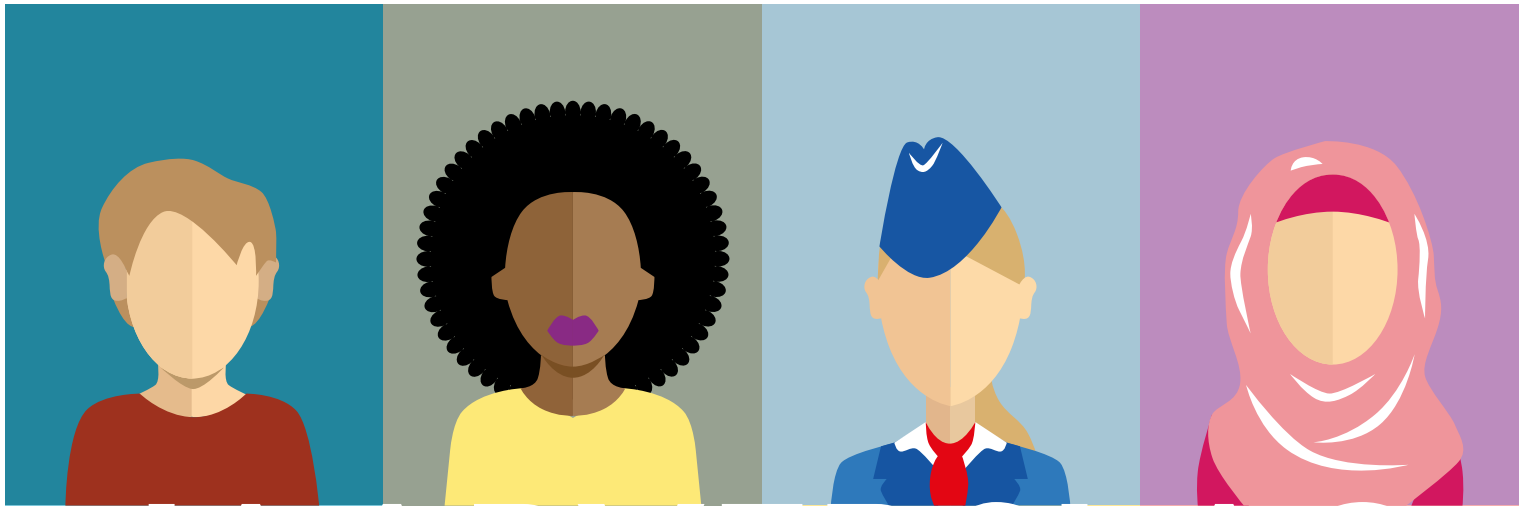
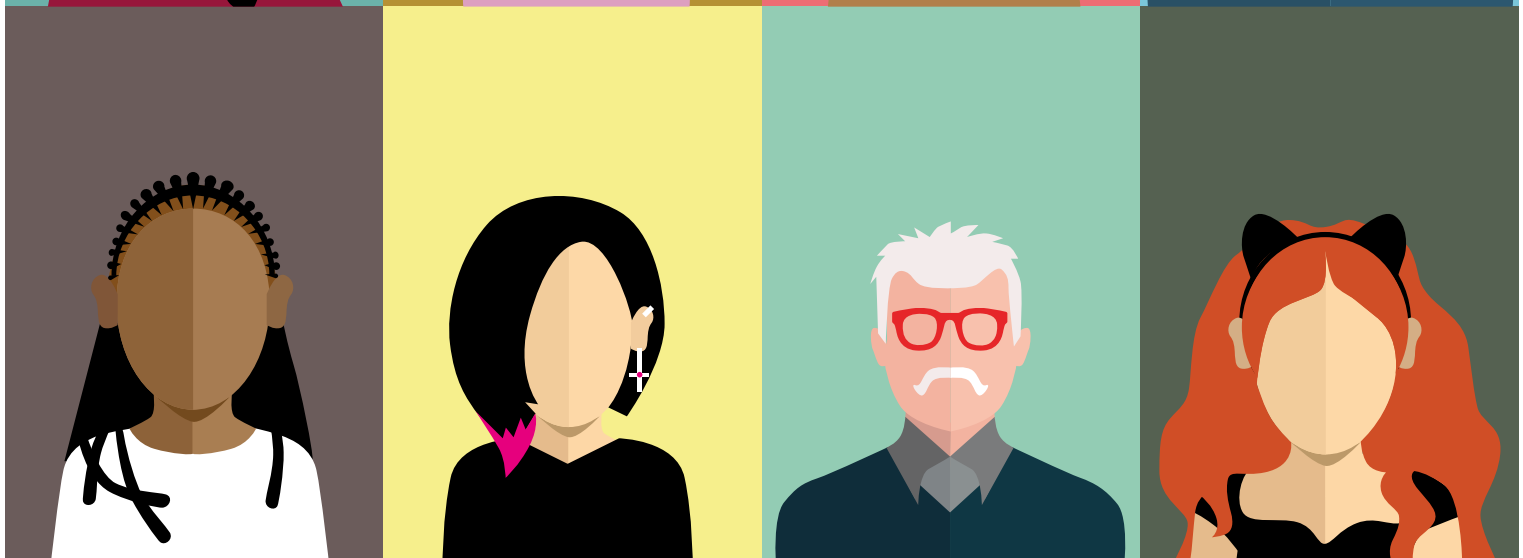
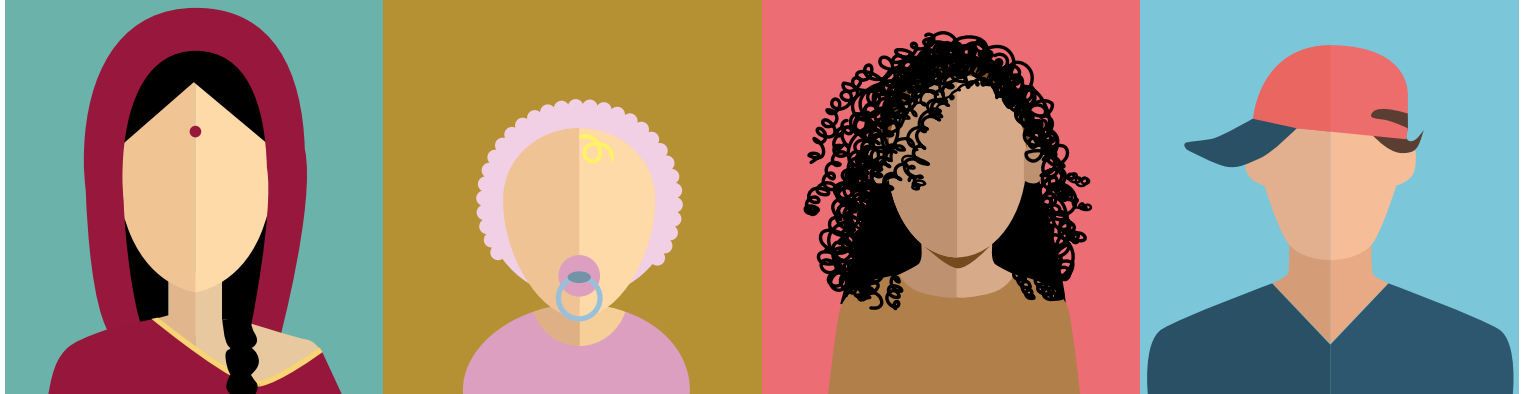




JAARVERSLAG



2018



Inhoudsopgave

Voorwoord	2
Focuspunten 2018	3
Campagnes	5
Missie, visie en doelstellingen	6
Strategische aanpak en unieke werkwijze	7
Action Leadership	10
Alliantie Gezondheidszorg op Maat	11
Alliantie Samen werkt het!	13
Coalitie Beeldvorming in de Media	16
Coalitie Migraine	19
Coalitie Vaderschapsverlof / Project Ouders & Werk	22
Coalitie Zwangerschapsregister	24
Project Actieplan Financiële Zelfredzaamheid	25
Project Aanpak Loonkloof	26
Project Lab Toekomstige Generaties	30
Project Financieel Bewust & Weerbaar	31
Project De route naar Inclusief Werkgeverschap	32
Project Kennisontsluiting Gender & Gezondheid	33
Project Vitaliteit op de Werkvloer	34
Project WerkZorgBerekenaar	36
Coördinator SDG 5 en SDG 10	38
Project De tafel van één	39
Thought Leadership	40
Impact van ons werk	42
Funding Mothers netwerk en landelijke aanwezigheid	43
Verslag van het bestuur	45
Organisatie en personeel	47
Financiën en partnerships	49
Ons bereik	52



Voorwoord

Jaar van groei, investering en structurering

Het jaar 2018 was voor WOMEN Inc. een jaar van groei, investering en structurering.

We hebben de voorwaarden gecreëerd om volgende stappen te zetten in groei en versnelling op het realiseren van gender equality in Nederland. In de vorm van succesvolle fondsenwerving bij een grote diversiteit aan partners, hogere omzet, de groei van ons donateurs netwerk van Funding Mothers en netwerk van regionale ambassadeurs. We vergrootten daarnaast ons maatschappelijk draagvlak door het initiëren van nieuwe strategische allianties en coalities. En dankzij onze campagnes en social media acties boekten we ook groei in (media)bereik en mediawaarde.

Tevens investeerden we in strategie-ontwikkeling, in het WOMEN Inc. team en in de professionalisering van de backoffice van de organisatie.

In dit jaarverslag gaan we in op de focuspunten, onze strategische aanpak en de highlights van de verschillende programmalijnen en de belangrijkste behaalde resultaten in 2018.

Bij het initiëren van nieuwe activiteiten en het vormgeven van deze programmalijnen zijn onze missie, visie en de gestelde doelstellingen voor 2025 altijd leidend geweest. Deze zullen uiteraard ook aan de orde komen.

Directie WOMEN Inc.

Jannet Vaessen, Christine Swart en Nienke Hagenbeek



Focuspunten 2018

Draagvlak vergroten door nieuwe samenwerkingen

Het ministerie van Buitenlandse Zaken heeft WOMEN Inc. gevraagd om samen met WO=MEN de SDG 5 (*gender equality*) te coördineren. Dat wil zeggen alle bestaande projecten en allianties op dit thema aan elkaar te verbinden om versnelling rondom deze SDG in Nederland te realiseren. Daarnaast vervult WOMEN Inc. diezelfde rol voor SDG 10 (*reduce inequalities*), om meer in het algemeen sociale ongelijkheid in Nederland terug te dringen en sociale cohesie te bevorderen. Deze werkzaamheden versterken de positie van WOMEN Inc. als changemaker op deze SDG's en worden vanuit eigen middelen gefinancierd.

