

WOMEN  
INC  
●

JAAR  
VERSLAG  
2022



## INHOUDSOPGAVE

<b>VOORWOORD</b> .....	<b>4</b>
<b>HOOGTEPUNTEN</b> .....	<b>6</b>
Actie voor en door vrouwen: 'Mijn naam is Peter' .....	8
Campagne 'Pensioenkloof' .....	9
Internationale Vrouwendag .....	10
Het Gendergelijkheid Stemadvies .....	11
Spreekuur Magazine .....	12
Magazine & event 'De werkweek op maat' .....	13
Congres 'Hey Siri, vind een geschikte kandidaat' .....	14
Reizende fototentoonstelling 'Komt een mens bij de dokter' .....	15
Jaarbijeenkomst Funding Mothers in het Nederlands Herseninstituut .....	16
Documentaire 'Veerkracht' .....	17
Afscheid Ambassadeurs & introductie nieuwe vorm aanTafel .....	18
Onderwijsprogramma Baanbrekers .....	19
Lancering V staat voor... ..	20
Campagne en onderzoeksrapport 'Een nog onverteld verhaal' .....	21
Maand van de Beeldvorming .....	22
Toekenning nieuwe allianties .....	23
Manifest 'Menstruatie- en hormoongerelateerde klachten' .....	24
Campagne 'Doorbreek de Cyclus' .....	25
Equal Pay Day: Gelijk Beloonwijzer & Helpdesk .....	26
INCubators & LOKET Inc. ....	27
<b>LOBBY EN COMMUNICATIEBEREIK</b> .....	<b>28</b>
<b>THOUGHT LEADERSHIP</b> .....	<b>30</b>
<b>PROJECTEN EN PARTNERSCHAPPEN</b> .....	<b>32</b>
<b>ORGANISATIE EN PERSONEEL</b> .....	<b>36</b>
<b>FINANCIËN</b> .....	<b>38</b>
<b>GOVERNANCE, BESTUUR EN RAAD VAN TOEZICHT</b> .....	<b>44</b>
<b>COLOFON</b> .....	<b>46</b>

# VOORWOORD

## 2022: MESO-NIVEAU WORDT OPGESCHUD: FIXING THE SYSTEM!

2022 begon met een historisch moment van systeemverandering: op 1 januari ging de wet Ingroeiquotum van kracht. Sindsdien is het voor 100 beursgenoteerde bedrijven verplicht om te rapporteren over een evenwichtige verhouding van vrouwen en mannen aan de top. Dit werd al scherp bepleit in 2006 door Heleen Mees en Neelie Kroes op de zeepkist bij WOMEN Inc. in Pakhuis de Zwijger in Amsterdam. Het kostte dus meer dan 15 jaar, met agendering voor en achter de schermen, door ons en vele partners, om tot dit punt te komen. Daarnaast vraagt de Corporate Governance Code alle bedrijven per 2022 nog nadrukkelijker te rapporteren over diversiteit en inclusiviteit en begeleidt de Sociaal Economische Raad (SER) de overige 5000 bedrijven bij hun streefcijfer- en transparantieplichting. Wat een mijlpalen. WOMEN Inc. is een organisatie die emancipatie versnelt, doelgericht is en volhoudt. Fixing the system! Op sommige thema's lukt het om in 2022 het systeem te veranderen, op andere thema's moeten we eerst meer weerstanden wegnemen en maatschappelijke druk creëren.

### Doorbraken rond Thema Werk

De Wet Ingroeiquotum markeert symbolisch het jaar 2022, waarin een systeemverandering leidt tot het doorvoeren van emancipatie in de praktijk, op alle werkvloeren in Nederland. Dat gebeurde niet alleen rond de top, maar ook aan de basis. Met de punten die WOMEN Inc. in het verkiezingsjaar 2021 in het coalitieakkoord wist te krijgen (aanpak loonverschil, toegankelijke kinderopvang en betaald ouderschapsverlof), werd in 2022 door professionals een goede start gemaakt. WOMEN Inc. voorzag hen gevraagd en ongevraagd van advies. Zo organiseerden we een innovatief event over algorithmic bias die in wervingstools kan sluipen, door IT en HR-professionals bij elkaar te brengen. Daarnaast versterkten we vrouwen zelf bij hun stappen op de arbeidsmarkt. Met ludieke acties als de 'Mijn naam is Peter actie' werd het feit van onderrepresentatie van vrouwen

aan de top ineens tot een lachertje gemaakt en niet langer een nog omstrede waarheid die moest worden bevochten. De impact van deze actie was zo groot, dat deze het netwerk en de zichtbaarheid van WOMEN Inc. in één klap enorm vergrootte. Bedrijven zochten ons op, we ontvingen prijzen en de telefoon van LOKET Inc. stond het hele jaar roodgloeiend. Wat was er veel behoefte bij werkgevers aan praktische ondersteuning bij onderwerpen als inclusief werkgeverschap en inclusieve taal. Door stappen vooruit in emancipatie, stonden we uiteraard ook vaker oog in oog met de weerstand tegen deze stappen, offline en online. Soms pareren we die met tegenargumentatie, soms is luisteren genoeg, want natuurlijk brengt verandering ook wrijving en angst voor positieverlies met zich mee. Dit nemen we mee in onze strategie. Al met al grote impact op onze doelen op het thema Werk in 2022!

### Thema Gezondheid blijft achter

De aandacht voor het thema Gezondheid bleef achter. Niet zozeer bij de vrouwen zelf, want we kregen via onze communicatiekanalen honderden berichten over persoonlijke ervaringen en herkenning in de problemen die wij aankaarten. Ook in de media was er veel aandacht voor, het bewustzijn over het belang van man-vrouwverschillen in de gezondheidszorg is intussen duidelijk gestegen. Maar we misten de 'sense of urgency' bij de dienstdoende professionals en overheden, zoals bij het Ministerie VWS, die nodig zijn voor echte systeemverandering: dat diversiteit de norm wordt in de gezondheidszorg. Ook in internationale rapporten viel op dat in ons welvarende land vrouwen weliswaar langer leven, maar nog steeds 3 jaar minder dan mannen in goed ervaren gezondheid. Daarom zijn we in 2022 ook -bottom up- met vrouwen en gynaecologen het onderwerp cyclus- en hormoongerelateerde klachten gaan agenderen. We onderzochten kennishiaten en vonden dat veel vrouwen een 'atypische' menstruatie hebben en dat er vijf keer

meer onderzoeksgeld in erectiestoornissen wordt geïnvesteerd dan in menstruatieproblematiek. We zetten daarom mensen en middelen in om de stemmen van vrouwen op te halen en ontwikkelden het Menstruatie Manifest dat we samen met 27 andere organisaties aan de Tweede Kamer aanboden.

### Investeren in projectaanvragen Gezondheid en Financiën

2022 was het laatste jaar van onze twee vijfjarige allianties met het Ministerie van OCW, dus moesten we opnieuw de strategie bepalen waar we de komende vijf jaar vanuit onze missie en maatschappelijke urgentie op in wilden inzetten. We besloten dat er op beide huidige alliantie-thema's (gezondheid en financiën) nog veel winst te behalen is. Daarom zetten we bij de call voor de nieuwe alliantie-aanvragen van Ministerie OCW opnieuw in op het thema Sekse, Gender en Gezondheid én op het thema Financiën. In de corona pandemie werd een enorm beroep gedaan werknemers in de 'vitale sectoren'. Wij willen we de duurzame financiële positie van praktisch opgeleide vrouwen in typische 'vrouwensectoren' (zorg, kinderopvang en schoonmaak) versterken. Een financieel relatief zeer kwetsbare groep vrouwen, aan wie vooral wordt getrokken bij krapte op de arbeidsmarkt, maar naar wie nog niet geluisterd wordt als het gaat om wat zij zelf nodig hebben om (meer) te gaan werken. In september hoorden we dat beide alliantie-aanvragen met passende strategische partners gehonoreerd zijn. Daarnaast investeerden we tijd in een meerjarige projectaanvraag bij de durfdonor Nationale Postcode Loterij, omtrent het doorbreken van het taboe op menstruatie. In Q1 van 2023 horen we of ook deze projectaanvraag gehonoreerd wordt. Flink investering van tijd in aanvragen dus.

### 'Fixing' ons eigen systeem

Daarnaast was WOMEN Inc. ook intern druk bezig met de laatste stappen richting de beoogde programmagerichte organisatie. Zo werd rond de zomer op alle thema's een Programmamanager aangesteld. In het najaar hebben we alle medewerkers een goed pakket marktconforme maatregelen voor 2023 kunnen bieden, in lijn met stijgende inflatie en energieprijzen. Dat besluit is -voor de baat uit- genomen, door directie en in

afstemming met de Raad van Toezicht, en wordt door ons allen als een goede investering gezien. Want ook bij WOMEN Inc. vormen de mensen, met hun drive, denkkraft, inzet, creativiteit en collegialiteit het kloppend hart van ons systeem, waarmee wij maatschappelijk verandering kunnen versnellen. Fixing the system, intern en extern dus, in 2022!

### Werk aan de winkel op thema Media

Tot slot kreeg ons vierde thema Media online vleugels. Zo neemt het bereik van onze acties in de Maand van de Beeldvorming en daar omheen ieder jaar toe en groeide ook het aantal aanvragen van mediaorganisaties bij LOKET Inc. Toch lukte het niet om op dit thema programma's gefinancierd te krijgen voor een meer systemische aanpak. Wellicht willen professionals zich niet verbinden met het thema, omdat het lastig is om onbewuste discriminatie te erkennen. Als we Beeldvorming in de Media in een ander programma indirect meenamen, zoals in de kunstensector of in de voetbalwereld, werkte dat wel. Uitdaging voor 2023 wordt om het thema Media op een structurele manier in de programma's of in de corporate projecten van WOMEN Inc. mee te nemen, want het is van groot belang voor de missie op de andere thema's en het is de rootcause van maatschappelijke topics als #MeToo en aanpak van grensoverschrijdend gedrag.

Dus...

Eind 2022 zijn -volgens plan- alle thema's in beweging op de verschillende strategielevels uit onze Theory of Change: op microniveau ontwikkelen we doelgericht acties en programma's die raken, samen met de vrouwen in onze groeiende achterban. Op mesoniveau hebben we professionals opgeschud, het veld neemt het over. En WOMEN Inc. draait zich nu al warm voor de volgende verkiezingen, uiterlijk 2025, voor nog meer doorbraken op macroniveau. Met onze veranderformule organiseren we -vanuit publiek en professionals- met succes maatschappelijke druk voor systeemverandering, zodat ook alle meisjes en vrouwen in de toekomst gelijke kansen zullen hebben. Als we zo doorgaan kunnen we in 2030 gender equality bereiken, voor iedereen, ongeacht sekse en gender. Fix the system, not the women!

# HOOGTEPUNTEN

Ik heet  
deze week  
**Peter.**

ACTIE  
'MIJN NAAM IS PETER'



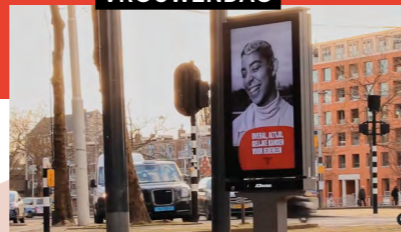
CAMPAGNE  
'PENSIOENKLOOF'



HET GENDERGELIJKHEID  
STEMADVIES



SPREEKUR  
MAGAZINE



INTERNATIONALE  
VROUWENDAG



MAGAZINE & EVENT  
'DE WERKWEEK OP MAAT'



CONGRES 'HEY SIRI,  
VIND EEN GESCHIKTE  
KANDIDAAT'



REIZENDE FOTOTENTOONSTELLING  
'KOMT EEN MENS BIJ DE DOKTER'



JAARBIJENKOMST  
FUNDING MOTHERS



DOCUMENTAIRE  
'VEERKRACHT'



LANCERING V STAAT VOOR...



CAMPAGNE EN ONDERZOEKS-  
RAPPORT 'EEN NOG  
ONVERTELD VERHAAL'



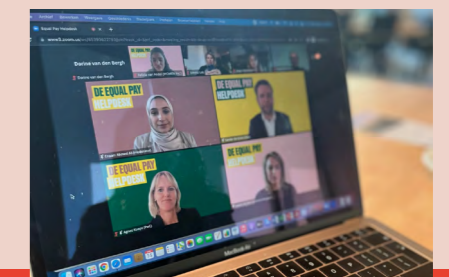
MAAND VAN  
DE BEELDVORMING



MANIFEST 'MENSTRUATIE-  
EN HORMOON-  
GERELATEERDE KLACHTEN'



CAMPAGNE  
'DOORBREEK DE CYCLUS'



EQUAL PAY DAY:  
GELIJK BELOONWIJZER  
& HELPDESK

# Actie voor en door vrouwen: 'Mijn naam is Peter'

WOMEN INC. CORPORATE



Vrouwen zijn sterk ondervertegenwoordigd in besluitvormende posities: in januari 2022 waren van de 94 CEO's in Nederland 5 vrouw. Er waren zelfs evenveel CEO's die Peter heten, als CEO's die vrouw zijn! Niet voor niets is er in januari 2022 wetgeving gekomen met een ingroeiquote voor vrouwen aan de top van beursgenoteerde bedrijven. Om aandacht te vragen voor de ongelijke man/vrouw-verdeling in de top van beursgenoteerde bedrijven riepen WOMEN Inc. en BrandedU in de week van 24 januari alle vrouwen in Nederland op om hun voornaam op LinkedIn te veranderen in Peter. We lanceerden de actie #mijnnaamispeter met hulp van invloedrijke vrouwen, onder wie voetballer Rocky Hehakajia en de hoofdredacteur van Vogue, Yeliz Çicek. Zij veranderden allemaal hun LinkedIn-naam voor een week in Peter en vroegen in een video anderen hetzelfde te doen. Vele vrouwen volgden, waardoor het bewustzijn werd vergroot bij de bedrijven waar ze werken en daarbuiten. Het algoritme van LinkedIn deed de rest en maakte het onderwerp trending.

