start een bereik van 2 miljoen en de PR- en woordvoeringsactiviteiten zelfs een bereik van meer dan 30 miljoen.

OVERHEID

- Door de gezamenlijke lobby van WOMEN Inc. en Rutgers is de Wet Invoering Extra Geboorteverlof (WIEG) aangenomen. Per 1 juli 2020 hebben partners recht op in totaal zes weken 70% doorbetaald verlof.
- Mede dankzij de input van WOMEN Inc. rondom het SER rapport 'Diversiteit in de top, tijd voor versnelling.' is druk uitgeoefend op de invoering van het bindend vrouwenquotum voor beursgenoteerde bedrijven. Deze motie is 3 december 2019 aangenomen, een historisch moment.
- We organiseerden de eerste succesvolle netwerkbijeenkomst voor vrouwen in politiek en bestuur. Deze werd door ruim 90 gemeenteraadsleden, wethouders, burgemeesters, statenleden en eerste kamerleden bezocht.

ERKENNING IMPACT WOMEN INC.

- WOMEN Inc. kreeg erkenning voor haar werk en aanpak: onze directeur-bestuurder Jannet Vaessen stond op de 162e plek in de Volkskrant Top 200 invloedrijkste Nederlanders.

COMMUNITY BUILDING EN VERSTERKING VROUWEN

- Meer dan 1.300 vrouwen ontmoetten elkaar op onze bijeenkomsten en trainingen. Ze konden hier met elkaar in gesprek gaan en kregen tools en informatie om zelf aan de slag te kunnen om hun eigen gewenste situatie te creëren.
- De evaluatie van onze AanTafel bijeenkomsten laat mooie resultaten zien. 91% van de respondenten deed dankzij haar deelname inzichten of ideeën op waarmee ze aan de slag kunnen. Enkele weken na de bijeenkomst had ruim een derde van de respondenten de ideeën inmiddels vertaald naar concrete plannen voor zichzelf. Daarnaast gaven ze aan dat ze zich gehoord voelden, ze zich positiever voelden over zichzelf, meer gemotiveerd waren en beter wisten wat ze wilden.


De WOMEN Inc community is in 2019 gegroeid in aantallen en betrokkenheid:


Social media

Totaal organisch bereik: **5,5 miljoen** mensen
Achterban gegroeid naar meer dan **90.000** volgers
426.000 interacties (likes/reacties/delen etc.)

 46.289  17.426  12.366  14.822

Website

 circa **302.688** unieke bezoekers

 Al onze nieuwsberichten zijn **160.000** keer gelezen (gemiddelde leestijd 2 minuut 16 sec)

 **34.748** acties op de site o.a. downloaden gesprekskaarten, online testen doen, vragen middels het prikbord en podium, inloggen en aanmelden voor onze nieuwsbrief.

Email


 Onze nieuwsbrieven en campagne updates worden verstuurd naar ruim **17.500** e-mail adressen.


Gemiddelde open rate: **27,8%**

Events


 Meer dan **1300** mensen bezochten onze events, trainingen of bijeenkomsten

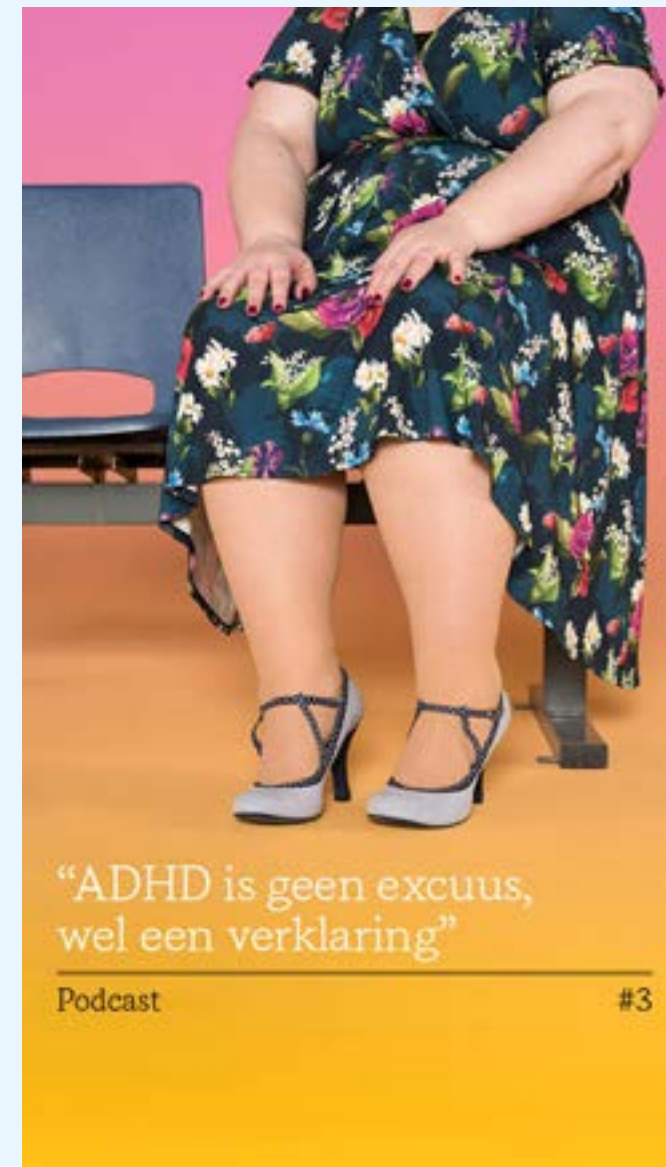
 **91%** heeft inzichten of ideeën opgedaan waar ze iets mee konden doen