2018 was ook het jaar van de start van twee grote, vijfjarige strategische allianties waarvan WOMEN Inc. penvoerder is. Beide allianties worden gefinancierd door het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap (OCW). De Alliantie Samen werkt het!, bestaande uit Movisie, Bureau Clara Wichmann, WO=MEN, de Nederlandse Vrouwen Raad en WOMEN Inc., streeft naar een maatschappij waarin vrouwen en mannen daadwerkelijk gelijke kansen krijgen om betaalde arbeid en onbetaalde zorg te combineren. De Alliantie heeft daarbij een focus op vrouwen in een financieel kwetsbare situatie en het doorbreken van stereotiepe beeldvorming. De Alliantie Gezondheidszorg op Maat, gevormd door COC Nederland, Rutgers en WOMEN Inc., gaat uit van het principe dat iedere patiënt anders is en dat daarmee diversiteit de norm zou moeten zijn in de spreekkamer, voor zorgprofessionals en patiënten. Door deze nieuwe samenwerkingen hebben we onze voorlopersrol in het smeden van innovatieve multi-stakeholder allianties/coalities weten te verzilveren en onze slagkracht kunnen vergroten.

Uitbreiding Funding Mothers netwerk en landelijke aanwezigheid

Afgelopen jaar is extra geïnvesteerd in het Funding Mothers Netwerk, ons particuliere donateurs netwerk bestaande uit toonaangevende vrouwen die staan voor verandering en geloven in de missie van WOMEN Inc. Deze nieuwe aanpak heeft erin geresulteerd dat Funding Mothers zich nu voor minimaal 5 jaar (financieel) verbinden aan WOMEN Inc. in plaats van een eenmalige donatie. Eind 2018 bestond het Funding Mothers netwerk uit ruim 30 vrouwen. Daarnaast zegden 20 vrouwen toe om met ingang van 2019 WOMEN Inc. te willen steunen. Voor het vergroten van onze landelijke aanwezigheid is ook dit jaar weer actief samengewerkt met het netwerk van regionale WOMEN Inc. ambassadeurs: onze ogen en oren in het land. In 2018 waren er 16 ambassadeurs actief, verspreid over het hele land.

Programmatische werkwijze

In 2018 zijn we gestart met programmatisch werken. De interne organisatie is hier ook op aangepast. We startten met 11 programmalijnen en door succesvolle fondsenwerving is dit aantal uitgebreid naar in totaal 18 programmalijnen.

Inzicht krijgen in de impact van onze interventies

Eind 2017 heeft WOMEN Inc. expertise op het realiseren en meten van impact aan het team toegevoegd. Daarnaast wordt sindsdien nauw samengewerkt met externe partijen om de impact van ons werk te monitoren. Voor diverse programmalijnen is in 2018 een impacttraamwerk en monitoringsplan opgesteld en uitgevoerd.

Professionalisering & strategieontwikkeling

In 2018 namen we ons voor om onze visie op onze thema's (geld, gezondheid en beeldvorming) verder aan te scherpen en zochten we naar het juiste evenwicht en samenhang tussen onze agenderende- en netwerkstrategie. In 2019 gaan we daartoe een Theory of Change opstellen voor de strategische koers van WOMEN Inc. voor de periode 2020 tot en met 2030.

Een professionalisering die passend is bij de omvang en omzet van de grote speler die WOMEN Inc. dertien jaar na oprichting is geworden.

In 2018 groeide onze organisatie door naar 14,3 fte met een omzet van circa 3 miljoen. Daarom heeft het bestuur begin 2018 de verkenning ingezet voor een transformatie naar een nieuw governance model, in lijn met de principes van de SBF Gedragscode voor Goed Bestuur voor Goede Doelen (voorheen Code Wijffels). Eind 2018 is besloten om in 2019 de transitie in te zetten naar een Raad van Toezicht - model.

Uitbreiding financiële partners

We hebben afgelopen jaar naast een aantal vaste partners als ministerie van OCW, Nationale Postcode Loterij, Bernard van Leer Foundation en Instituut Gak, ook nieuwe partners aan ons verbonden. Vermogensfondsen als de Goldschmeding Foundation, maar ook commerciële partijen als Coca Cola en Aegon en publieke instituten en semi-overheidsinstellingen als Bijwerkingencentrum Lareb en ZonMw herkennen zich in onze missie en werkten met ons samen. Juist deze diversiteit aan partners laat zien hoe we het belang van onze missie hebben verankerd in vele domeinen van de samenleving. Dit geeft ons de onafhankelijke en sterke positie om *Thought & Action Leader op gender equality* in Nederland te zijn en te blijven.

Campagnes



Campagne Maak van migraine een hoofdzaak



Campagne WerkZorgBerekenaar



Campagne #BeperktZicht



Campagne "Waar is mijn €300.000,-?"

Missie, visie en doelstellingen

Stichting WOMEN Inc. is een Algemeen Nut Beogende Instelling. Dat houdt in dat we geen winstoogmerk hebben en minimaal 90% van onze uitgaven het algemeen nut dienen. De missie van WOMEN Inc. luidt dat “het voor je kansen niet uitmaakt of je een meisje of een jongen bent”. Dat is nu wel het geval, ook in Nederland. Sterker nog, ons land begint internationaal flink achter te lopen in vergelijking met andere welvarende landen. WOMEN Inc. streeft daarom naar een wereld waarin vrouwen gelijkwaardig zijn aan mannen. Waar vrouwen volwaardig participeren in de samenleving en waar iedereen gelijke kansen heeft. Dit komt niet alleen vrouwen ten goede, maar versterkt de samenleving in al haar facetten: haar economie en kennisniveau, welzijn en cultuur, veerkracht en potentie.

Vanuit onze missie hebben we een visie geformuleerd die uitgaat van het vergroten van kansen van vrouwen in Nederland op de thema's Geld, Gezondheid en Beeldvorming. Dit doen we door vrouwen zelf aan te spreken en onderwerpen breder maatschappelijk op de agenda te zetten, bij politici, media, bedrijfsleven, instituten, wetenschappers en overheden. In lijn met deze visie presenteren we tijdens ons tienjarig bestaan in 2015 onze doelstellingen voor 2025:

Doelstelling thema Geld: de positie van vrouwen op de arbeidsmarkt is verbeterd waardoor haar financiële positie sterker is.

- Minimaal 65% van de vrouwen in Nederland is financieel weerbaar: zij zijn in staat om een toereikend inkomen te verdienen. Vrouwen zijn zich daarbij bewust van de sleutelmomenten in hun leven en de keuzes die zij daarbij (kunnen) maken, waaronder de opbouw van pensioen
- Er is een gelijke verdeling van werk- en zorgtaken tussen mannen en vrouwen
- De loonkloof is gedicht: het verschil tussen mannen en vrouwen is 0%
- Het aantal vrouwen in besluitvormende posities is gestegen naar 50%

Doelstelling thema Gezondheid: de gezondheidszorg is gendersensitief.

- Patiënten en professionals houden rekening met sekse en gender in de gezondheidszorg. Vrouwen vragen om passende zorg en zorgprofessionals kunnen passende zorg bieden
- Er is aandacht voor vrouwspecifieke levensfasen in de breedte van de zorg: bij de huisarts, de specialist en de bedrijfsarts
- In gezondheidsonderzoek worden sekse en gender standaard meegenomen
- Sekse en gender zijn opgenomen in opleidingen en in de kwaliteitsstandaarden

Doelstelling thema Beeldvorming: de media doorbreken stereotypering en sociale normen over traditionele rolverdeling tussen mannen en vrouwen.

- Het aantal vrouwelijke professionals in de media stijgt naar 50%
- Mechanismen van stereotypering worden blootgelegd bij zowel publiek als professionals
- Vrouwen zijn zichtbaar als expert
- Vrouwen worden ook gerepresenteerd als werkende vrouw, mannen zijn ook zichtbaar als (ver)zorgers

Strategische aanpak en unieke werkwijze

STRATEGISCH PLAN

Om onze doelen te behalen ontwikkelden we eind 2017 een strategie voor de jaren 2018 tot en met 2020, waarin we als *Thought & Action Leader*, als agenderend netwerk stap voor stap *milestones* in onze missie bereiken. Waar we begin 2018 al 11 programmalijnen voerden, groeiden we dit jaar naar 18 programmalijnen om samen met partners doelen te halen. Een groei van bijna 40%! In 2018 werd ons duidelijk dat binnen alle programma-lijnen op een paar punten extra inzet nodig is om de door ons beoogde versnelling op *gender equality* te realiseren.

Professionals hebben een sleutelrol om onze missie te bereiken, om te zorgen dat *gender equality* in de verschillende - voor ons relevante - domeinen de norm wordt. Of het nou gaat om gezondheids-professionals of mediaprofessionals, of professionals werkzaam in de financiële dienstverlening: als zij niet zien dat er verschillen tussen vrouwen en mannen bestaan of gemaakt moeten worden, kunnen wij geen duurzame doorbraken voor vrouwen realiseren. Professionals vormen de schakel tussen micro-niveau (de vrouwen zelf en

hun directe omgeving) en macro-niveau (een duurzaam inclusief systeem). Professionals (meso-niveau) constructief meekrijgen, is een tijdrovend en intensief proces, waarin je alleen succes boekt als je in de juiste samenwerkingsverbanden *safe space* weet te organiseren, de besluitvormers weet te overtuigen, helder maakt *what's in it for them*, en heel concreet handelingsperspectief biedt. De overheid zou hierin met professionals en beleid een voorbeeldrol moeten vervullen, want dan kan je dat van andere professionals ook verwachten. Maar helaas ontbreekt het bij dit kabinet - met uitzondering van de ministers van OCW en BZ - aan een 'genderbril', een visie op *gendersensitieve* wet- en regelgeving. Daar gaat WOMEN Inc. meer agenderende kracht op inzetten.

Wij slagen er goed in steeds meer vrouwen te bereiken, maar willen naast verbreding, ook verdieping. Elke vrouw is anders en op steeds andere punten en momenten in haar levensloop zijn er kansen en kwetsbaarheden waarop wij haar willen wijzen om haar kansen te vergroten.



Onderstaand model laat zien hoe WOMEN Inc. met haar interventies zich richt op het vergroten van bewustwording bij vrouwen, het bieden van handelingsperspectief en het ontwikkelen van vaardigheden. Met als doel dat vrouwen bewust zijn van de keuzes ten aanzien van participatie, werk en zorg en de (financiële) consequenties daarvan.