**SAMENWERKING MET BRANDEDU EN THE FAMILY. ER WAS GEEN MEDIABUDGET, DE WERKZAAMHEDEN VAN WOMEN INC. MEDEWERKERS ZIJN GEFINANCIERD UIT ONZE ONGEALLOCEERDE MIDDELEN (O.A. DONATIES, FUNDING MOTHERS EN DE NATIONALE POSTCODELOTERIJ.)**

## Impact en resultaten

De campagne ging viral, heeft miljoenen Nederlanders bereikt en werd door verschillende nieuwsmedia zoals RTL nieuws, NU.nl, NRC, Telegraaf en Radio 1 verslagen. Ook is de actie in het buitenland opgepikt. Zo is deze in Noorwegen overgenomen met de naam 'Arne' en gesteund door voormalig premier Erna Solberg. In Nederland deden ook mannen mee door hun naam te veranderen in Petra uit solidariteit. Eén van hen ('Petrushka') was Prins Constantijn. Als klap op de vuurpijl viel de campagne (inter)nationaal in de prijzen: een Bronzen Leeuw op het Cannes Lions International Festival of Creativity en maar liefst 9 awards én de Grand Prix bij de Dutch Creativity Awards.

Dankzij de sleutelfiguren die we aan de actie verbonden hadden en anderen die spontaan meededen, het grote bereik én de hoge engagement werd representatie aan de top een hot topic in heel Nederland. Daarnaast gaf het vrouwen handvat om op een laagdrempelige manier het gesprek te openen met hun collega's. Een impactvolle actie waarbij een simpele naamsverandering de discussie over genderongelijkheid tussen vrouwen en mannen op de werkvloer op gang bracht!

PR aandacht (optelsom mediabereik)	155.653.341
Website + bereik	<a href="https://womeninc.nl/mijnnaamispeter/">womeninc.nl/mijnnaamispeter/</a> 57.510 unieke paginaweergaven
Prijzen	- Bronzen Leeuw op het Cannes Lions International Festival of Creativity - 9 awards en de Grand Prix bij de Dutch Creativity Awards

# Campagne 'Pensioenkloof'

FINANCIËN



Er is steeds meer aandacht voor de loonkloof in Nederland, maar minder bekend is de pensioenkloof. En dat terwijl Nederland de op één na grootste pensioenkloof heeft van Europa. Als vrouw krijg je gemiddeld 40% minder pensioen dan mannen. Dat komt neer op zo'n €400 per maand! Hoog tijd om hier bewustwording over te creëren.

Om zoveel mogelijk vrouwen te bereiken ontwikkelden we in samenwerking met Calamity Jane een opvallende social media campagne, waarin de focus lag op bewustwording over het bestaan van de pensioenkloof. Daarnaast hebben we het publiek geïnformeerd over de (systemische) oorzaken van de pensioenkloof - zoals de ongelijke werk-zorgverdeling - en over de impact van financiële keuzes op hun pensioen. Ten slotte hebben we het publiek geactiveerd door een aantal tools aan te bieden die kunnen helpen om inzicht te krijgen in hun financiële situatie, waaronder de 'Reality Check' van ABP.

## Impact en resultaten

Met deze campagne is een eerste stap gezet om dit thema op de kaart te zetten. Doordat er nu meer bekendheid over is bij publiek, financieel dienstverleners en overheid, creëren we draagvlak zodat de systemische oorzaken van de pensioenkloof verder aangepakt kunnen worden.

STICHTING  
PENSIENFONDS ABP

Website + bereik	<a href="https://womeninc.nl/pensioenkloof/">womeninc.nl/pensioenkloof/</a> 25.246 unieke gebruikers
Social media	1.003.682

# Internationale Vrouwendag

WOMEN INC. CORPORATE



In aanloop naar Internationale Vrouwendag lanceerden we een campagne gericht op de missie van WOMEN Inc. Onder het mom van 'we blijven het herhalen, net zo lang totdat het niet meer nodig is', benadrukten we het belang van gelijke kansen voor iedereen. Ons doel was om ons merk en onze missie bij een groter publiek onder de aandacht te brengen en daarmee onze naamsbekendheid en achterban te vergroten. Naast de social media campagne, waren we ook door het land te zien op digitale schermen door het land (Digital out of Home). Hoogtepunt hiervan was de vertoning van onze missievideo op een enorm scherm op Station Hoog Catharijne in Utrecht. Ook tijdens de feminist march in Amsterdam op 5 maart was WOMEN Inc. aanwezig en zichtbaar met de herkenbare foto's en slogans uit de campagne.

Op 8 maart organiseerde Pakhuis de Zwijger samen met WOMEN Inc. en nog veel meer andere feministische organisaties een avondvullend feministisch programma: FemTopia. Samen met de ruim 550 bezoekers gaven we vorm aan de droom van

een gelijkwaardige wereld waarin vrouwen willen en kunnen wonen, leven, werken, zorgen en genieten: FemTopia!

Daarnaast stond deze hele week in het teken van keynotes en workshops vanuit LOKET Inc.: zo organiseerden we op 8 maart een themasessie bij de KNVB, en gaven we keynotes over gender & werk bij EY en Van Lanschot Kempen. Ook gaven we in die week een keynote en een workshop inclusieve taal aan de achterban van VIA Nederland, en een gratis workshop inclusieve taal met open inschrijving voor onze eigen achterban.

### Impact en resultaten

De week voor Internationale Vrouwendag was WOMEN Inc. op meerdere plekken door het land zichtbaar met als klap op de vuurpijl het grote scherm van Station Hoog Catharijne in Utrecht, waar dagelijks tienduizenden mensen voorbij lopen. Online bereikten we in een week tijd ruim 1 miljoen mensen en kregen we er 1700 Instagram-volgers bij.

Website + bereik	<a href="https://womeninc.nl/doe-mee">womeninc.nl/doe-mee</a> 2.430 unieke paginaweergaven
Social media weergaven	2.846.532
PR aandacht (optelsom mediabereik)	1.644.658

# Het Gendergelijkheid Stemadvies

WOMEN INC. CORPORATE



De gemeenteraad heeft nog grote stappen te zetten als het gaat om gendergelijkheid en diverse representatie. Het is essentieel dat iedereen zich vertegenwoordigd voelt in de politiek. Ook wordt beleid en besluitvorming kwalitatief beter als onderwerpen vanuit meerdere perspectieven worden bekeken.

Daarom riepen wij in onze campagne 'Stem Gendergelijkheid' onze achterban op om te gaan stemmen voor de gemeenteraadsverkiezingen. Dat hebben we gedaan middels een social media campagne waarin wij met grote borden het land in zijn gegaan. We hebben daarnaast een overzicht gemaakt van 'good practices' van gemeenten; zodat gemeentes elkaar kunnen inspireren hoe zij gendergelijkheid kunnen bevorderen en wat thema's zijn waarop zij het verschil kunnen maken. Voorbeelden zijn goed mantelzorgbeleid, het aanpakken van menstruatiearmoede en veiligheid op straat. Hiermee hebben we laten zien dat de gemeenteraad een essentiële rol heeft in het aanpakken van gendergelijkheid.

Ook hebben we uitgelegd waarom het van belang is op een vrouw te stemmen en mensen opgeroepen om via een door ons gemaakte voorbeeldbrief de (nieuwe) raadsleden te laten weten dat zij zich de komende jaren moeten inzetten om kansgelijkheid te vergroten. Tot slot hebben we benadrukt hoe belangrijk het is om zelf politiek actief te worden.

### Impact en resultaten

We hebben mensen in onze achterban laten zien hoe zij met hun stem in vijf stappen een punt kunnen maken van gendergelijkheid. Aan de oproep om op een vrouw te stemmen gaven veel mensen gehoor: door heel Nederland stemden kiezers 459 extra vrouwen de raad in die op een onverkiesbare plek **stonden**.

Social media weergaven	1.904.194
------------------------	-----------

# Spreekuur Magazine

GEZONDHEID



Al vanaf 2012 pleit WOMEN Inc. voor meer aandacht voor sekse, gender - en inmiddels ook - seksuele oriëntatie in de zorg, met als doel de kennisachterstand hierover te verkleinen. De afgelopen jaren is de aandacht voor het onderwerp vergroot en zijn belangrijke onderzoeken gedaan binnen het Kennisprogramma Gender en Gezondheid. We komen van ver en we zijn goed op weg, maar de inhaalslag is nog lang niet klaar.

WOMEN Inc. leerde van patiënten en zorgverleners dat er behoefte is aan concrete verhalen om beter te begrijpen waarom passende zorg zo belangrijk is, en om te weten wat je zelf kunt doen om passende zorg te vragen of te bieden. Om deze kennis verder uit te

dragen, is in samenwerking met Patiëntenfederatie Nederland, het SPREEKUUR magazine ontstaan. In dit magazine vertellen mensen over hun zoektocht in de zorg, waarbij diversiteit in sekse, gender en seksuele oriëntatie een rol speelden. Het vertellen van verhalen uit de spreekkamer is ontzettend belangrijk, omdat ze laten zien hoe en waar zorg op maat nog ontbreekt. Zo zijn er verhalen opgetekend van mensen die (te) lang hebben moeten wachten op een juiste diagnose en van mensen die zich soms niet serieus genomen voelen door een zorgverlener, maar ook valt te lezen hoe zorgverleners zich inzetten voor gender- en lhbtï-sensitieve zorg.

Het magazine is op verschillende manieren onder zorgverleners en de gezamenlijke achterban van WOMEN Inc. en Patiëntenfederatie Nederland verspreid. Het magazine is online te lezen, is uitgedeeld op congressen en via informatiepakketten en is inmiddels in ruim 2000 wachtkamers van huisartspraktijken in Nederland te vinden.

### Impact en resultaten

Met het magazine sloten we aan bij de behoefte van patiënten en zorgverleners en hebben ruim 3.800 mensen meer kennis en handvatten voor passende zorg.

PROJECT KENNISONTSLUITING GENDER EN GEZONDHEID, GEFINANCIERD DOOR ZONMW & DE ALLIANTIE GEZONDHEIDSZORG OP MAAT, GEFINANCIERD DOOR HET MINISTERIE VAN ONDERWIJS, CULTUUR EN WETENSCHAP

<b>Magazine</b>	Het magazine is verspreid onder 1.525 patiënten (via patiëntenorganisaties) en zorgverleners en is 40 keer gedownload.  Daarnaast is het magazine geplaatst in de wachtkamer van 2.387 huisartsenpraktijken.
<b>Social media weergaven</b>	208.045

# Magazine & event 'De werkweek op maat'

WERK



Vrouwen in Nederland verrichten nog altijd 1,5 keer meer zorgtaken dan mannen. Dat zie je terug in de werkweek: mannen werken gemiddeld 39,4 uur per week en vrouwen gemiddeld 29,2 uur. Dit heeft gevolgen voor de financiële onafhankelijkheid, doorstroomkansen en mogelijkheden om werk en zorg te combineren. Op weg naar gelijke kansen voor vrouwen en mannen, zowel op de werkvloer als thuis, is er nog veel te winnen bij een 'werkweek op maat' met meer flexibiliteit en keuzevrijheid rondom de werkweek.

### Magazine

Wat zijn de mogelijkheden voor een werkweek op maat? Hoe helpt het werknemers, en wat levert het werkgevers op? Deze vragen stonden centraal in ons online magazine: 'Zo werkt het: De werkweek op maat' dat we in april lanceerden om werkgevers op weg te helpen met dit onderwerp. Achmea legt daarin uit waarom zij voor een verkorte werkweek kiezen, Rijksvastgoedbedrijf vertelt over hun directie die bestaat uit twee duobanen. Wetenschapper Renske Verweij vertelt over de normen rond ouderschap die van invloed zijn op de keuzevrijheid van werknemers en daarnaast delen verschillende werknemers hun ervaringen met het combineren van werk en zorg.



### Event

Op 27 september organiseerden we een live event voor werkgevers en onze INCubators om verder te praten over het onderwerp: hoe zorg je als werkgever voor voldoende balans in de werk-zorgverdeling van werknemers? We hebben onder anderen gesproken met Sander van Ekeren van Achmea, die vertelde over wat de verkorte werkweek die zij in 2021 hebben ingevoerd heeft opgeleverd. Marieke ter Wee van Amsterdam UMC sprak over hun nieuwe programma voor ouderschap en werk. Bekijk hier de [Aftermovie](#).

"We zagen in de zorg dat we steeds meer jonge moeders verliezen in het eerste jaar nadat ze een kind krijgen. Daar wilden we mee aan de slag."

- MARIEKE VAN WEE VAN AMSTERDAM UMC-

### Impact en resultaten

Met het magazine, het event en de aftermovie zijn werkgevers geïnformeerd en hebben zij handelingsperspectief ontvangen om te zorgen voor voldoende balans in de werk-zorgverdeling van werknemers.

ALLIANTIE ARBEID & ZORG, GEFINANCIERD DOOR HET MINISTERIE VAN SOCIALE ZAKEN EN DE ALLIANTIE SAMEN WERKT HET!, GEFINANCIERD DOOR HET MINISTERIE VAN ONDERWIJS CULTUUR EN WETENSCHAP

<b>Magazine</b>	13.162 unieke paginaweergaven
<b>Social media weergaven</b>	548.881
<b>Aanmeldingen live event</b>	85 aanmeldingen
<b>PR (optelsom mediabereik)</b>	168.249

# Congres 'Hey Siri, vind een geschikte kandidaat'

WERK



Op 18 mei organiseerde WOMEN Inc. het congres 'Hey Siri, vind een geschikte kandidaat'. Tijdens dit congres gingen verschillende stakeholders met elkaar in gesprek over hoe artificial intelligence (AI) verantwoord kan worden ingezet voor meer inclusiviteit en gendergelijkheid op de arbeidsmarkt. Uit onderzoek van WOMEN Inc. blijkt dat de inzet van AI nu nog niet bijdraagt aan gelijke kansen op de arbeidsmarkt. Het doel van de dag was om gezamenlijk tot een actielijst te komen om hier verandering in te brengen. Onder leiding van Raisa Ghazi gingen HR-professionals, werkgevers, beleidsmakers, mensen uit het onderwijs, juristen en tech specialisten met elkaar in gesprek.

## Impact en resultaten

Aan het eind van de dag is de top 10 principes voor verantwoorde AI voor gelijke kansen op de arbeidsmarkt gepresenteerd. Alle deelnemers van het congres konden meedenken over de prioritering van deze principes. Het principe dat het belangrijkste werd gevonden is de multistakeholders aanpak. Het is duidelijk dat de verschillende stakeholders elkaar nodig hebben en zouden moeten samenwerken. Tijdens het congres hebben afgevaardigden van de 13 organisaties toegezegd dat zij dit willen. WOMEN Inc. ziet het congres als startsein om met elkaar aan de slag te gaan.