 **33%** heeft aangegeven binnen enkele weken daadwerkelijk actie te hebben ondernomen

 Bezoekers gaven na afloop aan dat ze zich gehoord voelden, zich positiever over zichzelf voelden, meer gemotiveerd waren en beter wisten wat ze wilden.

Podcast

 Komt een mens bij de dokter en Toen ik mij zag samen meer dan **18.000** keer beluisterd



PODCAST #1
'Waar is de dikke prins op het witte paard?'
#ToenkMijZag



FINANCIËN EN PARTNERSHIPS

Stichting WOMEN Inc. is een fondsenwervende organisatie zonder winstoogmerk. De geworven inkomsten worden besteed aan de algemene doelstellingen en de dekking van wervingskosten en beheerskosten. Het jaar 2019 was financieel gezien een zeer succesvol jaar. We sluiten dit jaar af met een positief eindresultaat van € 51.433. Dit saldo is het eindproduct van succesvolle fondsenwerving (levering diensten & producten / LOKET Inc. opdrachten) en de strategische koers met het aangaan van langdurige partnerships, die vorig jaar in gang is gezet. De totale baten zijn in 2019 met circa 23% gestegen ten opzichte van 2018 (totale baten: € 2.959.809) en bedroegen € 3.650.839. Aan de lastenkant zien we door de groei van het aantal projecten een stijging van de activiteiten besteed aan de doelstelling van € 2.884.420 in 2018 naar € 3.493.173 in 2019.

ANBI-status

Sinds 2008 heeft Stichting WOMEN Inc. een ANBI-status (Algemeen Nut Beogende Instelling). Volgens de regels van de ANBI moet een organisatie minimaal 90% van haar activiteiten en inkomsten aan de doelstelling besteden. Van de totale baten in 2019 is 95,41% ten goede gekomen aan de primaire doelstelling. Dit betreft alle activiteiten die in opdracht of vanuit een partnership georganiseerd zijn om bij te dragen aan onze missie.

Specificatie van de inkomsten

Conform de richtlijn rapporteert WOMEN Inc. in de jaarrekening op vijf inkomstencategorieën: baten van particulieren en bedrijven, baten van vermogensfondsen, baten van loterij

organisaties, baten van subsidies van overheden en baten als tegenprestatie voor de levering van producten en/of diensten. De meeste baten hebben een structureel karakter aangezien het opdrachten of partnerships voor minimaal twee tot maximaal vijf jaar zijn.

Baten van overheden

Vanuit het emancipatiethema heeft WOMEN Inc. een goede relatie met het ministerie van Onderwijs, Cultuur & Wetenschap (OCW) waar de directie Emancipatie onderdeel van uitmaakt. Dit jaar is het gelukt om ook samenwerkingen met andere ministeries te realiseren. Zo startte er een project voor het ministerie van Sociale Zaken & Werkgelegenheid waarbij Rutgers, WOMEN Inc, VDRS en Stichting voor Werkende Ouders in de Alliantie Werk & Gezin hun communicatie krachten bundelen en een nieuwe website met tools ontwikkelen. En het ministerie van Binnenlandse Zaken benaderde WOMEN Inc. voor het organiseren van het eerste netwerkevent voor vrouwen die werkzaam zijn in de politiek en het openbaar bestuur.

De totale baten van overheden zijn daarnaast grotendeels beïnvloed door de verschillende lopende projecten die al eerder gestart waren met steun van het ministerie van OCW, te weten: de Alliantie Samen werkt het! (2018-2022), de Alliantie Gezondheidszorg op Maat (2018-2022), Project WerkZorgBerekenaar (2016-2019), Coalitie Beeldvorming in de Media (2017-2019) en het Project Aanpak Loonkloof (2018-2019).