Het valt ons daarbij op dat er te weinig (landelijk) onderzoek wordt gedaan naar de situatie van (specifieke doelgroepen) vrouwen. Dat geldt zowel voor het thema Geld, als voor Gezondheid en Beeldvorming. SCP en CBS verzamelen bijvoorbeeld vaak gegevens op huishoudniveau waardoor we van grote groepen vrouwen binnen een huishouden niet goed weten in welke situatie zij zelf zitten en welke factoren een positief of negatief effect op hun situatie kunnen hebben. Dat betekent ook dat er in veel gevallen geen duidelijke baseline te stellen is. Dit is een blinde vlek in regulier (bevolkings)onderzoek waarop WOMEN Inc. ook haar agenderende kracht wil inzetten, om vrouwen meer op maat te kunnen versterken.

Deze aandachtspunten, voortkomend uit onze strategische koers, nemen wij mee bij de ontwikkeling van de WOMEN Inc. Theory of Change in het voorjaar van 2019, voor de periode 2020-2030. We verleggen onze horizon van 2025 naar 2030 en trekken er een decennium voor uit (in plaats van vijf jaar) vanwege de taaheid van de missie. We verbinden ons zo ook aan de termijn van de verwezenlijking van de Sustainable Development Goals. De meest recente update laat haarfijn zien dat Nederland op SDG 5 op een aantal punten cruciaal achterloopt, daar gaan wij onze Theory of Change inhoudelijk op aansluiten.

ONDERSCHIEDEND VERMOGEN

WOMEN Inc. is niet de enige organisatie die zich inzet voor het verbeteren van de positie van meisjes en vrouwen in Nederland. Gelukkig worden we in deze strijd gesterkt door vele regionale vrouwenorganisaties of andere belangenorganisaties die hetzelfde doel voor ogen hebben. Wel zijn we onderscheidend in de wijze waarop wij de netwerkfunctie (met een brede achterban van vrouwen) functioneel maken aan onze agenderende functie.

We benoemen onze *USP's* als volgt:

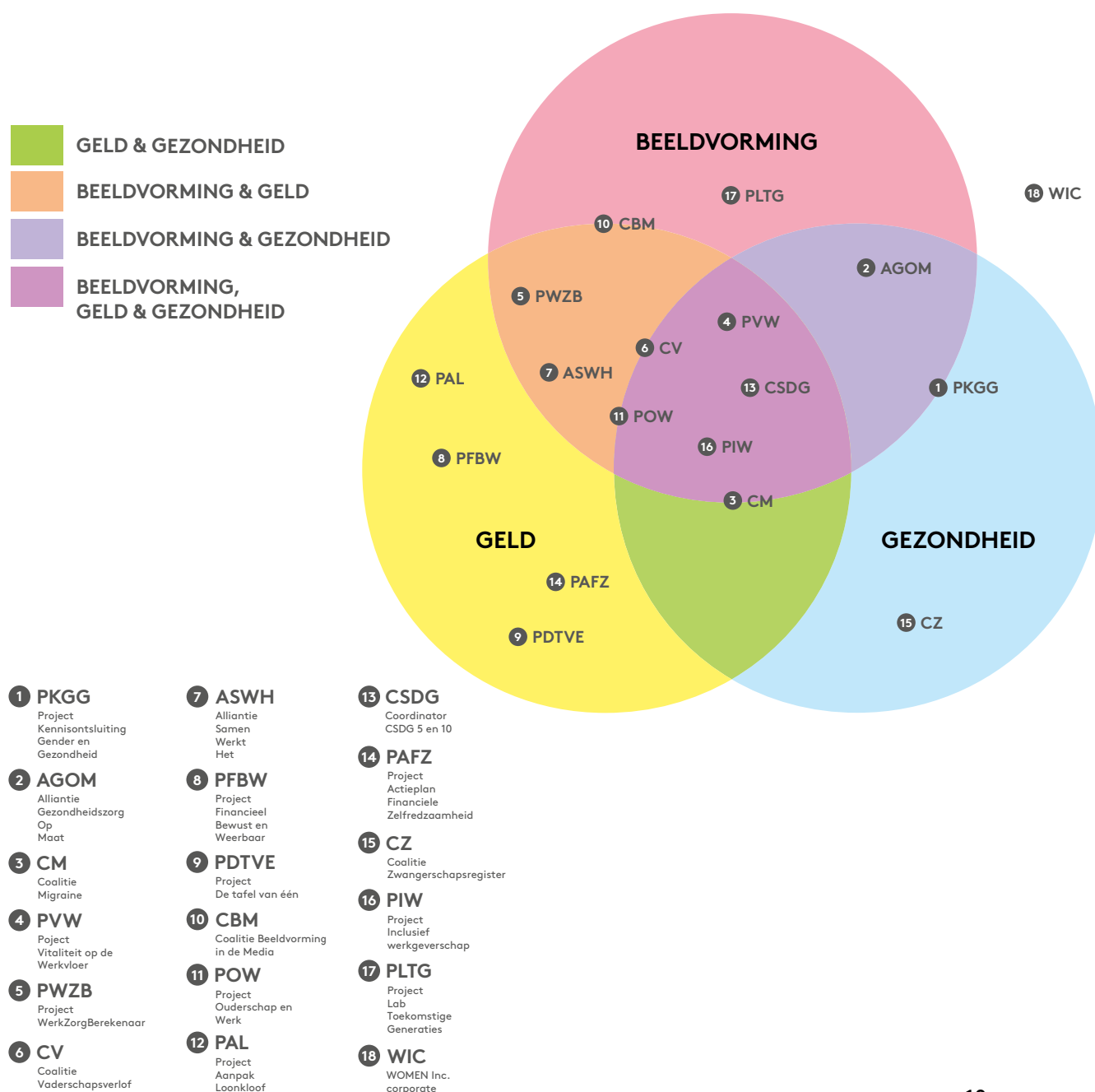
- WOMEN Inc. hanteert een duale aanpak waarbij niet alleen wordt ingezet op het versterken en informeren van de individuele vrouw, maar ook op het verbeteren van de omgeving van vrouwen (systemische verandering).
- WOMEN Inc. staat in contact met een brede achterban van circa 2 miljoen vrouwen. Wij halen bij hen op wat er in hun leven speelt, welke belemmeringen zij ervaren etc. De stem van deze vrouwen laten wij vervolgens horen bij de relevante stakeholders (overheid, bedrijfsleven, wetenschap, media) om de situatie van de vrouw te beïnvloeden.
- Door onze '360 graden aanpak' (ook wel de WOMEN Inc. Formule genoemd) pakt WOMEN Inc. een onderwerp op holistische wijze aan. We ontrafelen het issue, verbinden relevante partners aan het thema, vertalen de content naar toegankelijke campagnes en jagen het onderwerp aan door actieve lobby, free publicity en het opvoeren van maatschappelijke druk.
- WOMEN Inc. is uitblinker in communicatie/PR en campagnes waarbij het altijd gaat over denken in oplossingen in plaats van denken in problemen. Het aantal onderwerpen dat wij campagnematig agenderen is intussen enorm uitgebreid: in 2013 deden we één campagne per jaar, in 2018 waren dat er vier!
- WOMEN Inc. initieert samenwerking en vormt als verbinder strategische allianties en coalities. WOMEN Inc. is bij bijna alle coalities en allianties waarin we deelnemen en/of initiator van zijn de trekkende partij die zorgt voor de financiering, de monitoring van voortgang activiteiten, de woordvoering en is vertegenwoordiger van het gedachtegoed. Los van deze allianties en coalities gaan we bij onze thema's/projecten altijd met alle relevante stakeholders (voor en tegenstanders van verandering) in gesprek om te achterhalen wat voor hen de positieve triggers zijn voor verandering. Alleen dan komen stakeholders echt en duurzaam in beweging.

Action Leadership

Binnen onze strategische aanpak maken we (zoals toegelicht in hoofdstuk 'Strategische aanpak en unieke werkwijze') onderscheid tussen *Thought & Action Leadership*.

De *Action Leadership* thema's zijn onderwerpen die vanuit onze gefinancierde programmalijnen/projecten worden opgepakt en uitgedragen.

Waar we begin 2018 al 11 programmalijnen voerden, groeiden we dit jaar naar 18 programmalijnen om samen met partners onze doelen te halen. In onderstaande visual is te zien binnen welke thema's de verschillende programmalijnen vallen: Beeldvorming, Geld & Gezondheid. Hierna zullen we deze programmalijnen verder toelichten.



Alliantie Gezondheidszorg op Maat

Als zorgprofessional zet je de mens centraal. Aandacht voor verschillen in geslacht, gender, seksuele oriëntatie en leeftijd maken dat je optimaal kunt bijdragen aan het herstel en welzijn van de individuele patiënt of cliënt. Toch is deze benadering nog lang niet vanzelfsprekend. Daarom zijn WOMEN Inc. (penvoerder), Rutgers en COC Nederland in 2018 de Alliantie Gezondheidszorg op Maat gestart, die wordt gefinancierd door het ministerie van OCW.

Looptijd: 2018-2022
iederepatientisanders.nl

ACTIVITEITEN 2018

De Alliantie Gezondheidszorg op Maat is in januari 2018 gestart. Binnen onze Theory of Change hebben we drie verandervaden gedefinieerd gericht op het maken van kennis, het overdragen van kennis en het borgen van kennis, die moeten leiden tot:

1. cliënt/patiënt vraagt om positieve, inclusieve zorg
2. zorgprofessional verleent positieve, inclusieve zorg
3. beroepsgroepen en beroepsverenigingen nemen verantwoordelijkheid in de transitie naar gezondheidszorg op maat
4. overheid stimuleert en ondersteunt gezondheidszorg op maat

Terugkijkend typeren we dit eerste opstartjaar als een periode van het verkennen van de omgeving waarbinnen we als Alliantie verandering gaan brengen en het samenbrengen van bestaande kennis binnen deze omgeving. Dit resulteerde onder andere in een gedefinieerde 'gemeenschappelijke taal' met bijpassende begrippenlijst, een eerste aanzet voor een krachtenveldanalyse en een inventarisatie van bestaande kennis over onze thema's in een state-of-the-art brondocument. Gezamenlijk hebben we aannames die we hadden

getoetst en ervaringen opgehaald bij het publiek (via een online survey met meer dan 1.000 respondenten) en bij huisartsen (via een face-to-face onderzoek tijdens het Nederlands Huisartsen Genootschap congres).