MINISTERIE VAN ONDERWIJS,  
CULTUUR EN WETENSCHAP

Aanwezigen	150
Website	<a href="https://womeninc.nl/actueel/terugblik">womeninc.nl/actueel/terugblik</a>
Social media weergaven	595.582
PR aandacht (optelsom mediabereik)	10.336.069

# Reizende fototentoonstelling 'Komt een mens bij de dokter'

GEZONDHEID



De Alliantie Gezondheidszorg op Maat bestaat uit WOMEN Inc., Rutgers en COC Nederland en is mogelijk gemaakt met steun van het Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap. De Alliantie heeft zich 5 jaar ingezet voor gezondheidszorg die rekening houdt met sekse, gender en seksuele oriëntatie. In het slotjaar van de Alliantie organiseerden we de reizende fototentoonstelling Komt een mens bij de dokter, die is ontwikkeld samen met Stichting Open Mind.

Op 24 mei 2022 is de tentoonstelling gelanceerd op Station Hoog Catharijne in Utrecht. De fototentoonstelling reisde in zeven Nederlandse steden op centrale plekken in de stad zoals de Coolingsingel in Rotterdam en de Stopera in Amsterdam. Daarnaast werd de tentoonstelling geplaatst bij de academische ziekenhuizen, bij een internationale summerschool bij de Radboud Universiteit Nijmegen en bij financier van gezondheidsonderzoek ZonMw. Tot slot lopen op dit moment gesprekken om de tentoonstelling ook bij het Ministerie VWS te plaatsen.

'I never really understood this difference between gender roles and norms, but after seeing the exhibition, I finally understand.'

## Impact en resultaten

De tentoonstelling is heel goed ontvangen en heeft een groot bereik gehad. De Alliantie is meerdere keren benaderd door bijvoorbeeld medisch centra om de tentoonstelling daar te plaatsen. Het maakt het onderwerp zichtbaar en tastbaar en heeft de bewustwording over het belang van passende zorg vergroot bij publiek, patiënten en zorgverleners.

ALLIANTIE GEZONDHEIDSZORG  
OP MAAT,  
GEFINANCIERD DOOR HET  
MINISTERIE VAN ONDERWIJS  
CULTUUR EN WETENSCHAP

Aantal steden / bezoekersaantallen	Centrale buitenlocaties in 7 steden met 4 miljoen contactmomenten. Centrale binnenlocaties bij 7 academische centra en 2 andere locaties
Social media weergaven	598.289
PR aandacht (optelsom mediabereik)	1506619

# Jaarbijeenkomst Funding Mothers in het Nederlands Herseninstituut

WOMEN INC. CORPORATE



De afgelopen jaren heeft zich een bijzondere groep vrouwen gevormd die WOMEN Inc. een warm hart toedragen: van ondernemers, tot wetenschappers, tot politici, tot vrouwen uit het bedrijfsleven, sport en cultuur. Zij maken het mogelijk dat wij onafhankelijk kunnen blijven agenderen en onze missie voor gender equality in Nederland in 2030 kunnen realiseren.

Dit jaar vond de Funding Mothers jaarbijeenkomst plaats in het Nederlands Herseninstituut. In deze bijzondere omgeving hebben we extra kunnen voelen waar fundamenteel (gendersensitief) wetenschappelijk onderzoek wordt gedaan, naar de werking van ons brein.

De bijeenkomst stond dan ook in het teken van ons gezondheidsthema, met een focus op het belang van meer onderzoek naar sekse en genderverschillen in de wetenschap. Daarnaast namen we de Funding Mothers mee in de impact die we het afgelopen jaar op onze andere thema's boekten. Ook presenteerden we een nieuw project, over gelijke kansen in het voetbal. Meisjes- en vrouwenvoetbal is één van de

snelst groeiende sporten van Nederland. Maar of het nu gaat om faciliteiten op het veld, gelijke beloning of representatie in de media, de focus binnen het voetbal ligt nog steeds automatisch op jongens en mannen. WOMEN Inc. slaat de handen ineen met Barbara Barend en haar stichting In Sport We Trust om gelijke kansen tussen vrouwen, mannen, meiden en jongens in het voetbal te versnellen.

Op 29 juni hebben we een ontbijt georganiseerd voor geïnteresseerde Funding Mothers en vrouwen uit het netwerk van Barbara Barend om te verkennen of we door de kracht van deze ambassadeurs een kick-start zouden kunnen geven aan het project, in de vorm van financiering en het openen van deuren in de voetbalwereld.

### Impact en resultaten

Het Funding Mothers netwerk is verder versterkt en drie Funding Mothers zijn betrokken bij de ontwikkeling van het project voor gelijke kansen in het voetbal.

Aantal Funding Mothers	64
------------------------	----

# Documentaire 'Veerkracht'

FINANCIËN



De afgelopen vijf jaar heeft WOMEN Inc. zich samen met Bureau Clara Wichmann, Movisie, WO=MEN en de Nederlandse Vrouwen Raad ingezet voor een maatschappij waarin vrouwen en mannen daadwerkelijk gelijke kansen hebben om betaalde arbeid en onbetaalde zorg te combineren.

In ons afsluitende jaar besteedden we aandacht aan het blootleggen van systemische belemmeringen in de documentaire 'Veerkracht'. Want we zijn er nog niet: voornamelijk moeders en mantelzorgers die een stap willen maken naar (meer) betaald werk en daarmee naar economische zelfstandigheid, ervaren belemmeringen bij het nemen van deze stap vanwege de combinatie met zorgtaken. Dit hebben we in beeld gebracht in de documentaire waarin we het verhaal volgen van Zohra, Hannah en Marcella: drie vrouwen die, net als vele anderen, niet (volledig) vrije keuzes kunnen maken over hun werk-zorgverdeling.

De alliantiepartners blijven zich onverminderd inzetten en roepen de politiek op tot gratis kinderopvang voor iedereen, 100% betaald partner-

en ouderschapsverlof en financiële waardering voor mantelzorgers. Om politici te laten zien voor wie ze het doen hebben we "Veerkracht" naar Den Haag gebracht en laten zien tijdens lunchlezingen.

### Impact en resultaten

De documentaire heeft bijgedragen aan de zichtbaarheid van systemische belemmeringen in gelijke toegang tot het combineren van werk en zorg voor vrouwen en mannen. De documentaire is vertoond aan beleidsmakers en Tweede Kamerleden (VOLT, VVD, D66, Bij1 en GroenLinks) om hen te activeren om verbeteringen door te voeren. De documentaire werd hoog gewaardeerd en is op uitnodiging vertoond bij het Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Welzijn aan ongeveer 30 medewerkers.

"We vinden het als samenleving vanzelfsprekend dat vrouwen maar doorgaan en alle zorg op zich nemen, die vanzelfsprekendheid moet echt uit het systeem."

Lisa Westerveld, GroenLinks

ALLIANTIE SAMEN WERKT HET!,  
GEFINANCIERD DOOR HET  
MINISTERIE VAN ONDERWIJS  
CULTUUR EN WETENSCHAP

Aantal views documentaire inclusief vertoning	42 aanwezigen bij de lancering, daarnaast nog 621 views op Youtube
Social media weergaven	70.748

# Afscheid Ambassadeurs & introductie nieuwe vorm aanTafel

WOMEN INC. CORPORATE



Jarenlang maakte WOMEN Inc. lokaal impact met vrijwilligers, ambassadeurs en de aanTafel-methode. Inmiddels focust WOMEN Inc. zich steeds meer op systeemverandering en zijn er veel sterke organisaties die lokaal bouwen aan een betere positie voor vrouwen. Vandaar dat we dit jaar afscheid nemen van de ambassadeurs en in nieuwe vorm een duurzame en getrapte aanpak gaan ontwikkelen samen met landelijke en regionale partijen die verschillende groepen vrouwen vertegenwoordigen. Bij de keuze van samenwerkingspartijen zorgen we dat we op meerdere elementen een divers en inclusief netwerk opbouwen. Ook kunnen we in deze samenwerking lokale en regionale initiatieven van binnenuit versterken en ondersteunen.

We hebben er vertrouwen in dat met deze nieuwe, structurele aanpak we nog meer vrouwen kunnen horen en nog beter namens hen op landelijk niveau kunnen agenderen bij de overheid en politiek, organisaties en professionals. Ook geloven we dat we op deze manier onze vrijwilligers effectiever in kunnen zetten, met meer impact.

De aanTafel-methode van WOMEN Inc. zal ingezet worden als kwalitatieve onderzoeksmethode binnen LOKET Inc. Dit betekent dat aanTafel wordt verbonden aan themasessies bij werkgevers. Zo vond er dit jaar bij de KNVB een aanTafel themasessie plaats rondom het thema doorstroom en representatie. Ook bij Van Lanschot Kempen en Coca-Cola vonden themasessies plaats, deze gingen over de werk-zorgverdeling bij ouders met jonge kinderen. Om dit te realiseren hebben we een team van gespreksleiders samengesteld. Die worden wanneer een aanvraag zich voordoet uitgenodigd om een gesprek te begeleiden. Er zullen geen nieuwe gespreksleiders trainingen meer gedaan worden voor een groot publiek.

### Impact en resultaten

De nieuwe vorm van de aanTafel-methode leidt tot betere inzichten bij werkgevers waardoor zij gericht en effectiever kunnen werken aan inclusief werkgeverschap.

<b>Aantal gespreksleiders/ambassadeurs</b>	50 gespreksleiders
<b>Aantal aanTafelgesprekken</b>	7 aanTafel themasessies bij verschillende bedrijven (KNVB, Van Lanschot Kempen, Amsterdam UMC (2x), Eurofiber, VGZ en Coca-Cola). Totaal ruim 180 deelnemers

# Onderwijsprogramma Baanbrekers

MEDIA



WOMEN Inc. en Diversion bundelden dit jaar hun krachten in het onderwijsprogramma Baanbrekers. Iedereen wordt dagelijks geconfronteerd met vele stereotypen die onze verwachtingen en keuzes (onbewust) beïnvloeden. Dit kan gaan over de kleinste dingen, maar ook over belangrijke keuzes, zoals de manier waarop vrouwen en mannen onbetaalde zorg en betaald werk verdelen. Hoe eerder je je hiervan bewust bent, hoe beter. Baanbrekers richt zich op mbo-jongeren en maakt hen bewust van de invloed die beeldvorming en vooroordelen kunnen hebben op toekomstige (financiële) keuzes in hun leven en geeft hen handvatten hierbij.

Het programma bestaat uit 3 verschillende lessen, en wordt gegeven door 'peer educators'. Dit zijn rolmodellen die vanuit eigen ervaring maatschappelijke thema's in de klas bespreekbaar maken bij andere jongeren. Ze houden leeftijdsgenoten een spiegel voor, breken het gesprek over taboethema's open en tonen kwetsbaarheid door hun persoonlijke ervaringen te delen.

### Impact en resultaten

Het onderwijsprogramma is opgenomen in het aanbod van Diversion.

Uit de effectmeting die is uitgevoerd blijkt dat zo'n 60% van de studenten aangeeft dat zij dankzij Baanbrekers meer kennis hebben over normen en stereotypen (beeldvorming) in de samenleving en de invloed daarvan op werk-/zorggerelateerde keuzes, hun (arbeids-)toekomst en financiële zekerheid op de lange termijn. Ze geven ook aan dat zij hierover in gesprek gaan met mensen in hun directe omgeving. Daarnaast geven docenten aan dat studenten meer over het onderwerp geleerd hebben, maar zijn ze nog voorzichtig als het gaat om de veranderingen die deze kennis qua gedrag betekent voor leerlingen.

VSBFONDS, FONDS 21, AEGON EN DE ALLIANTIE SAMEN WERKT HET!  
(DE ALLIANTIE IS MOGELIJK GEMAAKT DOOR HET MINISTERIE VAN ONDERWIJS, CULTUUR EN WETENSCHAP)

<b>Aantal lessen / deelnemers</b>	In 19 klassen zijn 3 lessen gedraaid met ca. 20 deelnemers per klas
-----------------------------------	---

# Lancering V staat voor...

FINANCIËN



Op 6 juli, de eerste dag van het EK voetbal voor vrouwen, lanceerden WOMEN Inc., stichting In Sport We Trust en Less Agency de beweging 'V Staat Voor,' om gelijke kansen voor vrouwen, mannen, meiden en jongens in het voetbal te versnellen.

Voetbal is de grootste sport in Nederland: wekelijks zijn 8 miljoen mensen op een bepaalde manier betrokken. En juist deze sport wordt bij uitstek gezien als een mannensport: voor en door mannen. Tegelijkertijd is voetbal in Nederland één van de snelst groeiende sporten onder vrouwen en de op één-na-grootste teamsport onder vrouwen - na hockey. En hoewel er voor de Oranje Leeuwinnen steeds meer waardering komt, is de ongelijkheid tussen vrouwen en mannen in zowel het betaald voetbal als het amateurvoetbal nog heel groot.

Door de urgentie en actualiteit van het onderwerp besloten de initiatiefnemers al naar buiten te gaan met deze beweging nog voordat de financiering voor

dit project rond was. Het idee hierachter was om de urgentie van dit onderwerp te belichten, en zo het draagvlak te vergroten bij verschillende partners om met ons de handen ineen te slaan voor het versnellen van die gelijke kansen in het voetbal. Dit is gelukt. En in 2022 hebben we onder andere onderzoek gedaan naar de geldstromen en beeldvorming in het voetbal. Ook hebben we ons ingezet voor het vinden van financiering en het vergroten van ons netwerk in het voetbal.

### Impact en resultaten

Het project heeft veel media en PR aandacht gegenereerd en een impuls gegeven aan gesprekken over de zichtbaarheid en waardering van gelijke kansen in het voetbal.

IN SPORT WE TRUST,  
LESS AGENCY, FUNDING  
MOTHERS

Website	<a href="https://womeninc.nl/actueel/ikbenv">womeninc.nl/actueel/ikbenv</a>
Social media weergaven	305.568
PR aandacht (optelsom mediabereik)	6.508.683

# Campagne en onderzoeksrapport 'Een nog onverteld verhaal'

MEDIA



We hebben de uitkomsten van het rapport met het publiek gedeeld middels een social media campagne. Door middel van opvallende animaties, schokkende feiten en cijfers en prikkelende posts over de drie thema's uit het rapport, hebben we het publiek geïnformeerd en betrokken bij de uitkomsten van het onderzoek. Met een gerichte persbenadering wisten we veel mediabelangstelling te genereren, zo haalden we bijvoorbeeld de voorpagina van het Parool (zie hiernaast).

### Impact en resultaten

Het rapport 'Een nog onverteld verhaal' heeft het bewustzijn rond het thema vergroot. Daarnaast hebben we handelingsperspectieven verspreid waar musea mee aan de slag kunnen. We vervolgden het project in samenwerking met vier toonaangevende Nederlandse musea, om te versnellen richting gelijke kansen. Daarnaast is de campagne genomineerd voor een Sponsoring in de categorie Cultuur en Entertainment. In juni 2023 wordt de winnaar bekendgemaakt.