Baten van vermogensfondsen

Na een eerste opstartfase van het Project De route naar Inclusief Werkgeverschap kreeg WOMEN Inc. in 2019 de mogelijkheid om de werkzaamheden voort te zetten met steun van de Goldschmeding Foundation. Ditzelfde gold voor het Project Lab Toekomstige Generaties dat een vervolg kreeg. Vanuit de samenwerking met de Bernard van Leer Foundation werden twee projecten uitgevoerd (Coalitie Vaderschapsverlof 2018 - 2019 en Project Ouderschap & Werk 2018-2020). Het project Vitaliteit op de werkvloer (2017-2019) met steun van Stichting Instituut Gak liep in december 2019 af. In totaal is vanuit vermogensfondsen € 467.106 gerealiseerd aan inkomsten.



Baten van loterij organisaties

Sinds 2012 is WOMEN Inc. één van de vaste beneficiënten van de Nationale Postcode Loterij met een bijdrage van € 500.000 per jaar. De Nationale Postcode Loterij is opgericht om goede doelen te steunen die werken aan een rechtvaardige en groene wereld. De loterij werft fondsen voor haar goede doelen en geeft bekendheid aan hun werk. Met de ongeoordeelde bijdrage vanuit de Nationale Postcode Loterij richten wij ons op de systeemverandering die nodig is om genderongelijkheid in Nederland tegen te gaan en de sociale cohesie te bevorderen. Hiervoor zetten we onze agenderende kracht in en laten we de stem van de vrouw horen waar het nodig is, van Hilversum tot Den Haag, van buurthuis tot Koningshuis, in het belang van toekomstige generaties vrouwen. Daarnaast versterken we ook op micro niveau (kwetsbare) groepen

vrouwen, zowel live als digitaal. De baten van de Nationale Postcode Loterij zijn dit jaar €64.586 hoger uitgevallen dan begroot doordat dit deel was doorgeschoven vanuit 2018, bestemd voor de verdere professionalisering en strategie & visieontwikkeling van WOMEN Inc. ingezet voor onder andere een Theory of Change, de statutenwijziging en de transitie naar een Raad van Toezicht model. Dit traject was al in 2018 gestart en is in 2019 afgerond.

Baten als tegenprestatie voor levering diensten en producten

Deze inkomstenstroom bestaat uit een diverse mix van opdrachten en samenwerkingen met bedrijfsleven, gemeenten en andere maatschappelijke organisaties of stichtingen. Het gaat hierbij vaak om een opdracht waarbij WOMEN Inc. een bepaalde dienst of product levert. Dat kan een LOKET Inc. masterclass zijn, een uitgebreid adviestraject of de uitrol van een specifiek programma.

Onze succesvolle fondsenwerving is dit jaar vooral terug te zien in nieuwe partnerships met bedrijven en andere organisaties met een totaal van € 278.172. Met name op de thema's inclusief werkgeverschap en financiële zelfredzaamheid van vrouwen zijn we nieuwe samenwerkingen gestart met bedrijven als Coca Cola European Partners, Aegon en ABP. Vanuit de gezondheidslijn werd de Coalitie Migraine succesvol afgerond en kregen de projecten Kennisontsluiting Gender & Gezondheid en de Coalitie Zwangerschapsregister een vervolg. Daarnaast voerden we in opdracht van gemeente Harderwijk het succesvolle programma De tafel van een uit, gericht op het vergroten van de (arbeids)participatie van vrouwen in deze regio. Deze inkomstenstroom laat zien dat we er in geslaagd zijn maatschappelijk draagvlak te creëren en dat organisaties het belang van onze missie herkennen.

Baten van particulieren

Dat groeiende maatschappelijk draagvlak wordt ook zichtbaar vanuit ons Funding Mothers programma. Middels dit donateursprogramma kunnen particulieren door middel van een eenmalige of periodieke schenking de missie van WOMEN Inc. steunen. Voor de werving van nieuwe donateurs en de binding met de Funding Mothers organiseert WOMEN Inc. een jaarlijks diner en diverse netwerkactiviteiten. In 2019 is het Funding Mothers netwerk mede dankzij de inzet van een medewerker en onze Funding Mothers ambassadeurs meer dan verdubbeld naar 69 donateurs. Door de meerjarige verbintenis met een periodieke schenking van minimaal 5 jaar hebben onze particuliere fondsenwerving tot nu toe een opbrengst gerealiseerd van in totaal circa € 192.000 voor de periode 2019 tot en met 2023.

Naast deze groep particuliere donateurs zijn er ook corporate partners die zich aan WOMEN Inc. en onze doelstellingen verbinden. Dit jaar hebben 10 corporate partners een commitment uitgesproken voor financiële steun voor minimaal 2 jaar, met een totale waarde van € 48.000. Alles tezamen komt het resultaat van deze batensoort uit op een totaal van € 115.185.