We bouwden aan een geïntegreerde, optimale en efficiënte samenwerking om in de praktijk vanuit onze verschillende expertises en krachten onze impact te vergroten en een stap te zetten richting onze gestelde doelstelling.

In het najaar van 2018 zijn ook de eerste voorbereidingen getroffen voor een grootschalig gezondheidscongres voor zorgprofessionals (Congres Iedere patiënt is anders op 11 april 2019) en de lancering van de eerste publiekscampagne (Komt een mens bij de dokter) die tijdens datzelfde congres gelanceerd wordt.

In 2018 is WOMEN Inc. vanuit de Alliantie bij diverse gelegenheden aanwezig geweest en/of hebben we een presentatie gegeven, onder andere bij:

- Gender symposium Saskia Haitjema
- Symposium 'Dag van de Eerstelijns'
- NHG-congres: 'Dokter, kijk eens tussen mijn oren! Psychische klachten in de huisartsenpraktijk'
- WOMB-symposium: 'Vrouw, voeding en vruchtbaarheid'
- Bijeenkomst 'Bloody Hormones'
- Congres Nederlandse Vereniging Gender & Gezondheid 'Sex, drugs and science'
- Bijeenkomst van Feniks Tilburg

Enkele cijfers

Aantal unieke bezoekers Alliantiepagina	2.400
Social media bereik	60.000 organisch bereik

ALLIANTIE GEZONDHEIDSZORG OP MAAT.

Iedere patiënt is anders. We maken van diversiteit de norm in de spreekkamer.



WOMEN
INC.

Rutgers

Deze Alliantie wordt mogelijk gemaakt door
het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap

Achterste rij v.l.n.r.:

Paulien van Haastrecht (Rutgers),
Jantine van Lisdonk (Rutgers),
Monique Vering (WOMEN Inc.),
Nienke Hagenbeek (WOMEN Inc.),
Xanne Visser (WOMEN Inc.),
Maria van Tongeren (WOMEN Inc.),
Mariska Meijer (WOMEN Inc.),
Barbara Oud (Rutgers).

Voorste rij v.l.n.r.:

Gerrit Jan Wielinga (COC Nederland),
Eveline Quist (ministerie van OCW),
Laura Struijk (WOMEN Inc.),
Koen van Dijk (COC Nederland),
Karlijn de Blecourt (Rutgers),
Marijn Ouwehand (WOMEN Inc.),
Bouko Bakker (Rutgers),
Jannet Vaessen (WOMEN Inc.).



Stand NHG congres met Gerrit Jan
Wielinga (COC Nederland) en Xanne
Visser (WOMEN Inc.)



Alliantie Samen werkt het!

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

Looptijd: 2018-2022

alliantiesamenwerket.nl

ACTIVITEITEN 2018

De Alliantie Samen werkt het! is in januari 2018 van start gegaan en heeft dit jaar gebruikt om de organisatie- en overlegstructuur op te zetten en om elkaar en elkaars organisatie en de toegevoegde waarde daarvan te leren kennen. Juist door gebruik te maken van elkaars expertise en kennis kan de Alliantie doeltreffend opereren en haar impact vergroten.

Om de beoogde verandering te kunnen realiseren heeft de Alliantie een Theory of Change opgesteld met daarin drie verandervaden:

1. Het maatschappelijk niveau: het doorbreken van stereotiepe beeldvorming over werk en zorg en juist een positief beeld creëren van een (meer) gelijkwaardige verdeling van werk en zorg tussen mannen en vrouwen.
2. Het institutionele niveau: het realiseren van een actief en zorgvriendelijk beleid bij (lokale en landelijke) overheid en werkgevers, zodat alle vrouwen en mannen gelijke kansen hebben om betaalde arbeid en onbetaalde zorgtaken te combineren.
3. Het individuele niveau: het stimuleren en ondersteunen van vrouwen om expliciete keuzes te maken ten aanzien van werk en zorg.

Onder leiding van Movisie is er dit jaar uitgebreid onderzoek gedaan naar onze doelgroep en de Alliantie heeft verschillende bijeenkomsten en expertmeetings georganiseerd om de aanwezige kennis in het veld, nationaal en internationaal, op te halen.

In dit opstartjaar is voortgeborduurd op dat wat reeds in gang was gezet door de verschillende Alliantiepartners. Enkele activiteiten van WOMEN Inc. binnen de Alliantie waren:

Workshop op de SDG Action Day

WO=MEN en WOMEN Inc. organiseerden een workshop op de SDG Action Day van het SDG Charter waarbij bewustwording is gecreëerd bij werkgevers over hoe zij gendergelijkheid (SDG 5) handen en voeten kunnen geven binnen hun eigen (HR)beleid en op de werkplek.

Themabijeenkomst 'Zorgende vaders & Werkende moeders'

Op 3 juli organiseerden we in samenwerking met de Coalitie Beeldvorming in de Media voor ruim 100 mediamakers de themabijeenkomst 'Zorgende vaders & Werkende moeders' over de rol van de media bij het in stand houden van traditionele rolverdeling tussen mannen en vrouwen. Dr. Liza Mügge (directeur Amsterdam Research Center for Gender & Sexuality) gaf een keynote lezing over de mythes over mannen en vrouwen die in stand worden gehouden door de media. Fotograaf en filmmaker Ahmet Polat vertelde over de beeldvorming van mannelijkheid en de effecten hiervan. En moderator Tanja Jadnanansing ging in gesprek met mediamakers Marc Oosterhout (medeoprichter N=5), Emma Jackson (Head of Economic Newsdesk NOS) en Anne Martens (redacteur wetenschapsprogramma Focus) over hun ervaringen met dit onderwerp.

Campagne #BeperktZicht

In september voerden we de campagne #BeperktZicht met als doel het creëren van bewustwording bij het publiek over beeldvorming in de media met betrekking tot de werk/zorgverdeling tussen partners en de (on)bewuste vooroordelen die daardoor ontstaan en in stand worden gehouden.

Masterclass De winst van werkgeluk

24 september organiseerden we de Masterclass De winst van werkgeluk voor ca. 120 werkgevers. Doel: werkgevers bewust maken van de winst van zorgvriendelijk werkgeverschap en de rol die zij kunnen spelen bij de verdeling van werk en zorg bij hun medewerkers. Met medewerking van o.a. Microsoft, DSM en Tony Chocolonely.

Samen aan de Slag!

Voor kwetsbare doelgroepen heeft WOMEN Inc. in overleg met NVR en Movisie Samen aan de Slag! ontwikkeld: een ketenvorming van de bestaande WOMEN Inc. interventies De tafel van één en aanTafel waarin beide interventies elkaar versterken. Zij hanteren allebei (onderdelen van) dezelfde methodiek; zijn bedoeld om vrouwen inzichten te geven waarbij zij zowel zichzelf als elkaar versterken; en maken gebruik van gespreksleiders om de tafelgesprekken te begeleiden. Het streven is om op vier locaties deze nieuwe vorm Samen aan de Slag! aan te bieden. In 2018 is in Almere is een samenwerking gestart met

Welzijnsorganisatie De Schoor en hun programma Vrouw & Wijzer en in Rotterdam met organisatie Dona Daria (tevens lidorganisatie van de NVR).

Kennis delen

In 2018 heeft WOMEN Inc. vanuit de Alliantie bij diverse gelegenheden haar kennis gedeeld:

- Workshop 'Klikken en klonen; over onbewuste vooroordelen en in- en uitsluiten' op het jaarevent CHRO Summit voor ca. 150 HR professionals
- Lezing over werk-zorgverdeling en stereotypering op de werkvloer op het event The Future of Work (350 aanwezigen)
- Lezing bij de Statendag van de Provinciale Staten van Noord-Holland
- Actieve aanwezigheid bij een bijeenkomst van branchevereniging Maatschappelijke Kinderopvang
- Spreker op het congres Solutions en bij een FNV bijeenkomst rond Equal Pay day
- Online blog over de winst van werkgeluk in 'Ondernemen met personeel', een kennisplatform voor werkgevers in het MKB

Enkele cijfers

Aantal unieke bezoekers Alliantiepagina	2.500
Social media bereik	134.000 organisch bereik



**ALLIANTIE
SAMEN
WERKT
HET.**

Achterste rij v.l.n.r.:

Leyla Hamidi (NVR), Wazna Hamidullahkhan (NVR), Jeannette Kruseman (BCW), Suzan Steeman (WI), Maria van Tongeren (WI), Kitty van den Hoek (Movisie), Roseanne Timmer - Aukes (NVR)

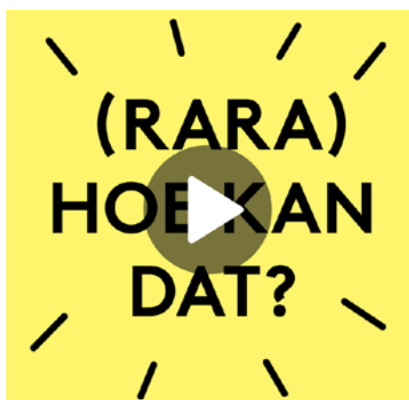
Voorste rij v.l.n.r.:

Gerben Muskee (Min OCW), Margriet van der Zouw (WO=MEN), Anniek de Ruijter (BCW), Nienke Hagenbeek (WI), Edith van der Spruit (WO=MEN), Marijn Ouwehand (WI), Anneke van Doorne (NVR), Monique Vering (WI) en Pauline Schipper (WI)

Campagne #BeperktZicht

We hebben ze allemaal: bewuste en onbewuste vooroordelen over vrouwen en mannen en hoe ze zich horen te gedragen. De media én wij zelf houden ideeën over rolpatronen en taakverdelingen in stand. Hierdoor kunnen vrouwen en mannen geen echte vrije keuze maken op het gebied van werk en zorg en daar willen we vanaf. Daarom heeft de Alliantie Samen werkt het! in september 2018 de campagne #BeperktZicht gevoerd met als doel het creëren van bewustwording bij het publiek over beeldvorming in de media met betrekking tot de werk/zorgverdeling tussen partners en de (on)bewuste vooroordelen die daardoor ontstaan en in stand worden gehouden. Tevens wilden we het publiek een spiegel voorhouden over hun eigen ideeën. We deelden feiten en fabels, persoonlijke verhalen van mensen met een niet stereotype beroep en gaven tips & tricks bijv. een checklist om je werk zorgverdeling met je partner te bespreken. Alle communicatie kwam samen op de campagnesite beperktzicht.nl.