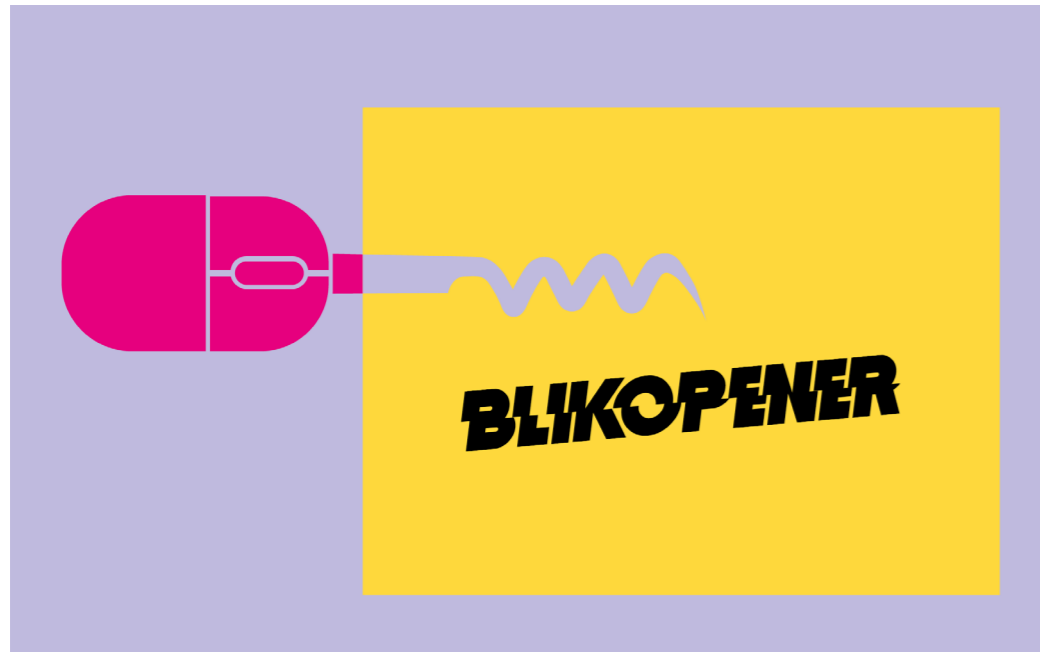
ABN AMRO

Vrouwen hebben in de kunstwereld niet dezelfde kansen als mannen. Hierdoor blijven hun verhalen onverteld en zien we in musea verhalen en beelden vanuit veelal hetzelfde perspectief. Dat dit moet veranderen is duidelijk en om dat te bewerkstelligen lanceerden we in de zomer van 2022 het onderzoeksrapport 'Een nog onverteld verhaal'. De conclusie van het rapport is onder te verdelen in drie thema's: ongelijke beloning, ongelijke representatie en onbewuste vooroordelen. Deze drie thema's samen zorgen voor ongelijke kansen van vrouwen in de beeldende kunstsector.

Website + bereik	<a href="https://womeninc.nl/onverteldverhaal/">womeninc.nl/onverteldverhaal/</a> 4.969 unieke paginaweergaven + 655 downloads vh rapport
Social media weergaven	503.683
PR aandacht (optelsom mediabereik)	21.729.897

# Maand van de Beeldvorming

MEDIA



Iedereen zou zichzelf moeten kunnen herkennen en zich gerepresenteerd voelen in de beelden en verhalen die de media ons laten zien. De media hebben hiermee een grote verantwoordelijkheid in het creëren van gelijke kansen voor iedereen. Tijdens de jaarlijkse 'Maand van de Beeldvorming' van WOMEN Inc. vragen we aandacht voor ongelijke representatie en stereotypering in de media en roepen we de media op om hun verantwoordelijkheid op dit vlak te nemen.

Dit jaar stond de publicatie 'Blikopener' centraal in de campagne. Met deze publicatie benadrukken we dat de mediawereld met een open blik in beweging is richting meer diversiteit en inclusie. Tegelijkertijd laten de feiten, cijfers en voorbeelden in het rapport zien dat de media nog niet representatief en vrij van beperkende stereotypen zijn. We hopen dat deze inhoud kan zorgen voor versnelling, zodat uiteindelijk iedereen zich gaat herkennen in de beelden om ons heen.

Om de bewustwording bij mediamakers te vergroten over de invloed van beeldvorming in de media en hen actief te betrekken bij het onderwerp, hebben we de eerste editie van het 'Groot Dictee der Inclusieve Taal' georganiseerd. Tijdens deze avond hebben we de kennis op het gebied van inclusieve taal getest onder leiding van Simone Weimans en zijn verschillende experts aan het woord gekomen. Ook lanceerden we de geüpdatete versie van onze stijlguide, met vernieuwde richtlijnen op het gebied van inclusieve taal.

### Impact en resultaten

Naast kennis hebben mediaprofessionals en media-docenten handelingsperspectief om aan de slag te gaan met het maken van meer inclusieve content. De Blikopener en de stijlguide worden gewaardeerd en gebruikt door mediaprofessionals en media-docenten.

**ALLIANTIE SAMEN WERKT HET!,  
GEFINANCIERD DOOR HET MINISTERIE  
VAN ONDERWIJS CULTUUR EN  
WETENSCHAP**

Website	<a href="https://womeninc.nl/blikopener/">womeninc.nl/blikopener/</a> 35.393 unieke paginaweergaven en 776 downloads van het rapport
Social media	1.680.384
Bezoekers 'Groot Dictee der Inclusieve Taal'	143
PR aandacht (optelsom mediabereik)	25.101.196

# Toekenning nieuwe allianties

GEZONDHEID FINANCIËN



Sinds 2018 werkt WOMEN Inc., met financiële ondersteuning van het Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap, samen met andere maatschappelijke organisaties in twee allianties: de Alliantie Samen werkt het! en de Alliantie Gezondheidszorg op Maat. We maakten gebruik van elkaars expertise en netwerk en konden zo sneller en effectiever resultaten boeken voor gendergelijkheid. Deze effectieve allianties liepen in 2022 af. Tegelijkertijd bood het ministerie opnieuw de mogelijkheid om ondersteuning aan te vragen voor nieuwe allianties.

WOMEN Inc. nam het voortouw in de ontwikkeling van twee allianties. De eerste is de voortzetting van de bestaande Alliantie Gezondheidszorg op Maat, samen met COC Nederland en Rutgers. Deze Alliantie Gezondheidszorg op Maat 2 richt zich op het stimuleren van passende zorg die rekening houdt met diversiteit in sekse, gender en seksuele oriëntatie. De tweede alliantie is de Alliantie Financieel Sterk door Werk, samen met Bureau Clara Wichmann en stichting Het Potentieel Pakken. Financieel Sterk door Werk richt zich op verbeteringen voor de duurzame financiële onafhankelijkheid van praktisch opgeleide vrouwen in de zorg, schoonmaak en kinderopvang.

### Impact en resultaten

De alliantieaanvragen voor de Alliantie Gezondheidszorg op Maat 2 en Financieel Sterk door Werk zijn beide gehonoreerd. De komende vijf jaar zal WOMEN Inc. samen met de partners weer het verschil gaan maken op het gebied van passende zorg die rekening houdt met sekse, gender en seksuele oriëntatie, en op het gebied van het vergroten van de duurzame financiële onafhankelijkheid van praktisch opgeleide vrouwen in de zorg, schoonmaak en kinderopvang.

**MINISTERIE VAN ONDERWIJS, CULTUUR  
EN WETENSCHAP**

# Manifest 'Menstruatie- en hormoongerelateerde klachten'

GEZONDHEID



Uit onderzoek van WOMEN Inc. en Motivaction blijkt dat maar liefst 77% van de vrouwen die menstrueren (zeer) veel last van menstruatieklachten hebben. Opvallend is dat jonge vrouwen met ernstige klachten minder vaak dan oudere vrouwen hulp zoeken. Ernstige klachten kunnen erop wijzen dat er sprake is van een aandoening, maar er is nog relatief weinig kennis over menstruatie- en hormoongerelateerde klachten.

Daarom bood WOMEN Inc. het Manifest Menstruatie – en hormoongerelateerde klachten aan bij de vaste Kamercommissie Volksgezondheid, Welzijn en Sport (VWS). Het manifest is ondertekend door 27 organisaties, waaronder de Nederlandse Vereniging voor Obstetrie en Gynaecologie, Netwerk Vrouwen FNV en de Endometriose Stichting, en roept de politiek op om kennishiaten rond vrouwspecifieke aandoeningen te identificeren, achterstanden zo snel mogelijk weg te werken door onderzoek en de opgedane kennis goed te implementeren in de zorgpraktijk. Minister Ernst Kuipers zei eerder dit jaar ambassadeur te zijn voor gendersensitieve zorg, waarbinnen rekening wordt gehouden met sekse en gender.

## Impact en resultaten

In de begrotingsbehandeling van 2022 is door meerdere partijen aandacht gevraagd voor kennislacunes rondom vrouwspecifieke aandoeningen, het gebrek aan gendermainstreaming in onderzoek en de noodzaak tot betere ontsluiting van kennis in de praktijk. GroenLinks diende voor kennisontsluiting rondom endometriose een amendement in van 0,5 miljoen euro dat in december 2022 is aangenomen. Daarbij werd in het commissiedebat van februari 2023 over Medische Preventie opnieuw aandacht gevraagd voor de financiering van onderzoek naar zowel vrouwspecifieke aandoeningen als het structureel borgen van aandacht voor gender- en sekseverschillen in onderzoek bij ZonMw. De Minister zegde in dit debat structurele aandacht voor beide onderwerpen toe en beloofde hier persoonlijk zorg voor te dragen.

PROJECT KENNISONTSLUITING  
GENDER EN GEZONDHEID,  
GEFINANCIERD DOOR ZONMW  
& HOLOGIC

Ondertekenaars	27 organisaties
Social media weergaven	184.972
PR aandacht (optelsom mediabereik)	920258

# Campagne 'Doorbreek de Cyclus'

GEZONDHEID



Meer dan de helft van de Nederlandse bevolking kan te maken krijgen met cyclus- en hormoongerelateerde aandoeningen. Hoewel er de laatste jaren sprake is van toenemende belangstelling voor deze vrouwspecifieke aandoeningen, is meer aandacht nog hard nodig. Daarom ontwikkelden wij een meerjarige campagne die het bewustzijn en de kennis hierover wil vergroten.

De eerste flight van deze campagne richtte zich op een levensfase waar bijna alle vrouwen klachten ervaren, maar waar we weinig over horen: de overgang. Naar schatting zijn er op dit moment 1,8 miljoen mensen in de overgang. Ongeveer 96% van deze groep ervaart klachten, waarvan 63% deze klachten als ernstig ervaart. Klachten als stemmingswisselingen, slaapstoornissen, gewrichts- en spierklachten en nachtzweeten komen veel voor en kunnen een enorme impact hebben op iemands leven.

Uit ons onderzoek blijkt dat vrouwen een grote drempel ervaren om over hun klachten te praten. Daarom ontwikkelden wij samen met reclamebureau KesselsKramer een prikkelende campagne vol persoonlijke verhalen en met een heldere call to action: 'Praat erover'. We wilden met deze campagne het gesprek op gang brengen en vrouwen aanmoedigen om zich uit te spreken. Zodat uiteindelijk de hele samenleving meer aandacht krijgt voor de impact van de overgang.

## Resultaten & impact

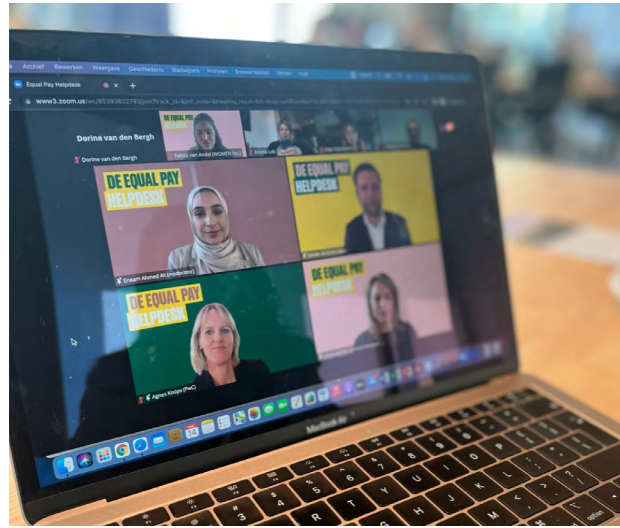
Met het bereik van de campagne is bewustzijn over de overgang aangewakkerd. De wens van de campagne was om het gesprek te starten en uit de bereikcijfers, waaronder de comments op social media (473), blijkt dat dat is gelukt.

DOORBREEK DE CYCLUS IS EEN OVERKOEPELENDE CAMPAGNE MET VERSCHILLENDE PARTNERS. HET CONCEPT EN DE STRATEGIE ZIJN GEFINANCIERD DOOR DE ALLIANTIE GEZONDHEIDSZORG OP MAAT EN HOLOGIC. DE EERSTE FLIGHT, MBT DE OVERGANG, IS GEFINANCIERD DOOR DE ALLIANTIE GEZONDHEIDSZORG OP MAAT.

Website + bereik	<a href="https://doorbreekdecyclus.nl/">doorbreekdecyclus.nl/</a> unieke paginaweergaven 26.879
Social media weergaven	731.000
PR aandacht (optelsom mediabereik)	1.950.011
Podcast	2060 downloads

# Equal Pay Day: Gelijk Beloonwijzer & Helpdesk

WERK



De loonkloof tussen vrouwen en mannen is in Nederland nog altijd 13%. Wat WOMEN Inc. betreft hebben werkgevers een cruciale rol in het dichten van deze loonkloof. Om hen te inspireren lanceerden we op Equal Pay Day de 'Gelijke Beloonwijzer'. Dit is dé tool voor werkgevers die willen zorgen voor gelijke beloning in hun organisatie. Verschillende voorlopers, zoals PwC, KIT Royal Tropical Institute en Gemeente Enschede, deelden hun ervaringen met gelijk loononderzoek. Zij geven concrete tips en handvatten om de loonkloof te onderzoeken en zo nodig aan te pakken.