Specificatie van de kosten

Aan de kostenkant staan de activiteiten die vanuit de verschillende projecten en partnerships zijn gerealiseerd in dienst van de doelstelling van WOMEN Inc. ad € 3.493.173 in totaal. Daarnaast heeft WOMEN Inc. kosten gemaakt voor de fondsenwervende activiteiten voor o.a. het Funding Mothers netwerk, representatiekosten, de kosten voor het onderhoud en updaten van onze WOMEN Inc. website en algemene communicatie-uitingen. Alles bij elkaar een totaal van € 92.803. De kosten voor beheer en administratie waren dit jaar circa € 13.000.

Ten opzichte van de totale lasten hanteren we voor de verhouding van de doelbestedingen versus algemene kosten voor werving en beheer de volgende regel: minimaal 95% voor bestedingen aan de doelstellingen, maximaal 3% aan wervingskosten en maximaal 2% aan beheer en administratiekosten.

Reserveopbouw

WOMEN Inc. heeft naast een algemene reserve ook een continuïteitsreserve die specifiek bedoeld is voor de dekking van risico's en het waarborgen van het bestaan van de stichting in jaren met tegenvallende opbrengsten. De afgelopen jaren is WOMEN Inc. actief de continuïteitsreserve. Daarbij hanteren we de Richtlijn Reserves uit de Richtlijn Financieel Beheer van Goede Doelen Nederland waarin staat dat voor de continuïteitsreserve een maximum geldt van 1,5 keer de jaarlijkse kosten van de werkorganisatie. Aan het eind van 2019 was de omvang van de corona pandemie en de impact die dit op ons land zou hebben nog niet te overzien. Gelukkig besloot bestuur en RvT medio 2018 al tot de opbouw van een grotere reserve. Het positieve resultaat van 2019 is daarom nu ook toegevoegd aan de continuïteitsreserve waardoor deze nu uitkomt op € 501.617. De algemene reserve bedraagt eind 2019 € 335.665.

Risico- en reputatiemanagement

Risico- en reputatiemanagement is ondergebracht bij directeur-bestuurder Jannet Vaessen met ondersteuning van de directeur financiën en bedrijfsvoering en de directeur strategie en communicatie. Zoals reeds benoemd is geïnvesteerd in visie- en organisatieontwikkeling om interne en externe risico's tegemoet te treden. WOMEN Inc. belegt niet in aandelen of andersoortige beleggingen en hanteert een risicomijdend vermogensbeleid.

Voor alles is het belangrijk dat WOMEN Inc. haar onafhankelijke positie behoudt, ook in de relatie met opdrachtgevers en partners. We streven altijd naar een divers en breed palet aan partners. Er zijn namelijk risico's verbonden aan de batenkant waarbij het vooral gaat over de diversiteit van financiële inkomstenbronnen. Het is cruciaal dat WOMEN Inc. niet volledig afhankelijk is van een soort financierder. De verdeling in 2019 is 61% subsidies van overheden, 28% vermogensfondsen/loterij organisatie, 8% partnerships met bedrijfsleven / organisaties en 3% particuliere donaties en sponsorships. Het is onze ambitie om de baten van overheden nog verder te verbreden, het

aandeel vermogensfondsen te laten groeien en het maatschappelijk draagvlak (partnerships en opdrachten bedrijfsleven en particuliere donaties) te behouden, zodat we met een brede waaier aan baten onze onafhankelijke koers in agendering kunnen behouden. Zodat we als Thought and Action Leader in alle scherpste en te allen tijde vanuit onze eigen financiële middelen onderwerpen kunnen aanpakken, nog voor we daar financieringspartners bij hebben gevonden.

Wat betreft risico's op macro-niveau die effect hebben op onze organisatie en onze opdrachtenportefeuille, monitoren we de volgende als het meest impactvol: een economische crisis (die zoals we in 2002 inmiddels hebben gezien of ook door een pandemie veroorzaakt kan worden), de val van het kabinet en met name de val van de minister van OCW/Emancipatie. WOMEN Inc. is steeds alert hoe politieke, economische of maatschappelijke ontwikkelingen zich tegen (of voor) onze missie kunnen keren.

Voorts monitort WOMEN Inc. voortdurend haar reputatie en die van samenwerkingspartners en opdrachtgevers. Alles valt of staat natuurlijk bij het behouden van onze goede naam. De geformuleerde impactdoelstellingen van de nieuwe Theory of Change vormen eind 2019 de leidraad voor ons doen en laten. Op basis hiervan wordt bepaald welke projecten passend zijn bij WOMEN Inc. Terugkijkend op 2019 is geen sprake geweest van reputatierisico of -schade.

COLOFON

Stichting WOMEN Inc.
Hoogte Kadijk 143 F19
1018 BH Amsterdam
020 7884231
info@womeninc.nl
www.womeninc.nl

Copyright © WOMEN Inc.

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

FOTOGRAFIE

Stella Gommans
Roy Beusker Fotografie