	Vooraf gestelde KPI	Resultaat
Unieke bezoekers website	10.000	50.173
Video/ animatie views	200.000	376.271
Online bereik	1.000.000	2.006.678
PR	75.000	98.506



Coalitie Beeldvorming in de Media

De Coalitie Beeldvorming in de Media heeft als doel stereotypering tegen te gaan en bewustzijn over vooroordelen te bevorderen. Deelnemende mediapartijen zijn o.a. NPO, RTL Nederland, VICE Benelux, Google, VEA, IncludeNow, EndemolShine, Coca-Cola, World Press Photo, Unfold en Viacom. Deze Coalitie wordt gefinancierd door het ministerie van OCW.

Looptijd: 2017-2019

kennisbankbeeldvorming.nl

ACTIVITEITEN 2018

Uitbreiding coalitie

De Coalitie ging van start met NPO, RTL Nederland en Vice Benelux en is in 2018 uitgebreid met zeven nieuwe partijen waarmee zij eind 2018 bestaat uit: NPO, RTL Nederland, VICE Benelux, VEA, IncludeNow, EndemolShine, Coca-Cola, World Press Photo, Unfold en Viacom.

Coalitiebijeenkomsten

In 2018 hebben wij twee Coalitiebijeenkomsten georganiseerd. Tijdens de eerste bijeenkomst presenteerden RTL Nederland, NPO en VICE Benelux hun voortgang en toekomstplannen. Om hierop te reflecteren hebben we naast de coalitieleden een 'Raad van Inspiratie' uitgenodigd bestaande uit Dionne Abdoelhafiezkhan (oprichter Izi Solutions), Manju Reijmer (scenarioschrijver) en Sabrina Simons (chef online One World). Dit leverde interessante gesprekken en confrontaties op waarmee de urgentie nogmaals werd aangekaart en bewustwording bij de coalitieleden is toegenomen.

Voor de tweede bijeenkomst in oktober was Zoë Papaikonomou (auteur "Heb je een boze moslim voor mij") onze gast om de belangrijkste inzichten uit haar boek met de coalitie te delen.

Het streven naar een inclusieve communicatie en bedrijfscultuur is een kwestie van *trial & error*. De coalitieleden bespraken een aantal praktijkvoorbeelden met elkaar.

Expertmeetings & Masterclasses

31 mei organiseerde de Coalitie haar eerste expertmeeting 'Inclusiviteit in de Praktijk'. De meeting is tot stand gekomen op basis van de vraagstukken waar de coalitieleden mee te maken hebben: welke strategieën kun je toepassen om draagvlak te creëren voor diversiteit en inclusief werkgeverschap?

Hoe kan je de kracht van storytelling hiervoor inzetten? De expertmeeting werd gemodereerd door Tanja Jadnanansing. Diversiteit in Bedrijf gaf een presentatie over verschillende strategieën om beweging te creëren binnen organisaties op thema's zoals diversiteit en inclusiviteit.

Steeds meer organisaties investeren in diversiteit en inclusiviteit. Zo wil staatssecretaris Tamara van Ark (ministerie van SZW) werkgevers verplichten discriminatie in hun selectieproces actief tegen te gaan. Maar hoe doe je dat dan? En vooral: hoe weet je of de maatregelen die zijn genomen ook effect hebben gehad? In november zijn leden van de Coalitie Beeldvorming in de Media hierover in gesprek gegaan met een aantal experts op het gebied van impactmeting o.a. Sinzer (impact management bureau), Nederlandse Inclusiviteitsmonitor, Stichting Kijkonderzoek en NPO.

Verder organiseerde WOMEN Inc. twee openbare Masterclasses en een voor de VEA voor 25 art directors van vooraanstaande reclamebureaus in Nederland. In deze Masterclasses was er aandacht voor zowel gender als etnische/culturele diversiteit.

Overige bijeenkomsten

- 9 januari - Meet-up studenten Journalistiek opleidingen Ede, Tilburg en Utrecht om gezamenlijk te komen tot een plan van aanpak
- 17 mei - deelname Zomerborrel van Vers in de Pers met als thema diversiteit in de media. Collega Berna Toprak ging in gesprek met Cecile Narinx (voormalig hoofdredacteur Harper's Bazaar), Stijn Bonzwaer (Adjunct-hoofdredacteur NRC), Frans Jennekens (Head of Diversity, NTR), Rowan Blijd (Yo Mo!) en Geronimo Matulessy over het belang van diversiteit in de media en welke stappen mediaorganisaties kunnen nemen
- 2 oktober - Deelname workshop bij de Efteling. Doel van de workshop was medewerkers met een creërende/creatieve functie meer bewust te maken en inspiratie te bieden over het thema stereotypering. Andere sprekers waren Marc de Hond en Mirjam Shatanawi
- 3 oktober - Deelname Diversity Event - 7 Nederlandse branche organisaties in het marketing-, communicatie- en mediavak bundelen krachten voor diversiteit in MarCom branche. Tijdens dit event werd ook de Kleurrijke 50 gelanceerd waar onze collega Berna Toprak in staat om haar werk met de Coalitie Beeldvorming in de Media
- 21 november - Masterclass over het thema stereotypering tijdens het OPEN festival van Coca-Cola

Lobby

Op het terrein van pleitbezorging en agendering waren we in 2018 op verschillende momenten actief. Een belangrijk momentum was de publicatie van de Emancipatienota 2018-2021 van minister Van Engelshoven, waarin ze schreef dat ze onderzoekt 'hoe de representatie van vrouwen en LHBTI-personen in de media structureel gemonitord kan worden'. VVD-kamerlid Yesilgöz vatte dit op als 'bemoeienis' van de politiek met de inhoud van programma's en deze discussie werd opgepikt door de media. Omdat minister Van Engelshoven expliciet de Coalitie noemde in haar kamerbrief, werd WOMEN Inc. benaderd om hierop te reageren. Dit deden we in Editie NL en in De Kantine van BNR.

Lancering Kennisbank Beeldvorming in de Media

Tijdens de eerder genoemde themabijeenkomst 'Zorgende vaders & Werkende Moeders' (zie pagina 13) werd de kennisbank Beeldvorming in de Media gelanceerd (kennisbankbeeldvorming.nl). Een duurzaam online platform waar informatie, onderzoeksresultaten en andere relevante zaken rondom het tegengaan van stereotypering in de media worden ontsloten voor mediastudenten, mediaprofessionals en algemeen publiek. We delen en verspreiden de kennis verder via social media en Masterclasses.

De Coalitie in de media

Na de grote aandacht rondom de lancering op 24 oktober 2017 is er in samenspraak met alle coalitieleden bewust voor gekozen om de media in 2018 nog niet zelf actief op te zoeken, omdat de leden tijd nodig hadden om de veranderingen kenbaar te maken en te implementeren in hun eigen organisaties.

Wel is er dit jaar een aantal artikelen verschenen waarin de Coalitie genoemd is, onder meer naar aanleiding van de komst van Stichting IncludeNow, o.a. in Adformatie en Marketing Tribune.

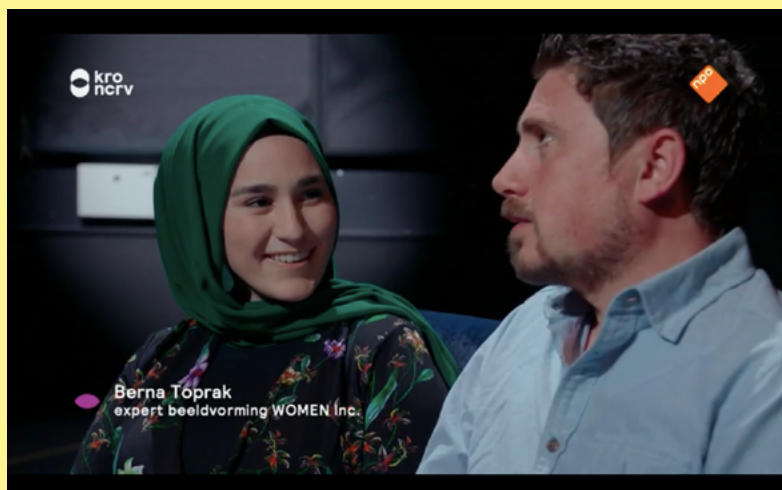
Daarnaast werd Coalitie coördinator Elze Ghijsen (WOMEN Inc.) geïnterviewd in BNR Zaken doen en Jannet Vaessen ging samen met Marc Oosterhout (Coalitie lid vanuit de VEA) in BNR Beeldbepalers in gesprek met Diana Matroos. Toen de coalitie 1 jaar bestond, nam collega Berna Toprak plaats in BNR Beeldbepalers. Bovendien is zij in 2018 genomineerd voor de titel Mediabelofte 2019,

vanuit haar rol als aanjager van de Coalitie Beeldvorming in de Media. Tot slot was Berna eind van het jaar te zien in het televisieprogramma 'Me Jane, You Tarzan' (NPO), waar ze voorbeelden gaf van negatieve en positieve beeldvorming in de media.

Enkele cijfers

Aantal bezoekers op de kennisbank	3.500
Social media bereik	88.000 organisch bereik
LinkedIn groep Beeldvorming in de Media	70 leden (doel was 50)

COALITIE BEELDVORMING IN DE MEDIA



Zomerborrel van Vers in de Pers

Coalitie Migraine

Migraine is een (chronische) hersenziekte. Ruim 2 miljoen Nederlanders lijden aan ernstige, bijzondere en pijnlijke vormen van hoofdpijn. Binnen dit project hebben we bewust gekozen voor een focus op de vrouwelijke patiënt, omdat migraine bijna drie keer zo vaak voorkomt bij vrouwen. Tevens staat bij vrouwen migraine op de derde plaats van meeste belastende ziektes wereldwijd. Het is essentieel dat migraine bespreekbaar wordt en dat er meer kennis komt bij het publiek, bij zorgprofessionals en bij werkgevers. Ook moet er meer onderzoek komen naar de relatie tussen migraine en vrouwelijke hormonen, zodat we tot een juiste behandeling en praktische oplossingen kunnen komen.

De Coalitie Migraine wordt gevormd door WOMEN Inc., het Migrainefonds, Hoofdpijnet, de Nederlandse Hoofdpijn Vereniging (NHV) en de Vereniging Nederlandse Hoofdpijn Centra (VNHC), en wordt ondersteund door Novartis, Allergan, Teva Nederland B.V. en GSK.