"We zijn verrast om te zien dat een bepaalde afdeling gemiddeld lagere functies heeft. Tot dit onderzoek hadden we ons niet gerealiseerd dat daar de lagere functies zitten, en dat daar ook de meeste vrouwen werken. Dat was echt een eyeopener." – Oxfam Novib

Voor de lancering van de Gelijke Beloonwijzer organiseerde WOMEN Inc. een uniek evenement: de

Equal Pay Helpdesk. In een exclusieve videocall kon je, onder leiding van Enaam Ahmed Ali, al je vragen stellen over gelijk loononderzoek aan de topmanagers van PwC, Van Lanschot Kempen en Sdu. De helpdesk werd geopend door Minister van Gennip, van Sociale Zaken en Werkgelegenheid.

#### Resultaten & impact

Aangejaagd door voorlopende werkgevers, bekeken 14.015 personen de Gelijke Beloonwijzer en verkregen daarmee meer inzicht in gelijke beloning en manieren om de loonkloof te onderzoeken en zo nodig aan te pakken.

MINISTERIE VAN SOCIALE ZAKEN  
EN WERKGELEGENHEID

Helpdesk actie	110 live kijkers/vragenstellers
Social media weergaven	1.007.548
Website en tool	<a href="https://gelijkebeloonwijzer.nl">gelijkebeloonwijzer.nl</a>
PR aandacht (optelsom mediabereik)	3694886

# INCubators & LOKET Inc.

WOMEN INC. CORPORATE

#### INCubators

Het INCubator netwerk van WOMEN Inc. bestaat uit een diverse groep werkgevers die zich inzetten voor meer gendergelijkheid op de werkvloer. Met het INCubator netwerk wil WOMEN Inc. werkgevers in Nederland inspireren om versnelling te creëren rondom inclusief werkgeverschap. Sommige INCubators zijn hier al jaren mee bezig, waar anderen de eerste stappen aan het zetten zijn. Door middel van inspiratiesessies deelt WOMEN Inc. kennis met de INCubators over specifieke thema's, zoals 'genderinclusieve verlofregelingen'. Daarnaast dient het netwerk als een plek waar werkgevers elkaar kunnen vinden om ervaringen uit te wisselen uit de praktijk. Voor WOMEN Inc. is deze groep werkgevers de directe link naar de arbeidsmarkt, mede dankzij hen weten wij wat er speelt en welke behoeftes er zijn in de praktijk. Het INCubator netwerk groeide dit jaar naar 17 werkgevers.

#### INCubators

1. ABN AMRO
2. Alliander
3. EY
4. Nationale Postcode Loterij
5. Erasmus Universiteit
6. Gemeente Amsterdam
7. Amsterdam UMC
8. VGZ
9. KNVB
10. KIT Royal Tropical Institute
11. ALD Automotive
12. GasUnie
13. TotalEnergies
14. Eurofiber
15. Port of Amsterdam
16. Van Lanschot Kempen
17. Coca Cola



#### LOKET Inc.

LOKET Inc. is een label van WOMEN Inc. dat de expertise die we jarenlang hebben opgebouwd op het gebied van (onbewuste) in- en uitsluiting aanbiedt in de vorm van workshops en advieswerkzaamheden voor professionals: hoe kunnen zij bijdragen aan een inclusieve samenleving en organisatiecultuur, als mediamaker, als zorgprofessional en als werkgever?

Dit jaar is LOKET Inc. enorm gegroeid. De meeste opdrachtgevers namen de 'Inclusieve Taal workshop' af. Deze gaven we o.a. aan de communicatieafdeling van de Nederlandse Politie, de redactie van RTL, het management van Coca-Cola en bij een alumni-evenement van de Avans Hogeschool. Daarnaast organiseerden we voor verschillende opdrachtgevers themasessies om voor hen het net op te halen en een adviesrapport te schrijven. Zo organiseerden we bij Eurofiber een themasessie over gendergelijkheid op de werkvloer, bij KNVB een sessie over doorstroom en representatie, en bij Coca-Cola en VGZ sessies over werk-zorgverdeling van ouders met jonge kinderen. Ook geven we regelmatig keynotes rondom verschillende thema's. Op de jaarlijkse Positive Finance Day gaven we de keynote Gender & Financiën, en bij o.a. EY, Van Lanschot Kempen en VIA Nederland gaven we een keynote Gender & Werk.

#### Resultaten & impact

Op diverse thema's zijn kennis en bewustzijn vergroot bij de deelnemers aan de activiteiten van LOKET Inc., en hebben zij handelingsperspectief gekregen om bij te dragen aan gendergelijkheid.

Keynotes aantal / aanwezig	8 / 600
Themabijeenkomst aantal / aanwezig	7 / 180
Workshops aantal / aanwezig	15 / 500
Adviesuren	Ruim 160
Onderzoek gelijke beloning	4

# LOBBY EN COMMUNICATIEBEREIK

Eén van de speerpunten van WOMEN Inc. is het aanpakken van genderongelijkheid door systemische verbeteringen. Het afgelopen jaar heeft WOMEN Inc. de vruchten kunnen plukken van onze inspanningen. Daarnaast zijn we viral gegaan, waren we met o.a. onze succesvolle campagnes, tentoonstelling en opiniestukken heel veel zichtbaar in landelijke media en hadden we niet eerder zo veel interactie met onze achterban op social media.

## LOBBY IMPACT

### Loonkloof

Goed nieuws uit Europa: in 2022 werd een doorbraak bereikt rond de Richtlijn Beloningstransparantie. WOMEN Inc. besprak met Europarlementariërs hoe deze richtlijn eruit zou moeten zien en schreef adviezen hoe deze in Nederland geïmplementeerd zou kunnen worden. En dat mag best iets ambitieuzer dan de richtlijn voorschrijft! De overheid kan bedrijven bijvoorbeeld ondersteunen met tools rond het meten van de loonkloof en zou grote bedrijven kunnen verplichten een integraal plan rond gendergelijkheid te maken.

### Werk-zorgverdeling

Het betaald ouderschapsverlof is dit jaar een feit. En niet 50%, maar 70% betaald dankzij het nieuwe regeerakkoord. De hervorming van de kinderopvang naar een stelsel waarin ouders 96% vergoed krijgen is in gang gezet en achter de schermen denkt WOMEN Inc. mee hoe we ervoor zorgen dat ouders niet alsnog hoge kosten tegemoet zien door stijgende uurprijzen. En hoe we ervoor zorgen dat ook kinderen van ouders die niet werken gelijke kansen krijgen op kinderopvang.

### Gezondheidszorg op maat

Dit jaar werd de initiatiefnota van Ploumen over gendersensitieve gezondheidszorg behandeld in de Tweede Kamer. Minister Kuipers worp zichzelf tijdens dit debat op als ambassadeur voor gendersensitieve zorg. Daar houden we hem natuurlijk aan! Dat betekent niet alleen in woorden, maar ook in daden. We boden

Kamerleden van de vaste Kamercommissie een manifest aan namens 30 organisaties over de noodzaak van meer onderzoek naar menstruatie- en hormoongerelateerde aandoeningen. We rusten niet voordat er stappen zijn gezet om deze kennisachterstand in te halen.

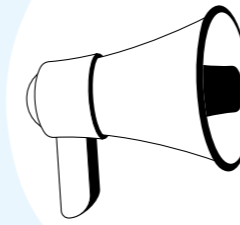
### Representatie en doorstroom van vrouwen

In 2021 is het ingroeiquote waarvoor vaststaat dat besturen van beursgenoteerde bedrijven voor minimaal een derde uit vrouwen moeten bestaan goedgekeurd door de Eerste Kamer en dit jaar is de wet ingegaan. Het quotum is een historische doorbraak om het aantal vrouwen in besluitvormende posities te laten toenemen. Maar er wordt nog niet goed gehandhaafd op deze wet, dus schreven we een opinieartikel over noodzakelijke aanvullingen op de wet. De overheid heeft streefcijfers voor de eigen organisatie ingesteld, en neemt het volledige advies van rapport Vinkenburg over en een nieuwe wet is in de maak.

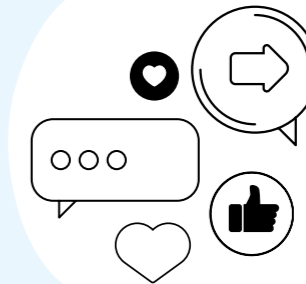
### Overheid

De nieuwe emancipatienota van Minister Dijkgraaf beschrijft mooi de noodzaak van het meenemen van de effecten op gendergelijkheid bij ál het beleid, het zogeheten gender mainstreaming. Hij beloofde dit Rijksbreed aan te pakken, maar we zijn er nog niet gerust op. Nog veel te weinig wordt hier rekening mee gehouden, of gerapporteerd in beleidsstukken. We schreven alle woordvoerders Emancipatie in de Tweede Kamer daarom voor het wetgevingsoverleg Emancipatie een duidelijke brief met mooie voorbeelden uit binnen- en buitenland. Bijna alle partijen stelden hier vragen over. Wordt vervolgd!

## COMMUNICATIE



Totaal organisch bereik  
**28.284.236**  
.....  
Unieke websitebezoekers  
**241.601**



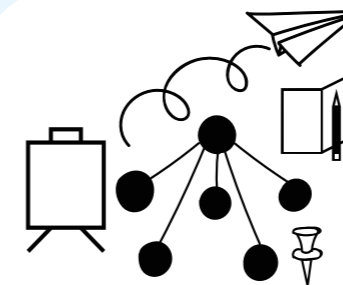
PR: WOMEN Inc. verscheen ruim **500** keer in de media  
.....  
Totaal aantal interacties **819.636**  
.....  
Totaal aantal volgers **182.062**

## EVENTS



	Deelnemers
FemTopia .....	<b>550</b>
AI Congres .....	<b>150</b>
Première Veerkracht .....	<b>42</b>
Groot Dictee der Inclusieve Taal .....	<b>143</b>
Equal Pay Helpdesk .....	<b>80</b>
AanTafel .....	<b>220</b>
Tentoonstelling Komt een mens bij de dokter ....	<b>4 miljoen</b>

## NETWERK



Funding Mothers **64**  
.....  
INCubators **17**  
.....  
Werkgeverscommunity **1080**  
.....  
Zorgprofessionals **819**

## PODCASTS



Podcasts: **67.076** x beluisterd  
WOMEN Inc. podcast ..... **25.452**  
Komt een mens bij de dokter .... **41.009**  
#ToenkMijZag ..... **615**

# 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 schrijven hier blogs of opiniestukken over, of haken aan bij acties van externe partijen.

In 2022 zijn we meerdere gefinancierde projecten gestart op onderwerpen die voorheen tot ons Thought Leadership behoorden. Terugkerende thema's binnen ons Thought Leadership waren:

## **Grensoverschrijdend gedrag**

2022 was het jaar waarin het onderwerp grensoverschrijdend gedrag hoog op de agenda stond. WOMEN Inc. was aanwezig bij de overleggen van het Nationaal actieplan tegen seksueel grensoverschrijdend gedrag en seksueel geweld. Ook vroegen we online regelmatig aandacht voor het onderwerp, bijvoorbeeld naar aanleiding van de uitzending van het BNN/VARA-programma BOOS.

## **Opkomst transfobie in Nederland**

In 2022 hebben we op verschillende manieren stilgestaan bij en aandacht gevraagd voor de opkomst van transfobie, met name in de media, bijvoorbeeld met het artikel "[Recente opiniestukken over trans vrouwen leggen bloot hoe schadelijk beeldvorming kan zijn](#)".



# PROJECTEN EN PARTNERSCHAPPEN

Om de doelstellingen voor 2030 te kunnen realiseren, zoekt WOMEN Inc. steeds actief naar samenwerkingsverbanden met verschillende fondsen, overheden, organisaties en particuliere donateurs. Naast de meerjarige partnerschappen zijn we in 2022 ook gestart met nieuwe initiatieven en projecten. Hieronder een overzicht van onze samenwerkingsverbanden:

## Gelijke Kansen in de Kunst en Cultuur (2022 – heden)

WOMEN Inc. is in 2021 een partnerschap aangegaan met ABN AMRO met als gezamenlijke missie; gelijke kansen in de kunst- en cultuursector. In datzelfde jaar zijn we een verkennend onderzoek naar gender(on)gelijkheid in de kunstwereld gestart en zijn de uitkomsten daarvan verzameld in een onderzoeksrapport dat in 2022 gelanceerd is samen met een campagne en verschillende PR-uitingen. Het onderzoek heeft door middel van deskresearch en interviews met experts uit de kunstwereld inzichtelijk gemaakt wat de huidige stand van zaken is wat betreft gendergelijkheid in de beeldende kunst. **De gevonden vormen van ongelijkheid in de kunstsector bleken onder te verdelen in drie thema's: representatie, beloning en onbewuste vooroordelen (bias). Daarnaast is uitgezocht wat er nodig is om tot gelijke kansen van vrouwen en mannen in de kunstsector te komen.**

In 2023 zullen we deze inzichten en uitkomsten **vertalen om op die manier een bijdrage te leveren aan de stap naar meer gelijke kansen in de sector. Dit gaan we doen** door de musea uit de portfolio van ABN AMRO (STRAAT Museum, Singer Laren, Stedelijk Museum en Hermitage) concrete informatie, inspiratie en handvatten aan te bieden die nodig zijn voor gelijke kansen in de sector op het gebied van beloning, representatie en onbewuste (voor)oordelen.

## V Staat Voor (2022 – heden)

In 2022 heeft WOMEN Inc. de handen ineen geslagen met In Sport We Trust, de stichting van

Barbara Barend, en Less Agency, om gelijke kansen in het voetbal te versnellen. Afgelopen jaar hebben we onderzoek gedaan naar taal, representatie en stereotypering in de mediaberichtgeving over de Eredivisie mannen vergeleken met de Eredivisie vrouwen. Hoewel het onderzoek nog niet is afgerond, **merken we nu al de directe impact.** Zo past de NOS haar artikelen nu al aan op basis van onze voorlopige resultaten. Ook onderzochten we de geldstromen en het sponsorlandschap in het voetbal voor vrouwen. Voor deze onderzoeken spraken we met sportredacties, voetbalsponsors, clubmanagers en zaakwaarnemers. Verder hebben we het afgelopen jaar ingezet op het vergroten van ons netwerk in het voetbal door middel van het aantrekken van ambassadeurs en het vinden van vervolfinanciering. In 2023 zullen de twee onderzoeksrapporten gepubliceerd worden, en zullen we verkennen hoe we het vervolg van dit project verder kunnen vormgeven.

## Alliantie Gezondheidszorg op Maat (2018 – 2022):

De Alliantie Gezondheidszorg op Maat bestond uit WOMEN Inc., Rutgers en COC Nederland en is mogelijk gemaakt met steun van het Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap. De Alliantie zette zich vijf jaar lang met succes in voor passende eerstelijns zorg die rekening houdt met sekse, gender en seksuele oriëntatie.