Looptijd: 2017-2019
migraineiseenhoofdzaak.nl

ACTIVITEITEN 2018

Dit jaar stond volledig in het teken van de ontwikkeling van een nieuwe publiekscampagne die 29 mei van start ging. Voorafgaand aan de campagne heeft de Coalitie uitgebreid onderzoek gedaan en afstemming gehad over welke feiten en fabels er leven rondom migraine en wat we daarvan kunnen en willen gebruiken in de campagne.

Na de lancering van de campagne **Maak van Migraine een hoofdzaak** zijn de campagne en de Coalitie frequent meegenomen in presentaties op congressen en bijeenkomsten door de diverse coalitiepartners. Daarnaast is er op de Dag van de migraine in september op social media aandacht besteed aan Migraine en zijn op die dag ook aanTafel gesprekken met als thema (leven met) migraine georganiseerd.

E-Learning

Door het jaar heen is er door de VNHC een E-learning ontwikkeld, die huisartsen beter inlicht over migraine. Deze online training gaat in op het herkennen van de symptomen en het behandelen van deze hersenziekte.

Zie: hoofdpijnacademie.nl



MAAK  VAN
 MIGRAINE
 EEN HOOFD
 ZAAK

Campagne

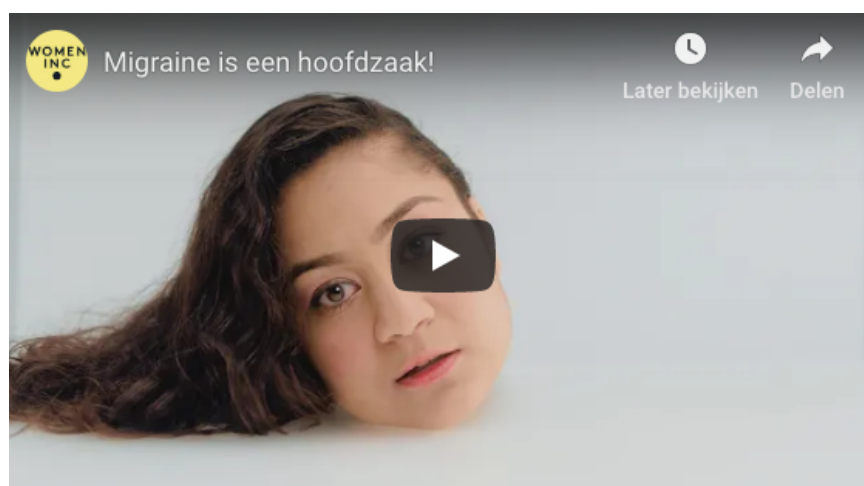
Maak van migraine een hoofdzaak!

Migraine heeft een imago probleem door hardnekkige onjuiste vooroordelen. Het gevolg is dat mensen die aan migraine lijden niet (genoeg) serieus worden genomen. Niet door henzelf, niet door hun omgeving, niet door werkgevers en zelfs niet in de zorg. Vaak wordt het niet gezien als een hersenziekte, maar als aanstellerij. Dit zorgt voor schaamte bij patiënten. Terwijl zij juist zeer sterke persoonlijkheden zijn. Want als je met migraine kunt-slash-moét leven, ben je een behoorlijke bikkel. Al die mensen hebben net als iedereen verantwoordelijkheden. Denk aan een baan, gezin, een hypotheek, deadlines, vrienden, familie. Migraine en alle vooroordelen die daarbij komen kijken krijgen ze er gewoon bij. Maar migraine is geen bijzaak. Migraine is een hoofdzaak.

Onderdelen van de campagne:

- Website: migraineiseenhoofdzaak.nl
- Een campagnevideo die de impact van een migraine aanval verbeeld
- Een grootschalige social media campagne
- Online test-je-kennis-test Word een Migraine Master
- Een factsheet waarop in kaart gebracht de impact die migraine heeft
- Een gesprekskaart om in gesprek te gaan met je arts
- Drukwerk zoals ansichtkaarten, tasjes en posters
- Diverse PR activiteiten o.a. optreden in Koffietijd, een rapportage in Editie.nl, een interview bij Radio 2 bij Ekdorf in de ochtend en een guerilla-actie op station Amsterdam Zuid

	Vooraf gestelde KPI	Resultaat
Totaal bereik (digital + PR)	2.500.000	11.623.858
Video views	10.000	502.208
Website bezoekers	50.000	76.836
Engagement	25.000	83.392
Influencers	1	5
Download gesprekskaarten	50.000	16.124



Campagne

Maak van migraine een hoofdzaak!



Coalitie Vaderschapsverlof / Project Ouderschap & Werk

WOMEN Inc. stelt zichzelf als doel dat iedere ouder (zowel vader als moeder) in staat moet zijn om optimaal bij te dragen aan de ontwikkeling van hun jonge kind(eren) en dat te kunnen combineren met betaald werk. Middels diverse activiteiten vanaf 2016 en in nauwe samenwerking met Rutgers lukte het ons dat bijna alle politieke partijen in 2017 langer verlof voor partners opnamen in hun partijprogramma en werd het ook opgenomen in het regeerakkoord. Een van de daaropvolgende gerealiseerde doorbraken is de verlenging van het betaald partnerverlof naar 6 weken vanaf juli 2020; de Wet Invoering Extra Geboorteverlof (WIEG).

Binnen de huidige projecten Coalitie Vaderschapsverlof en het project Ouderschap & Werk zetten we onze werkzaamheden op dit thema voort, ditmaal samen met Rutgers, VDRS en Pro Parents. En wederom met de financiële steun van de Bernard van Leer Foundation. De focus binnen deze projecten ligt nu op de inrichting en implementatie van de WIEG en de rol die werkgevers spelen om te zorgen voor de juiste werkcultuur en het juiste personeelsbeleid zodat jonge ouders vrije en geïnformeerde keuzes kunnen maken, als het gaat om de balans tussen werk en zorg.

Looptijd Coalitie Vaderschapsverlof: 2018 - 2019
Looptijd Project Ouderschap & Werk: 2018 - 2020

ACTIVITEITEN 2018

Er zijn in 2018 veel gesprekken gevoerd met politici en beleidsmakers over de invoering van het uitgebreide partnerverlof. Zoals met Mariëtte Hamer van de SER over het belang van partnerverlof en in hoeverre de SER hier ook aandacht aan kan besteden middels hun onderzoeken en adviezen. Ook heeft WOMEN Inc. samenwerkingspartners en andere belanghebbenden gemobiliseerd om te reageren op de internetconsultatie ronde voor de WIEG. WOMEN Inc. heeft hiervoor ook zelf een schriftelijke reactie ingediend.

Zorgvriendelijk werkgeverschap leidt tot een gelijkwaardige verdeling van arbeid en zorg tussen vrouwen en hun partners, en kan vervolgens leiden tot een hogere arbeidsparticipatie en financiële onafhankelijkheid van vrouwen. Om werkgevers bewust te maken van de rol die zij kunnen spelen bij de verdeling van werk en zorg bij hun medewerkers, organiseerde WOMEN Inc. in september 2018 de Masterclass 'De winst van werkgeluk'. Deze Masterclass (zie ook pagina 14) stond in het teken van de invloed van de verdeling van werk en zorg op het werkgeluk van werknemers. We gaven de 120 aanwezige werkgevers scherpe inzichten en hebben ingezet op cultuurverandering door te laten zien wat de winst is van zorgvriendelijk werkgeverschap. Microsoft, DSM en Tony Chocolonely vertelden over hun zorgvriendelijke beleid en de uitdagingen daarin, zoals uitbreiding partnerverlof, het stimuleren van medewerkers om (meer) te blijven werken en een positieve en flexibele houding ten opzichte van medewerkers met zorgtaken.

In de maand september werd, met steun van de Coalitie Vaderschapsverlof, de campagne #BeperktZicht gevoerd over de stereotiepe beelden over mannen en vrouwen met betrekking tot werk en zorg (zie pagina 15).

Vanaf juli is het nieuwe project Ouderschap & Werk met Pro Parents en VDRS van start gegaan waarbij de eerste maanden vooral onderzoek is gedaan naar kennis, houding en gedrag bij werkgevers ten aanzien van deze thematiek. Dit onderzoek werd uitgevoerd door Motivaction. Vervolgens zijn voorbereidingen getroffen voor de ontwikkeling van een nieuwe whitepaper over de winst van partnerverlof. Deze zal in oktober 2019 gepresenteerd worden.



Masterclass 'De winst van werkgeluk'

Coalitie Zwangerschapsregister

De afgelopen jaren is er door Bijwerkingencentrum Lareb, mede met financiering van ZonMw, geïnvesteerd in de opzet en validatie van het zwangerschapsregister pREGnant. Het doel van dit landelijke register is om meer informatie te kunnen verzamelen over het gebruik en de mogelijke effecten van medicijnen voor moeder en het (ongeboren) kind, tijdens en na de zwangerschap. En alle opgedane kennis in te bedden in de Geboortezorg.

Deze coalitie is een samenwerking tussen Bijwerkingencentrum Lareb en WOMEN Inc., in samenwerking met de Koninklijke Nederlandse Organisatie van Verloskundigen (KNO) en Nederlandse Vereniging voor Obstetrie en Gynaecologie (NVOG), en wordt gefinancierd door ZonMw.

WOMEN Inc. is binnen de coalitie de expert op het gebied van maatschappelijke verandering. Er is dit jaar onderzoek gedaan naar stakeholders die betrokken moeten worden en met deze gegevens is een sociale kaart ontwikkeld. Door klankbordgroepen te organiseren met relevante zorgprofessionals in 2019 zal inzichtelijk worden hoe zwangere vrouwen het beste betrokken kunnen worden bij meer onderzoek naar medicijngebruik. En kunnen we achterhalen op welke manier zorgprofessionals het belang van meedoen aan pREGnant inzien. Al deze inzichten zullen vervolgens de basis vormen voor de ontwikkeling van een beoogde landelijke campagne met WOMEN Inc. als penvoerder om pREGnant breed bij publiek en professionals onder de aandacht te brengen.

Looptijd: vanaf 2018

Project Actieplan Financiële Zelfredzaamheid

In september 2018 lanceerde Aegon het Actieplan Financiële Zelfredzaamheid, wat in ontvangst werd genomen door minister Van Engelshoven ministerie van OCW, met als doel Nederlanders te helpen meer inzicht en overzicht te krijgen in hun financiën. Het Actieplan is tot stand gekomen met verschillende samenwerkingspartners waaronder WOMEN Inc. In het plan staan onder meer initiatieven om Nederlanders -met name vrouwen- te helpen meer inzicht te krijgen in hun financiën, bijvoorbeeld bij scheiding.