Er is kennis verspreid en bewustwording gecreëerd bij publiek en zorgverleners met de aansprekende campagne/website 'Komt een mens bij de dokter' en met de landelijke tentoonstelling 'Komt een mens bij de dokter/ tentoonstelling'. Samen met beroepsorganisaties zijn er kennisproducten en tools ontwikkeld, die worden gedeeld in de Toolkit 'Komt een mens bij de dokter'. Ook is bij politiek en overheid geagendeerd wat hun rol is. Dit is op verschillende manieren gedaan: met aandacht voor gendermainstreaming, extra financiering voor onderzoek en bewustwording, en met de uitspraak van minister Kuijpers om als ambassadeur op te treden voor gendersensitieve zorg.

De Alliantie heeft passende zorg die rekening houdt met sekse, gender en seksuele oriëntatie op de kaart gezet en beweging gecreëerd. De Alliantie gaat de komende vijf jaar opnieuw met steun van het Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap aan de slag, nu in de hele gezondheidszorg, met verdieping op de thema's mentale gezondheid, seksuele gezondheid en cyclus en hormoongerelateerde aandoeningen.

## Alliantie Samen werkt het! (2018 – 2022):

De Alliantie Samen werkt het! bestond uit WOMEN Inc., Movisie, Bureau Clara Wichmann, Nederlandse Vrouwen Raad en WO=MEN en is mogelijk gemaakt met steun van het Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap. De Alliantie heeft zich ingezet voor een maatschappij waarin vrouwen en mannen daadwerkelijk gelijke kansen hebben om betaalde arbeid en onbetaalde zorg te combineren.

Belangrijke mijlpalen die zijn gerealiseerd:

- Het **partnerverlof** is **uitgebreid** tot 1 week 100% betaald, en 5 weken 70% betaald;
- Er komt een **hervorming** aan van **kinderopvang**;
- **Ouderschapsverlof** wordt vanaf 2 augustus 2022 voor 70% vergoed;
- Het vrouwenquotum is een **feit**.

De Alliantie zorgde voor het versterken van vrouwenorganisaties en vrouwen. We voerden campagnes uit, zoals 'Het werkt niet!' waarbij we actief waren tijdens de verkiezingen en we werkten samen met mediamakers aan tools waarmee zij genderstereotypering kunnen doorbreken. Voor een volledig overzicht van alle resultaten, kennis en tools: kijk op de website [Ditwerktwel.nl](http://Ditwerktwel.nl), en bekijk de indringende documentaire '[Veerkracht](#)'.

## Project Kennisontsluiting Gender en Gezondheid (2019 – 2022)

In 2019 startte het Project Kennisontsluiting Gender en Gezondheid, gefinancierd door het Kennisprogramma. WOMEN Inc. vormde een

consortium samen met het Nederlands Huisartsen Genootschap, de Federatie Medisch Specialisten en Patiëntenfederatie Nederland. Samen hadden zij als doel om van binnenuit de kennisinfrastructuur van de medische zorg te verbeteren, zodat nieuwe kennis over verschillen tussen mannen en vrouwen optimaal in de praktijk terechtkomt bij de huisarts, de medisch specialist, de patiënt en in het onderwijs. De impact van het project is beschreven in het impactrapport.

## Project Arbeid en Zorg (2021 – 2022)

Dit project van 1,5 jaar werd uitgevoerd in opdracht van Ministerie Sociale Zaken en Werkgelegenheid en Ministerie Onderwijs, Cultuur en Wetenschap en is een samenwerking tussen WOMEN Inc., VDRS, Qidos en stichting Voor Werkende Ouders. Het project stond in het teken van een gezonde werk-zorg balans, waar we aan werkten samen met werkgevers én werknemers. Belangrijke onderwerpen waren de verlofregelingen zoals het uitgebreide partnerverlof, de rol van vaders in zorgtaken, flexibel werken n.a.v. arbeidsmarkt- ontwikkelingen en covid, en goede voorbeelden van bedrijven in het faciliteren van werk- zorgverdeling. We organiseerden twee werkgevers evenementen en publiceerden twee aansluitende [online werkgevers magazines](#). Daarnaast ontwikkelden we een community met bijna 30 werkgevers die in verschillende vormen hun good practices deelden. Zo namen we podcasts op, deden we interviews, en maakten we videoportretten. Voor werknemers deelden we interviews en handelingsperspectief voor vaders, en ontwikkelden we de 'Tijdbaas tool', waarmee werknemers hun werk-zorg balans inzichtelijk kunnen maken. In totaal bereikten we meer dan 2 miljoen Nederlanders, werden de magazines ruim 10.000 keer gelezen, en werden de evenementen online en live door ruim 4.500 mensen bekeken.

## Baanbrekers

Dit project wordt toegelicht in het hoofdstuk Hoogtepunten.

### Project Gelijke Beloning (2021 – 2022)

Het Project Gelijke Beloning stond in het teken van de loonkloof en kwam tot stand in opdracht van Ministerie Sociale Zaken en Werkgelegenheid (SZW). Dit project stond in het teken van de werkgever: op welke manier kunnen zij op een praktische, werkbare en kwalitatieve manier in kaart brengen of zij gelijke beloning op de werkvloer hebben. We startten met een webinar op Equal Pay Day 2021, waarbij we in een panel met werkgevers ingingen op het onderwerp en een oproep deden aan alle werkgevers in Nederland om ook aan de slag te gaan. Vervolgens hebben we met acht diverse werkgevers kwantitatief onderzoek gedaan naar hun interne gelijke beloning, en in interviews opgehaald wat volgens hen de nodige stappen en de geleerde lessen waren voor een succesvol onderzoek en implementatie van vervolgstappen. Met deze inzichten ontwikkelden we de Gelijke Beloonwijzer, een praktische tool die werkgevers op weg helpt. De Gelijke Beloonwijzer werd tijdens een webinar op Equal Pay 2022 gelanceerd, met inleiding van Minister van Gennip van Sociale Zaken. In totaal zijn de webinars ongeveer 2.000 keer bekeken.

Naast de activiteiten in dit project stond op Europees niveau het thema gelijke beloning hoog op de agenda. In het kader hiervan organiseerde Ministerie SZW onder andere een stakeholder sessie eind 2022, waar WOMEN Inc. de Gelijke Beloonwijzer presenteerde aan werkgevers, beleidsmakers, en sociale partners uit het



Campagne/website 'Gelijke Beloning'

# ORGANISATIE EN PERSONEEL

## FIXING THE SYSTEM, OOK INTERN!

### Einde pandemie

Bij de opstart van het jaar had WOMEN Inc. –net als alle organisaties in Nederland– nog te kampen met de vraag hoe de pandemie zich zou ontwikkelen en wat dat voor ons team en voor de financiële positie van de organisatie zou kunnen betekenen. Toen de pandemie in de loop van het jaar ten einde bleek, is er bij WOMEN Inc. definitief voor een werkwijze van hybride werken gekozen. Positief was dat het (gemiddelde) ziekteverzuimpercentage ten opzichte van 2021 daalde van 9,8% naar 3,8% in 2022, zo eindigden we onder het landelijk gemiddelde van 5,6%. Deze daling is deels toe te schrijven aan het einde van de landelijke Covid maatregelen. Deze maatregelen hadden op elk van onze medewerkers weer een ander effect. Voor sommige medewerkers leverde het nieuwe hybride werken vooral voordelen op, bijvoorbeeld in de combinatie werk/zorg of in het besparen van reistijd, voor anderen was de periode van de pandemie funest; videobellen met een gehoorbeperking vroeg bijvoorbeeld veel extra energie en resulteerde halverwege het jaar in een WIA uitkering en aangepaste werkwijze.

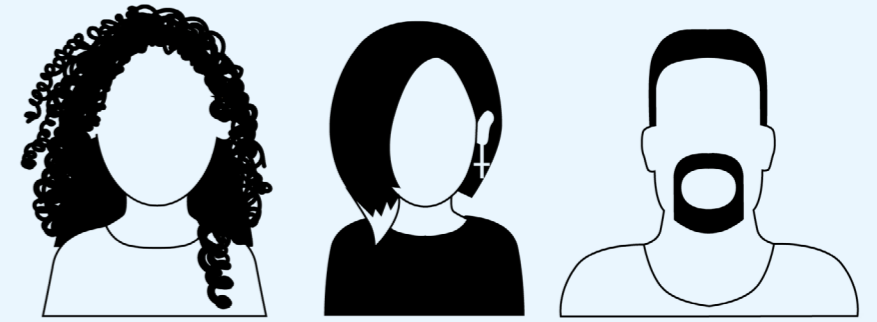
### Ontwikkeling naar een programmagerichte organisatie

In 2022 investeerde WOMEN Inc. ook in 'Fixing our own system', door de laatste stappen in te zetten naar de beoogde programmagerichte organisatie. Onze organisatiewaarden Initiatief gericht op impact, Openheid in verbinding en Professionele groei boden goede handvatten op weg naar een programmagerichte organisatie en verdere professionalisering. Deze organisatieontwikkeling is natuurlijk niet zonder slag of stoot gegaan en heeft van iedereen in 2022 extra tijd en inzet gevraagd. Maar met resultaat: de omslag in organisatiestructuur is gemaakt. Zo vormde de implementatie van de

financiële projectmodule begin 2022 de basis om het programmagericht werken technisch te ondersteunen en een belangrijke stap in professionalisering. Rond de zomer werd de definitieve omslag naar een programmagerichte organisatie gemaakt door op alle thema's een programmamanager aan te stellen die per thema strategie, acquisitie, stakeholdersmanagement, programmamanagement en woordvoering verzorgen. Om het programmagericht werken verder te ontwikkelen zijn in het najaar workshops over programmagericht uren schrijven voor de hele organisatie georganiseerd en zijn 'project reviews' gehouden om beter zicht te hebben op de realisatie van projecten. In 2023 zullen de processen, overlegstructuren en cultuuraspecten verder vorm krijgen.

### Personeel

Eind 2022 bestaat WOMEN Inc. uit een team van 28 werknemers (23,98 fte), waaronder 4 stagiaires (3,4 fte), aangevuld met 5 freelancers. Om snel en efficiënt personele wisselingen en zaken als zwangerschapsverlof op te vangen is er een flexibele schil van 5 freelancers gecreëerd, die in de loop van het jaar en in 2023 zal worden afgebouwd door waar mogelijk vaste medewerkers te betrekken. Voor een kleine organisatie als WOMEN Inc. blijven de mensen het belangrijkste kapitaal en is het realiseren van een dynamisch team met kwaliteit en continuïteit een constante puzzel. Zo bleek het invullen van veel vacatures lastig, met name op bedrijfsvoering. Ook vond er halverwege het jaar een wisseling in directie plaats op de portefeuille bedrijfsvoering. Dit vroeg om extra tijd en ruimte voor werving. Bij de vervanging is ingezet op een scherper onderscheid tussen de externe functie van Directeur Programma's en de interne focus van een nieuw Hoofd bedrijfsvoering, die is gestart in september.



### HR Visie en Beleid

Medio 2022 is het initiatief genomen voor een HR visie, die als richtlijn kan dienen om prioriteiten in beleid, maatregelen en activiteiten te bepalen. Vanuit organisatiedoelen, externe en interne ontwikkelingen zijn HR doelen voor 2022-2025 bepaald, waarop in het najaar van 2022 respectievelijk is ingezet op: zorgen voor een professionele organisatie en inclusieve bedrijfscultuur waarbij iedere werknemers zich thuis voelt; het vinden en verbinden van medewerkers aan onze organisatie; en professionele en persoonlijke groei.

### Inclusiviteit & Diversiteit (I&D)

In dit kader is er een uitgebreid nieuw onboarding traject opgezet, om nieuwe medewerkers een zachte landing te geven in de organisatie en een warm en inclusief welkom. Ook kwam er meer aandacht voor offboarding, zodat er van redenen voor vertrek meer kan worden geleerd. Het wervings- en personeelsbeleid had al een brede blik op diversiteit, waardoor bij nieuwe vacatures actief gezocht wordt naar kandidaten met diversiteitsaspecten die aanvullend aan het huidige team zijn, zoals in leeftijd, sekse, gender, culturele achtergrond, vertegenwoordiging van medewerkers vanuit het hele land, opleiding, etc. In de praktijk heeft dat erin geresulteerd dat elk team nu minimaal twee diversiteitskenmerken vertegenwoordigt. Maar omdat inclusiviteit, dat iedereen optimaal aan de organisatie kan bijdragen, voorwaarde is om een diversiteit aan medewerkers te behouden, was er in 2022 meer aandacht voor inclusiviteitsaspecten. Zowel in de werving en selectieprocedure, als ook intern, om op een constructieve manier ieders perspectieven mee te nemen in besluitvorming en overleggen, zoals met het actieteam of wisselende voorzitters in de wekelijkse 'kick-off'. In 2023 wordt de inventarisatie gemaakt naar DI&B (beloning). Al deze aspecten zullen dan ook worden meegenomen in het medewerkersbetrokkenheidsonderzoek om te weten in welke mate medewerkers zich verbonden voelen met de organisatie en hoe dat gestimuleerd kan worden. Dit heeft vanwege de wissel op directieniveau nog niet in 2022 plaatsgevonden, net als het ontwikkelen van de

RIE (Risico Inventarisatie en Evaluatie), om ons voortdurend af te blijven vragen hoe we een inclusieve en gezonde werkgever blijven voor onze medewerkers.

### Waarderingspakket, salarishuis en functiedifferentiatie

Ook maatschappelijke ontwikkelingen als inflatie, oorlog en stijgende energieprijzen waren van invloed op onze werknemers, soms heel persoonlijk, soms in hun portemonnee. Daarom is meteen toen er in september voldoende bedrijfseconomisch perspectief bleek (met de toekenning van twee alliantie aanvragen) werk gemaakt van het verzoek van het team om de primaire en secundaire arbeidsvoorwaarden onder de loep te nemen. **Ook zijn er besluiten genomen om per 2023 aan alle medewerkers een goed pakket marktconforme maatregelen voor 2023 te kunnen bieden.** Een belangrijk onderdeel van de maatregelen is de invoer **van een 38-urige werkweek om aan te sluiten** bij het veld en een aantrekkelijke organisatie te blijven. Ook zijn functieprofielen voor de verschillende teams herzien en aangepast aan de behoefte en toekomstvisie van WOMEN Inc. en de groei en ontwikkelkansen binnen de teams. Hierin zijn de taken en rollen van iedere functiegroep vastgelegd, zodat duidelijk is welke verantwoordelijkheden bij welke teams zijn belegd. Hiermee biedt WOMEN Inc. duidelijker kaders voor iedere medewerker en wordt gezorgd voor een goede samenwerking binnen en met de verschillende teams.