Het Actieplan bestaat uit drie speerpunten:

- Vrouwen en mannen makkelijker en sneller inzicht geven in de lange termijn effecten van afspraken bij scheiding
- Laagdrempelig financieel advies
- Werkgevers betrekken bij het belang van het financieel fit zijn van hun medewerkers

WOMEN Inc. is betrokken geweest bij de ontwikkeling van het Actieplan en aangewezen als partij om te zorgen dat na de kick-off op alledrie de speerpunten concrete acties worden ingezet in 2019 in samenwerking met Nibud en Aegon.

Looptijd: vanaf 2018



Overhandiging Aegon Actieplan aan minister Van Engelshoven

Project Aanpak Loonkloof

Werkende mannen in Nederland verdienen in 2018 nog steeds 15,5% meer dan werkende vrouwen. In een heel werkend leven komt dat neer op ongeveer €300.000! WOMEN Inc. wil de loonkloof aanpakken - via de politiek, via werkgevers en met vrouwen en mannen.

Dit project wordt gefinancierd door het ministerie van OCW.

Looptijd: 2018-2020
womeninc.nl/loonkloof

ACTIVITEITEN 2018

In 2018 hebben we opnieuw aandacht gevraagd voor de loonkloof. Op 5 november, Equal Pay Day, lanceerden we een grootschalige campagne "Waar is mijn €300.000,-?". Door deze campagne merkten we dat het onderwerp leeft ook onder jongeren. Dit had ook te maken met de campagnevideo die we hebben gemaakt met YouTuber Nienke Plas.

Op de loonkloof website womeninc.nl/loonkloof verzamelen we alle informatie, leggen we uit wat de loonkloof is en geven we zowel werknemers als werkgevers tips om de loonkloof aan te pakken. We geven ook voorbeelden van organisaties die voorlopen in het aanpakken van de loonkloof, zoals Aegon en Microsoft.

Op 27 november 2018 zijn we met experts van o.a. het College voor de Rechten van de Mens, SCP, Atria, FNV, Wijzer in Geldzaken en Loonwijzer in gesprek gegaan ter voorbereiding op het grootschalige onderzoek dat het Nibud in 2019 gaat doen naar de onderliggende motivaties van arbeidsmarkt keuzes van vrouwen en mannen. Ook het handelingsperspectief voor werkgevers is aan bod gekomen tijdens de sessie.



Expertmeeting met o.a. College voor de Rechten van de Mens, SCP, Atria, FNV, Wijzer in Geldzaken en Loonwijzer

LOONKLOOF

IN NEDERLAND VERDIENEN MANNEN IN
HUN WERKEND LEVEN GEMIDDELD
15% MEER
MEER DAN VROUWEN

Een deel hiervan is
te verklaren (9%)

Een deel is niet te verklaren:
het 'onverklaarbare
loonverschil' (6%)



Zo spelen **verschillen in werkervaring** (bijvoorbeeld door tijdelijke loopbaan-onderbreking) een rol.



Mannen hebben vaker dan vrouwen en **leidinggevende functie**. En leidinggevende functies hebben vaak een hoger uurloon.



Vrouwen werken vaker dan mannen in **sectoren** waar de lonen lager liggen, zoals de zorg.



Deze verschillen worden veroorzaakt door hardnekkige ideeën die we hebben over **rolpatronen en taakverdelingen** tussen mannen en vrouwen: "Vrouwen zorgen voor de kinderen en het huishouden en mannen brengen geld in het laatje".



Een kort **betaald partnerverlof** en de aanname dat **kinderopvang** vaak te duur is, spelen ook een belangrijke rol.

Een onderdeel is **ongelijke beloning**: vrouwen krijgen **minder betaald** dan mannen terwijl ze hetzelfde werk doen.



Ongelijke beloning voor hetzelfde werk is **per wet verboden** maar komt helaas nog steeds voor.



Het kan bijvoorbeeld ontstaan doordat salaris gebaseerd wordt op het **laatst-verdiende loon**. De mate en manier waarop over het salaris **onderhandeld** wordt speelt ook een rol. Dit werkt vaak in het nadeel van vrouwen.

Campagne

“Waar is mijn €300.000,-?”

WOMEN Inc. heeft in samenwerking met Loonwijzer berekend dat een vrouw in een werkend leven gemiddeld €300.000,- minder salaris verdient dan een man. Dit is op basis van het verschil in bruto uurloon. Omdat wij vinden dat deze situatie niet meer van deze tijd is, voeren wij de campagne “Waar is mijn 300.000?”. Hiermee willen we een ieder bewust maken van het feit dat de loonkloof bestaat en wat je zelf hieraan kunt doen.

We roepen vrouwen op stil te staan bij de keuzes die zij maken, geven inzicht in welke keuzes er allemaal zijn en welke keuzes financieel lonend zijn als het gaat om je salaris. Daarnaast roepen we de overheid op om ongelijke beloning van mannen en vrouwen op de politieke agenda te zetten en stimuleren we werkgevers om werk te maken van een eerlijk loonbeleid.

Onderdelen van de campagne:

- Website: womeninc.nl/loonkloof
- Een campagnevideo met YouTuber Nienke Plas
- Een grootschalige social media campagne op diverse kanalen (Instagram, LinkedIn, Facebook e.d.)
- Online test Weet wat je waard bent en salariswijzer
- Waar is mijn €300.000,- bordspel
- Feiten en cijfers
- Tips om (beter) te onderhandelen
- Guerilla activiteiten: 5 november stonden we met het geldbad bij het FNV event in Utrecht. Op dit event gingen arbeidsmarkt experts en politici met elkaar in gesprek over de loonkloof. WOMEN Inc. vertelde over de campagne en het dichten van de loonkloof. Alle aanwezigen hadden de kans een duik te nemen in ons geldbad dat gevuld is met 300.000 ‘euro’ en daarmee de loonkloof tussen mannen en vrouwen symboliseert.



Campagne

"Waar is mijn €300.000,-?"

- PR

Op Equal Pay Day - de lanceringsdag van de campagne - is er een persbericht uitgestuurd naar mediaredacties dat veelvuldig is opgepikt. Zo werd het nieuws meegenomen in de radiuitzending van Jan Willem Start Op (NPO Radio 2) en was onze arbeidsexpert Suzan Steeman te zien in 'Na Het Nieuws' van NPO 1 en te horen op RTV Rijnmond. Ook stond het nieuws die dag in de Telegraaf en op verschillende websites, waaronder: Telegraaf, Vrouw, LINDAnieuws, Jinek, Talkies, Business Insider, Marie Claire en MSN.nl.

De hele week was de campagne nog veel in het nieuws, ook in combinatie met de cijfers van CBS die in die week verschenen, over het aantal vrouwelijke topverdieners bij grote bedrijven. Onder meer op RTLnieuws/RTL Z, Metro, Nu.nl, Mamsatwork, Broadly en wederom op Telegraaf en LINDAnieuws. We waren te horen op BNR en NRC checkte een feit uit de campagne in hun rubriek 'NRC Checkt'. Dit feit werd als 'waar' bestempeld. Daarnaast noemde Stefanie Afrifa de campagne in Koffietijd en nam Paulien Osse van Loonwijzer plaats bij 5 Uur Live om over de loonkloof en de campagne te praten.

#LOONKLOOF	Vooraf gestelde KPI	Resultaat
Totaal bereik	4.000.000	12.572.537
Interactie totaal	1.000.000	1.053.097
Bereik campagnepagina	30.000	38.433
Tool (mensen die tool volledig)	3.000	15.771
Video views	50.000	938.836



Geldbad met Nevin Özütok (Groenlinks) en Suzan Steeman (WOMEN Inc.)

Project Lab Toekomstige Generaties

In alles wat we nu doen, beïnvloeden we het leven van toekomstige generaties. Onze (Westerse) samenleving is echter veelal ingericht op de korte termijn. Veel van de keuzes die nu positief uitpakken, kunnen op lange termijn een enorme positieve of negatieve impact hebben op onze leefomgeving en op de kansen van hen die nog gaan komen. De rechten, behoeften en belangen van toekomstige generaties zijn nu nog op geen enkele manier geïnstitutionaliseerd en worden nog niet consequent vertegenwoordigd of behartigd bij relevante besluitvormingsprocessen. Dat moet en gaan we veranderen, want als we niets doen wordt sociale ongelijkheid groter en put onze huidige economie de natuur uit.

Doel van dit project is om een Lab met vier functies te ontwikkelen: een waarnemend Ombudspersoon met loket, een Toekomstraad, Onderzoek en Bewustzijn. Zo kan het Lab Toekomstige Generaties ervoor zorgen dat in 2025 de belangen van toekomstige generaties in de samenleving verankerd worden en dat iedereen in onze samenleving deze belangenbehartiging als normaal en urgent beschouwt.

Jannet Vaessen is bij wijze van nevenfunctie lid van de Worldconnectors, een thinktank van prominente en betrokken opiniemakers die zich vanuit verschillende achtergronden inzetten voor een duurzame, rechtvaardige en vreedzame wereld en die de aandacht voor de Sustainable Development Goals in Nederland wil vergroten. Binnen de Worldconnectors is de werkgroep Lab van Toekomstige Generaties actief, oorspronkelijk een initiatief van Jan van de Venis, Tineke Lambooy en Alide Roerink. Jannet Vaessen zette zich in 2018 binnen deze werkgroep in voor de ontwikkeling van het concept van een Ombudspersoon Toekomstige Generaties en zette zich in voor fondsenwerving voor de opstart van dit project.

Uiteindelijk is het eind 2018 gelukt om voldoende fondsen te werven om het concept uit te werken naar een eerste fase van kwartiermaken: in oktober 2018 ging het project Lab Toekomstige Generaties officieel van start, ondersteund door de Goldschmeding Foundation, Iona Stichting en Triodos Foundation.

Looptijd: 2018 - 2019

worldconnectors.nl/themes/future-generations

Project Financieel Bewust en Weerbaar

De arbeids- en maatschappelijke participatie van vrouwen in Nederland blijft achter. Op dit moment is meer dan de helft van de vrouwen (52%) in Nederland 'financieel afhankelijk'. Dat zijn meer dan 3,5 miljoen vrouwen. Van deze groep spelen bij 2,3 miljoen vrouwen extra risicofactoren mee die ze (potentieel) belemmeren in hun maatschappelijke participatie, zoals alleenstaand ouderschap, een migrantenachtergrond of intensieve (mantel) zorgtaken. Om te voorkomen dat vrouwen onbewust in een kwetsbare positie komen of blijven, wil WOMEN Inc. hun financiële bewustwording vergroten en stimuleert WOMEN Inc. ze in het maken van bewuste keuzes en het nemen van eigen regie in hun leven, met de focus op participatie en financiën. Dit project wordt gefinancierd door de Nationale Postcode Loterij.