### Integriteit

Door maatschappelijke ontwikkelingen en gezien onze missie, vroeg ook integriteit in 2022 om extra aandacht. Een externe vertrouwenspersoon is aangesteld en op de werkvloer geïntroduceerd. Van de vertrouwenspersoon zijn geen meldingen ontvangen van ongewenst gedrag, fraude of discriminatie. En er is opnieuw een aantal belangrijke stappen gezet in integriteitsbeleid, intern en met onze partners. Onze gedragscode en de klachtenprocedure zijn aangescherpt en gepubliceerd op de website en zullen in 2023 geëvalueerd worden.

# FINANCIËN

## Resultaat 2021

WOMEN Inc. is het jaar 2021 geëindigd met een positief resultaat van € 37.668. Een resultaat waar we trots op mogen zijn en hard voor gewerkt hebben in een jaar waarin de effecten van COVID-19 nog steeds duidelijk merkbaar waren bij zowel financierders (overheden, vermogensfondsen, particulieren en corporate organisaties) als bij de uitvoering van de geplande projectactiviteiten. Met het behaalde resultaat komen we € 25.023 hoger uit dan het begrote resultaat van € 12.645 en €133.796 hoger dan het (negatieve) resultaat van 2020.

In dit hoofdstuk worden de inkomsten, uitgaven en financiële positie van WOMEN Inc. beschreven. De jaarrekening is opgesteld in overeenstemming met de Nederlandse Standaard voor Fondsenwervende Instellingen (RJ 650). Alle uitgaven worden besteed aan de door ons geformuleerde doelstellingen (baten subsidies van overheden, baten van de Nationale Postcode Loterij, baten van vermogensfondsen en baten van partnerships) en aan de dekking van de wervingskosten en de kosten van beheer en administratie. Voor het realiseren van een deel van onze doelstellingen is WOMEN Inc. penvoerder van twee allianties (Alliantie Gezondheidszorg op Maat- AGOM- en de Alliantie Samen werkt het! - ASWH-).

Deze allianties worden gefinancierd door het Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap. Omdat wij als penvoerder een verantwoordelijkheid hebben met betrekking tot de subsidies die aan de alliantieleden worden verstrekt moeten wij zowel onze eigen werkelijke uitgaven als die van onze alliantieleden in onze staat van baten & lasten verwerken. Aangezien de inkomsten en uitgaven van de alliantieleden voor dezelfde bedragen worden gerapporteerd, is er geen impact op het resultaat of het eigen vermogen van WOMEN Inc.

## Inkomsten

Over het jaar 2021 hebben we € 3.466.382 aan inkomsten gegenereerd. Ten opzichte van 2020 zijn de inkomsten gestegen met € 445.890 (14,8%) ten opzichte van de begroting zijn de baten gestegen met € 223.915 (6,9%). De stijging van 14,8% ten opzichte van 2020 wordt voornamelijk veroorzaakt door een sterke toename van baten van subsidie van overheden (€ 620K), een daling van baten van vermogensfondsen (-€94k) en een daling van de baten als tegenprestatie voor de levering van producten en/of diensten (-€ 100K). Vergelijken we de inkomsten over 2021 met de begroting 2021 dan zien we een positief verschil van € 223.915 (6,9% meer dan de begroting). De toename ten opzichte van de begroting geeft ook een toename weer van baten van subsidies van overheden (€ 140K), een afname van vermogensfondsen (-€ 21K) en een afname van de baten als tegenprestatie voor de levering van producten en/of diensten (-€ 100K). Al met al is de toename ten opzichte van 2020 en ten opzichte van de begroting toe te schrijven aan meer baten van subsidies van overheden.

In 2021 is WOMEN Inc. succesvol geweest in het behouden van diverse financieringsbronnen: 65% van overheden (2020: 52%), 26% van vermogensfondsen en de Nationale Postcode Loterij (2020: 34%) en 9% (2020: 14%) van particulieren en partnerships met bedrijven. Ten opzichte van vorig jaar heeft er een verschuiving plaatsgevonden van minder inkomsten van vermogensfondsen naar meer inkomsten van overheden. Deze trend is ook in lijn met de update van de meerjaren begroting die we eind 2021 hebben opgesteld voor de jaren 2022 - 2024. De inkomsten van particulieren en partnerships tonen een stabiele ontwikkeling en dat beeld is ook terug te zien in de meerjarenbegroting. Donor diversificatie blijft een aandachtspunt en we zijn hier, als middelgrote stichting, continu alert op. In 2022 investeren we middels de functie van programmamanager in additionele

acquisitiekracht, scherpen wij onze strategie richting vermogensfondsen en filantropie aan en gaan wij verkennen of wij onze financieringsstromen kunnen uitbreiden met bijvoorbeeld EU grants.

Conform de richtlijn RJ 650 rapporteert WOMEN Inc. in de jaarrekening op vijf inkomsten categorieën. In de staat van baten en lasten staan deze vijf inkomstenstromen, zoals ook hieronder weergegeven. In 2021 en 2022 eindigen de projectperiodes van een aantal belangrijke projecten, waaronder ook de twee allianties (Alliantie Gezondheidszorg op Maat en Alliantie samen werkt het) gefinancierd door het ministerie van OCW waar WOMEN Inc. ook penvoerder van is.

## Baten van subsidies van overheden

WOMEN Inc. was in 2021 succesvol in het acquireren van projectfinanciering van verschillende overheidsinstanties (het Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap, het Ministerie van Sociale Zaken & Werkgelegenheid en ZonMw) van in totaal € 2.221.556. Dat is € 120.314 meer dan begroot en € 600.663 meer dan in 2020. Het verschil ten opzichte van de begroting wordt vooral veroorzaakt door de nieuw geacquireerde projecten en de projectactiviteiten vanuit 2019 & 2020 die we, door COVID-19, in 2021 hebben uitgevoerd. Vanuit het Ministerie van Sociale Zaken & Werkgelegenheid hebben we financiering ontvangen voor twee projecten, namelijk: "Gelijke beloning: meten, weten en doen" en het project "Arbeid en Zorg; samen aan zet". Daarnaast hebben we ook financiering ontvangen van het ministerie van Onderwijs, Cultuur & Wetenschap voor het organiseren van een congres met als doel een stakeholder aanpak voor een gezamenlijke toekomstvisie op inclusive artificial intelligence (AI). De lopende allianties Alliantie Gezondheidszorg op Maat en Alliantie Samen werkt het! gefinancierd door het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap zorgen samen voor 73% van de totale baten van subsidies van overheden over 2021, en zijn dus een belangrijk onderdeel van WOMEN Inc. Het project de WerkUrenBerekenaar, dat is gestart in 2020, liep ook in 2021 door. Vanwege COVID-19 hebben we een deel van de projectactiviteiten niet kunnen uitvoeren en tegelijkertijd hebben uitgestelde

projectactiviteiten van de jaren 2019 & 2020 juist wel weer doorgang kunnen vinden. De projectactiviteiten die we niet hebben kunnen uitvoeren zijn al gepland in 2022. Mede door bovengenoemde nieuwe projecten heeft WOMEN Inc. meer baten in 2021 kunnen realiseren.

## Baten van vermogensfondsen

In 2021 heeft WOMEN Inc. wederom kunnen rekenen op steun van de Goldschmeding Foundation voor het project 'Inclusief Werkgeverschap' van in totaal €300.000 (74% van de totale baten van vermogensfondsen). Daarnaast hebben we ook financiering van de Bernard van Leer foundation en van het Kinderopvangfonds ontvangen voor het project 'Ouderschap & Werk' en de projecten rondom Kinderopvang. Deze eindigden grotendeels in 2021 en een deel van de activiteiten van het Kinderopvang project eindigt in het eerste kwartaal van 2022. In totaal is er € 407.588 aan inkomsten gerealiseerd in 2021, € 21.062 minder dan begroot en € 93.972 minder dan vorig jaar. Het verschil ten opzichte van het budget komt doordat we ons acquisitietarget op vermogensfondsen niet hebben gehaald in 2021. 2021 was voor ons project 'Inclusief Werkgeverschap' met financiering van de Goldschmeding Foundation ook het laatste projectjaar van dit vermogensfonds.

## Baten van loterijorganisaties

WOMEN Inc. wordt al sinds 2012 gesteund door de Nationale Postcode Loterij met een jaarlijkse ongeoordeelde bijdrage van €500.000. Dankzij de deelnemers van de Nationale Postcode Loterij kunnen wij ons blijven inzetten voor kansenongelijkheid. We richten ons met de steun van de Nationale Postcode Loterij op de gewenste systeemverandering via enerzijds bewustwordingscampagnes, verspreiden van beschikbare kennis en tools richting vrouwen en anderzijds op de samenwerking met bedrijven en organisaties (meso) en beïnvloeding op overheids (macro)niveau.

## Baten als tegenprestatie voor de levering van producten en/of diensten

Deze inkomstenstroom bestaat uit inkomsten die we ontvangen van organisaties uit diverse sectoren zoals bijvoorbeeld het bedrijfsleven, maatschappelijke organisaties en ministeries. WOMEN Inc. krijgt van deze organisaties een

opdracht voor levering van een bepaalde dienst of product. Dat kan een LOKET Inc. workshop of adviestraject zijn of een specifieke opdracht vanuit de overheid. In 2021 hebben we een totaal aan inkomsten van € 194.711 hieruit ontvangen. Ten opzichte van de begroting 2021 hebben we € 100.241 meer aan inkomsten ontvangen, dit verschil wordt vooral veroorzaakt door onze samenwerking met Hologic (€ 44K) en verschillende opdrachten van diverse bedrijven, stichtingen en overheden. Voor LOKET Inc. opdrachten hebben we in 2021 een totaal bedrag van € 74.000 ontvangen (38%).

#### **Baten van particulieren & bedrijven**

In 2021 hebben we €142.527 ontvangen aan ontvangsten van particulieren en bedrijven, dit is lijn met de de begrote inkomsten van baten van particulieren en bedrijven van € 138.050 en € 19.510 meer dan de inkomsten over 2020. Van de totale baten van particulieren en bedrijven hebben we 53% (€ 76.032) ontvangen van onze 66 Funding Mothers. Middels het Funding Mothers programma kunnen particulieren door middel van een eenmalige of periodieke schenking WOMEN Inc. steunen in het versnellen van emancipatie in Nederland. Wij informeren onze donateurs over onze lopende projecten, over behaalde resultaten of successen en nodigen hen uit voor diverse on- en offline activiteiten. Naast deze particuliere groep van donateurs hebben we ook 14 corporate partners aan WOMEN Inc. kunnen verbinden, onze INCubators, voor een totaalbedrag van € 66.250.

#### **Direct besteed aan doelstellingen**

Van de totale bestedingen van € 3,4 mln wordt € 3,3 mln direct besteed aan de doelstellingen, dat is 96%, in 2020 was dit 92%. Hiermee voldoen we in 2021 aan de richtlijn van het CBF dat het percentage doelbesteding als percentage van de totale lasten, gerekend over de afgelopen drie jaar gemiddeld minimaal 70% bedraagt. Omdat we in 2021 relatief meer projectactiviteiten hebben kunnen uitvoeren dan in 2020 is dit percentage ook hoger dan in 2020.

#### **Beheer- en administratiekosten**

De kosten voor beheer en administratie komen eind 2021 uit op een totaalbedrag van € 77.170, 58% minder dan in 2020 (€ 185.803). De beheer en administratie kosten komen hierdoor uit op

2,2% van de totale kosten (2020: 6%). Hiermee hebben wij onze doelstelling van maximaal 2% gehaald.

#### **Wervingskosten**

De wervingskosten over 2021 (€49.966) zijn lager dan de begrote wervingskosten (€ 58.000) en de wervingskosten 2020 (€ 53.999). Het percentage van de wervingskosten ten opzichte van de totale kosten was in 2021 1,4% (2020: 1,8%), met dit percentage voldoen we aan onze streefpercentage van maximaal 3%.

#### **Liquiditeit**

Eind 2021 zijn de liquide middelen € 1,7 miljoen. Dit is ruim voldoende om aan korte termijn verplichtingen te voldoen. WOMEN Inc. doet niet aan beleggingen. We brengen een eventueel surplus aan liquiditeit onder in de deposito's op onze bankrekeningen.

#### **Reserveopbouw**

De directie van WOMEN Inc. heeft als beleid dat de organisatie reserves van zodanige omvang heeft dat deze haar in staat stellen bij het wegvallen van alle inkomsten 7 tot 8 maanden haar werkzaamheden te kunnen voortzetten. De reservepositie is bedoeld om de continuïteit van de organisatie te waarborgen en risico's op te vangen. De onder- en bovengrens en het vormen van een dergelijke reserve zijn in overeenstemming met de Richtlijn Reserves Goede Doelen van het VFI en het reglement CBF-Keur, waarbij een maximale reservering van 18 maanden van de jaarlijkse kosten wordt aangegeven. WOMEN Inc. heeft een gezonde vermogenspositie van € 741.154 (1-1-2021) hetgeen overeenkomt met 7,1 maanden van de vaste operationele kosten. De reservepositie van WOMEN Inc. bestaat uit zowel een algemene- als een continuïteitsreserve. Door het positieve resultaat van € 37.668 komt de reservepositie per 31-12-2021 uit op een bedrag van in totaal € 778.822 hetgeen overeenkomt met 7,4 maanden van de vaste operationele kosten. De directie streeft er dan ook naar de omvang van de continuïteitsreserve te behouden en de komende jaren te laten groeien richting de bovengrens van 8 maanden.

#### **2022 EN VERDER**

In de begroting van 2022 gaan we uit van € 3.600.000 aan inkomsten. Van dit bedrag hebben we € 683.164 (19%) nog niet geacquireerd. Een groot deel van dit bedrag is de target van baten van vermogensfondsen van €490.000 (72%). Het verwachte resultaat over 2022 is € 10.000, hierbij zijn we uit zijn gegaan van een organisatiebegroting die niet alleen rekening houdt met hybride werken maar ook rekening houdt met de investeringen op het gebied van extra acquisitiekracht de komende jaren.

Onze grootste uitdaging voor 2022 ligt op het gebied van acquisitie richting vermogensfondsen. De afgelopen jaren is WOMEN Inc. succesvol geweest in fondsenwerving met name vanuit het Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap. De komende jaren lopen een aantal grote programma's en projecten af waardoor we in 2022 en 2023 volop moeten inzetten op acquisitiekracht. Tot en met 2022 zijn we vanuit het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap verzekerd van voldoende financiering. Deze 5 jarige programma's, Alliantie Gezondheidszorg Op Maat en Alliantie Samen Werkt Het!, die een groot deel van het beschikbare budget vormen, eindigen beide in 2022. Momenteel zitten wij in de aanvraagprocedure voor de aanvraag van twee nieuwe allianties.

Financiering van onze activiteiten is deels afhankelijk van overheidsbeleid en - financiering. Successen van nu geven geen garantie voor de toekomst. Daarom zijn we in 2021 al begonnen met een organisatie die flexibel kan inspelen op fluctuaties in inkomsten en zich snel kan aanpassen aan veranderende omstandigheden. In 2021 hebben we onze meerjarenbegroting ook aangepast en opgesteld in verschillende scenario's zodat we tijdig kunnen anticiperen op mogelijke meevallers en/of tegenslagen. Additioneel gaan we, zoals ook vermeldt in ons jaarplan 2022, extra investeren in acquisitiekracht en onze strategie richting vermogensfondsen, filantropie en EU Grants aanscherpen. We investeren in 2022 in 2 additionele Programmamanagers die samen met de Directie en de Coördinator Impact de acquisitie kracht van WOMEN Inc vormen.

Daarnaast zijn onze partners ook belangrijk voor onze onafhankelijk slagkracht. We proberen continu met verschillende 'soorten' partners de samenwerking op te zoeken.

#### **Governance en risicomanagement**

De statutaire verantwoordelijkheid van WOMEN Inc. is belegd bij de Directeur-bestuurder en de Raad van Toezicht houdt integraal toezicht op het beleid van de Directeur-bestuurder en op de algemene gang van zaken. De drieledige Raad van Toezicht staat de Directeur-bestuurder met gevraagd en ongevraagd advies terzijde. De toezichtstijl is om toe te zien of met de beschikbare mensen en middelen de optimale impact op de missie wordt behaald, of de (juiste) stakeholders daarbij voldoende worden betrokken en daarbij de risico's en kansen voldoende worden gemonitord. Daarbij vindt er een jaarlijkse evaluatie plaats van het functioneren van de directeur-bestuurder en de RvT. De dagelijkse aansturing van de organisatie is in handen van een driekoppige directie, voorgezeten door de Directeur-bestuurder en daarnaast de directeur Bedrijfsvoering en de directeur Strategie en Communicatie.

Risicomanagement binnen WOMEN Inc. is niet alleen verankerd in de governance structuur maar ook in het takenpakket van een aantal functies en additioneel worden risico's en kansen besproken in de overlegstructuren. Denk hierbij aan overleggen zoals: het tweewekelijks directieteam overleg, het acquisitie overleg en het kwartaal directieoverleg met de coördinatoren van de verschillende afdelingen. Met name op de volgende punten houden we onze risico's en kansen scherp in de gaten. Daarbij vormen de geformuleerde impact doelstellingen van onze in 2020 opgestelde Theory of Change ook in 2021 de belangrijkste leidraad van het continue alert zijn op zowel de risico's als kansen die zich voordoen intern maar vooral extern.

Voor alles is het belangrijk dat WOMEN Inc. haar onafhankelijke positie behoudt, ook in de relatie met opdrachtgevers en partners, zowel vanuit inhoudelijk als financieel (inkomsten) uitgangspunt. We streven altijd naar een divers en breed palet aan partners. Het belang van donordiversificatie hebben we onder 2022 en verder reeds toegelicht. Ook zijn de

ongeoormerkte baten, zoals de baten die we ontvangen van de Nationale Postcode loterij van cruciaal belang als wij ons 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.

WOMEN Inc. monitort voortdurend haar reputatie en die van de samenwerkingspartners en opdrachtgevers. Dit doen we door alle publicaties en social media-uitingen continue te monitoren en we zijn zeer actief op het gebied van relatiebeheer. Onze naam, oftewel ons merk, is naast onze medewerkers ons belangrijkste 'kapitaal'. Monitoren gebeurt oa door onze PR- en social media specialisten, de Directie en wordt in diverse vaste overleggen besproken. Daarnaast zijn meerdere functies binnen WOMEN Inc. betrokken bij relatiebeheer van zowel (samenwerkings) partners als donoren, zoals bijvoorbeeld de Programmamanager maar ook de Projectleiders binnen bestaande projecten. Terugkijkend op 2021 is geen sprake geweest van serieuze reputatierisico of -schade.

WOMEN Inc. belegt niet in aandelen of andersoortige beleggingen en hanteert een risicomijdend vermogensbeleid. Het enige risico dat we lopen is het oplopen van de negatieve rente.

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 (zoals die door een pandemie veroorzaakt kan worden) en de afhankelijkheid van de gendersensitiviteit van het (of een nieuw) kabinet. De directie van WOMEN Inc. en onze stakeholdermanagers op het gebied van beleidsbeïnvloeding (macro) zijn continu alert hoe politieke, economische of maatschappelijke ontwikkelingen zich tegen of voor onze missie kunnen ontwikkelen en op welke wijze wij snel en adequaat kunnen te reageren. Dit is ook een duidelijk onderdeel van onze Theory of Change.

# GOVERNANCE, BESTUUR EN RAAD VAN TOEZICHT

## **Samenstelling Bestuur en Raad van Toezicht**

Ook in 2022 is oprichter Jannet Vaessen als directeur-bestuurder statutair verantwoordelijk voor de organisatie. Zij vormt sinds medio 2019 het directieteam met directeur Programma's (voorheen directeur Strategie en Communicatie): Emma Lok. Op de directie portefeuille bedrijfsvoering heeft halverwege het jaar een wisseling plaatsgevonden; Deze functie werd tot en met juni 2022 vervuld door Tamara Smits en per september 2022 ingevuld door Hoofd Bedrijfsvoering Inke Thakoersingh. Beide zijn middels een open sollicitatieprocedure betrokken, met werving- en selectiebureau Colourful People.

Voorzitter Jacobina Brinkman vormt in 2022 de Raad van Toezicht van WOMEN Inc. samen met de leden Sandra Dol, Michael Kembel en Jeffrey van Meerkerk. In 2022 bestaat de Raad van Toezicht dus voor de helft uit vrouwen en voor de helft uit mannen. In de laatste Raad van Toezicht vergadering van 2022 is afscheid genomen van Sandra Dol, zij heeft, eerst als bestuurslid en daarna als toezichthouder, een grote bijdrage geleverd aan de positionering en communicatie van WOMEN Inc. In 2023 zal zij vervangen worden.

## **Bezoldigingsbeleid (VET/BSD) en belangenverstrengeling**

Alle Raad van Toezichtleden voeren hun rol onbezoldigd uit. Bij de jaarlijkse toetsing van de cv's van onze toezichthouders is geen belangenverstrengeling geconstateerd. Elk jaar controleren we de vergoedingen voor onze directie en 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. Naast de WNT-regeling wordt voor de bezoldiging van onze directie de Regeling Beloning Directeuren

van goede doelenorganisaties nageleefd. Ook in 2022 is het salaris van de directeur-bestuurder met deze BSD-score getoetst. Dit is een voorwaarde voor het CBF-keurmerk, waarover WOMEN Inc. beschikt.

## **Raad van Toezicht – Vergaderingen en uitwisseling**

Bestuur en Raad van Toezicht kwamen in 2022 vier keer formeel en fysiek samen. Uiteraard werden in de vergaderingen de jaarrekening en managementletter van 2021 vastgesteld en in het najaar de jaarbegroting van 2023. Verder werd in het voorjaar –in de nadagen van corona- in de vergaderingen gesproken over hybride werken en passende aanpassingen in secundaire arbeidsvoorwaarden. In het najaar ook over de kaders voor de aanpassing van de primaire arbeidsvoorwaarden, nadat deze gedeeltelijk 'on hold' waren gezet ten tijde van de pandemie, mede geagendeerd door de werkorganisatie en het interne actieteam. Ook werd in 2022, in lijn met de CBF eisen, integriteitsbeleid vastgesteld, voegde de Raad van Toezicht integriteit (bij meldingen) als een vast agendapunt op de agenda toe en tekenden de toezichthouders ook zelf de gedragscode, die ook voor partners werd ontwikkeld. Ook de accountantswissel vroeg extra aandacht. De oude accountant NAHV verzorgde nog de projectcontroles, waaronder de twee vijfjarige alliantieafrekeningen, terwijl de samenstelling van de jaarrekening door de nieuwe accountant With is uitgevoerd. Tevens werd tussen de Raad van Toezicht vergaderingen door intensiever met voorzitter en toezichthouders gesproken over een toekomstgericht directiemodel, mede door de directiewissel halverwege het jaar op de portefeuille bedrijfsvoering.

Bij de bijzondere jaarvergadering in november werd –midterm- uitgewisseld over de Meerjarengroeistrategie (2020–2025) en dan

met name over de kansen en risico's van het huidige groeibeeld en van donordiversificatie. Wat vraagt onze multi-partner en multi-stakeholder aanpak van onze kleine organisatie? Wat is er nodig om de financieringsstromen, fondsen en bedrijfsleven verder te laten groeien? En welke capaciteit en expertise moet daarvoor in de organisatie worden aangevuld? In 2022 werd gestart met het ontwikkelen van partnerbeleid, om de processen in de organisatie verder in te regelen die horen bij het werken met een diversiteit aan stakeholders en bij ons groeiende bereik en de steeds groter wordende impact van onze acties. Mede hierom werd in 2022 ook een crisiscommunicatieplan ontwikkeld.

## **Maatschappelijk verantwoord ondernemen**

Met ons maatschappelijk doel om gender equality in 2030 in Nederland te bereiken, spannen we ons met onze programma's extern duidelijk in voor een sociaal-maatschappelijk doel. Daarbij betrekken we actief externe stakeholders, zoals bedrijven, overheden, vrouwen, (sociale) media. Als werkgever monitoren we actief onze eigen organisatie ook op de doelen die we extern bepleiten: diversiteit in representatie, werk en zorgcombinaties mogelijk maken, loonverschil. Onze medewerkers spreken directie daar ook op aan, via bijvoorbeeld het actieteam. In een kleine organisatie is het niet altijd mogelijk om aan alle doelen en diversiteitsaspecten tegelijk te voldoen. Waar we eerder gericht diversiteitsbeleid en targets voerden op gender, afkomst en leeftijd, maakten we een omslag naar Equality, Inclusiviteit en Beloning –voorwaarden voor diversiteit- waardoor alle medewerkers zich uitgenodigd en veilig voelen om bij te dragen. In 2023 zullen we hier beleid op ontwikkelen, eerst gericht op het team, in een volgende fase op alle stakeholders, zoals partners en leveranciers. Op groene duurzaamheidsaspecten hebben we nog geen beleid, maar is er wel sprake van awarenes

bij de medewerkers, zoals rond de inkoop van de lunchproducten en menstruatieproducten, wordt er waar mogelijk papierenloos gewerkt en huren we een pand met AA energielabel.

## **Verantwoordingsverklaring**

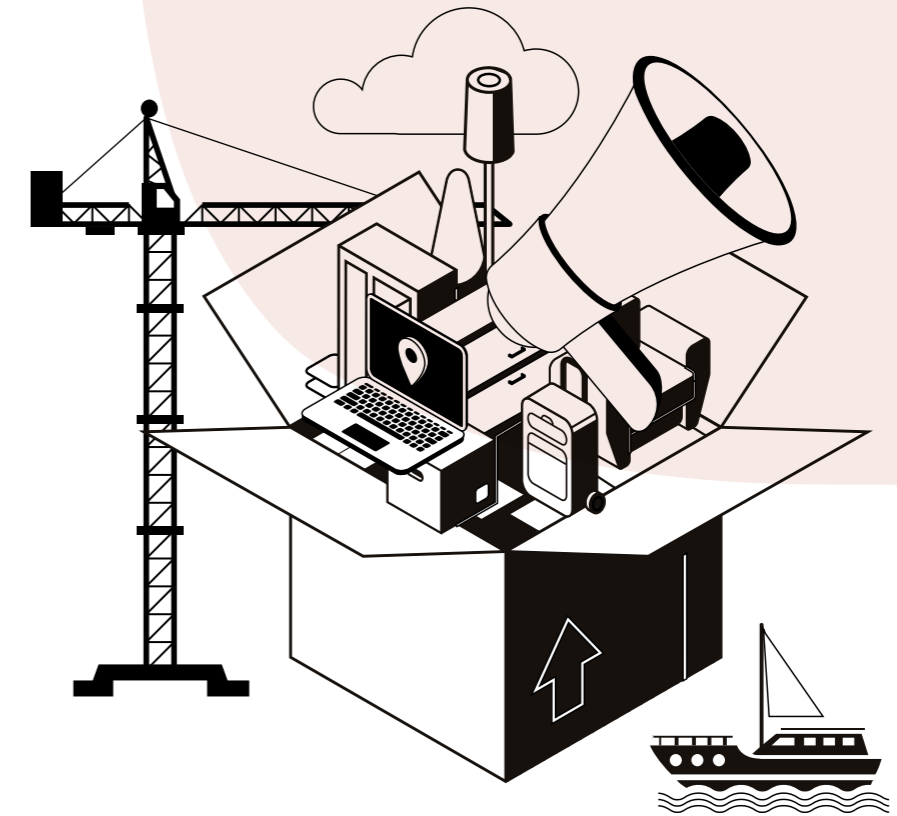
De Raad van Toezicht en directeur-bestuurder Jannet Vaessen stellen vast dat de jaarverslaglegging en jaarrekening over 2022 is gebeurd volgens de Richtlijn 650 Fondsenwervende Instellingen. De beschikbare middelen zijn in 2022 efficiënt en effectief besteed. In dit jaarverslag wordt beschreven welke activiteiten als Algemeen Nut Beogende Instelling zijn besteed aan de doelstelling. In de jaarrekening wordt beschreven dat meer dan 90% van de inkomsten aan de doelstelling wordt besteed: aan activiteiten die zich richten op het bevorderen van gelijke kansen voor iedereen, ongeacht sekse en gender met een focus op de kansen van vrouwen in Nederland, op thema's Financiën, Gezondheid, Werk, Media.

# COLOFON

Stichting WOMEN Inc.  
 Koivistokade 54-III  
 1013 BB Amsterdam  
 020 7884231  
 info@womeninc.nl  
 www.womeninc.nl

© WOMEN Inc. 2023

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.





WOMEN  
INC  
●