Looptijd: vanaf 2018

ACTIVITEITEN 2018

Binnen dit project zijn in 2018 twee interventies ingezet die gericht zijn op de individuele vrouw. Zo hebben we zes trainingen Regel jouw financiën georganiseerd in Amsterdam, Arnhem, Eindhoven, Rotterdam en Utrecht. Voor het empowerment-programma aanTafel zijn 69 gespreksleiders getraind die deze gespreksmethodiek in hun eigen regio kunnen aanbieden aan vrouwen.

Training Regel jouw financiën

In samenwerking met SMART C&T organiseert WOMEN Inc. een training voor vrouwen om hun eigen financiën te regelen. Voor vrouwen die wakker liggen omdat ze niet rond kunnen komen van hun geld. Of niet goed weten waar ze moeten beginnen om hun rekeningen te ordenen en behoefte hebben aan meer overzicht.

Vrouwen leren/krijgen in de workshop:

- Proactief doelen te stellen en besluiten te nemen
- Kennis van relevante financiële zaken en inzicht in hun eigen financiën

- Inzicht in hun eigen belemmeringen/mate van assertiviteit zodat ze hieraan kunnen gaan werken

De waardering en het effect van de interventie zijn zes weken na afloop van de training gemeten. De training is hoog gewaardeerd door deelnemers, zowel op inhoud als op het feit dat vrouwen onderling ervaring konden uitwisselen, waardoor individuele onzekerheid afnam. De effecten waren het hoogst bij vrouwen in een uitkeringssituatie.

aanTafel

Met aanTafel organiseren vrouwen zelf een gesprek met vriendinnen of met vrouwen die ze (nog niet) kennen. Om het eens over iets anders te hebben. Om dromen om te zetten in durven en doen. Met behulp van gespreksmethodieken motiveren zij zichzelf, een ander en elkaar om kansen te zien en te grijpen. Elk gesprek wordt begeleid door een getrainde gespreksleider. Om een volgende stap te kunnen zetten heb je drie vaardigheden nodig: je moet een doel (kunnen) stellen, genoeg lef hebben om de stap te zetten en het juiste netwerk om je een duwtje in de goede richting te geven. De drie draaiboeken van aanTafel zijn hierop gebaseerd en als deelnemer kun je kiezen uit een Doelgesprek, Netwerkgesprek of Lefgesprek.

womeninc.nl/aantafel

Gesprekken met Fier en MaDi over samenwerking

In 2018 hebben we met maatschappelijke partijen als MaDi in Amsterdam ZuidOost en Fier in Leeuwarden gesprekken gevoerd over een mogelijke samenwerking. Snel werd duidelijk dat zij worstelen met interne vraagstukken en prioriteiten, waardoor weinig ruimte vrijgemaakt kan worden voor interventies die wij aanbieden. Zij zien wel de meerwaarde van deze interventies, maar de samenwerking vraagt om een lange adem. We onderhouden nog steeds contact met hen en zijn opnieuw in gesprek over op welk moment en op welke wijze zij onze interventies kunnen en/of willen toepassen voor het realiseren van hun eigen doelstellingen.

Project De route naar Inclusief Werkgeverschap

Huidige trends op de arbeidsmarkt vragen werkgevers een visie en handelingsperspectief te ontwikkelen op het creëren van een inclusief werkklimaat, met een focus op organisatiecultuur en een inclusief personeelsbeleid. Er kan en moet veel verbeteren in de werving, het behoud en de ontwikkeling en doorstroom van divers talent, zodat iedereen in Nederland de mogelijkheid krijgt om te werken en talenten optimaal benut en ontwikkeld worden. In het belang van werknemers en werkgevers van deze en toekomstige generaties start het nieuwe project De route naar inclusief werkgeverschap voor de duur van drie jaar. Met vele samenwerkingspartners en een actief betrokken netwerk van werkgevers gaan we samen een versnelling realiseren richting een inclusieve arbeidsmarkt. De coördinatie van dit programma ligt in handen van WOMEN Inc. Dit project is in samenwerking met en wordt gefinancierd door de Goldschmeding Foundation.

Looptijd: vanaf 2018

ACTIVITEITEN 2018

In aanloop naar de officiële projectaanvraag voor het project De route naar inclusief werkgeverschap is tijdens de maanden november en december tijd besteed aan het formuleren van de verandertheorie. Met een externe procesbegeleider hebben WOMEN Inc. en de Goldschmeding Foundation samen in kaart gebracht hoe wij de gestelde doelstelling kunnen realiseren, via welke verandervaden en met welke interventies en outcomes. De visual en het narratief van deze Theory of Change zijn een belangrijk onderdeel bij het indienen van de projectaanvraag begin 2019.

Verder zijn er voorbereidende en wervende gesprekken gevoerd met werkgevers die na onze Masterclass 'De winst van werkgeluk' in september (zie pagina 14) graag meer wilden weten over deze thematiek. Uiteindelijk hebben 15 organisaties belangstelling getoond om actief deel te nemen aan het nieuw te vormen INCubatorsnetwerk dat onderdeel is van het project De route naar inclusief werkgeverschap. De kickoff van dit netwerk zal in het voorjaar van 2019 plaatsvinden.

Project Kennisontsluiting Gender & Gezondheid

Het is van belang dat de bestaande en nieuwe kennis over sekse- en genderverschillen in relatie tot gezondheid - bijvoorbeeld uit het Kennisprogramma Gender & Gezondheid -, beter wordt ontsloten richting professionals en patiënten en geborgd in bestaande structuren.

Dit is een project in samenwerking met de Federatie Medisch Specialisten, het Nederlands Huisartsen Genootschap en de Patiëntenfederatie Nederland. Het wordt gefinancierd door ZonMw, vanuit het vierjarig Kennisprogramma Gender & Gezondheid (2017-2020) geïnitieerd door het ministerie van VWS.

Looptijd: 2018- 2019

ACTIVITEITEN 2018

In 2018 heeft er een verkenning plaatsgevonden en is geschreven aan het Rapport Kennisontsluiting Gender & Gezondheid waarin een concreet plan van aanpak voor bundeling en effectieve verspreiding van bestaande en nieuwe kennis over man-vrouwverschillen in gezondheid en zorg is opgenomen. Dit rapport zal begin 2019 gepresenteerd worden aan ZonMw.

Inventarisatie en behoefteonderzoek

Om tot een concreet plan van aanpak voor duurzame kennisontsluiting te komen, is het nodig om in beeld te brengen welke behoefte en kennis er is onder zorgprofessionals en patiënten. Waar zijn knelpunten in de keten van kennisontsluiting en waar blijft kennis 'hangen'? Hierbij gaat het om het inzichtelijk maken via welke bestaande kanalen en kwaliteitsinstrumentaria kennis het beste kan worden ontsloten. Dit vraagt enerzijds om een inventarisatie van hetgeen er al voorhanden is (inventarisatie van de bestaande

kennisinfrastructuur en ontwikkeling van een kenniskaart) en anderzijds het onderzoeken van behoeften en knelpunten onder relevante stakeholders als het gaat om het ontsluiten van kennis.

Behoeftte relevante stakeholders

Om de behoefte van relevante stakeholders te inventariseren zijn veldgesprekken gevoerd met bureaumedewerkers van de betrokken wetenschappelijke verenigingen (NVR, NIV, NVVC en NHG), met patiënten en patiëntenverenigingen (Harteraad, Reumazorg Nederland en Reumafonds) en met zorgprofessionals: prof. J.S. Burgers (senior consultant NHG en voormalig hoofd afdeling richtlijnontwikkeling & wetenschap NHG), prof. dr. Toine Lagro-Janssen (emeritus hoogleraar gender en vrouwenstudies Radboud MC) en dr. Doreth Teunissen (huisarts en Kaderhuisarts Uro- en Gynaecologie). Ook zijn er expertmeetings georganiseerd met zorgprofessionals: met huisartsen van het NHG, met huisartsen uit het veld en met medisch specialisten.

Kenniskaart

Een goed voorbeeld van de constructieve samenwerking in dit project was de totstandkoming van de kenniskaart, een weergave van de kennisinfrastructuur in de gezondheidszorg. Iedere consortiumpartij is zich bewust van haar eigen kennisinfrastructuur, maar het was nog niet eerder op deze wijze in kaart gebracht. De zogenaamde kenniskaart faciliteerde het gesprek om de vinger op de zere plek te leggen; waar liggen barrières maar ook kansen om de 'knikker door de baan' te laten lopen?

Project Vitaliteit op de Werkvloer

WOMEN Inc. wil arbeidsuitval van vrouwen voorkomen door meer erkenning en bekendheid te genereren bij werkgevers over de impact van fysieke en mentale klachten bij twee bepalende levensfasen: zwangerschap en de overgang. Door tevens concreet handelingsperspectief te bieden, activeert WOMEN Inc. werkgevers om daadwerkelijk aan de slag te gaan en de arbeidsomstandigheden en gezondheid van vrouwelijke medewerkers in deze levensfasen te verbeteren. Met als gevolg vitalere, gezondere vrouwen op de werkvloer, behoud van vrouwelijk talent, minder kosten door arbeidsverzuim, en minder indirecte kosten zoals productiviteitsverlies en kosten voor vervangend personeel en re-integratie. Dit project waarbij WOMEN Inc. nauw samenwerkt met VUmc wordt mogelijk gemaakt met de financiële steun van Instituut Gak en de Nationale Postcode Loterij.

Looptijd: 2017-2019

vitaliteit-op-de-werkvloer.nl

ACTIVITEITEN 2018

Om het bewustzijn over de impact van zwangerschap en overgang op de werkvloer te vergroten en tevens het taboe te doorbreken rondom deze levensfasen zijn er diverse activiteiten ontplooid.

Week van de overgang

Activiteiten tijdens de Week van de Overgang (van 9 tot en met 13 april 2018) waren:

- Online artikelen o.a. over urgentie, cijfers en ervaringsverhalen rondom dit thema en good practices van werkgevers die een goed beleid voeren m.b.t. het ondersteunen van vrouwen in de overgang
- Presentatie WOMEN Inc. tijdens de opening van de Week van de Overgang bij Studio Vrouw.
- Interview op de website over 'Vitaliteit op de werkvloer' met Rik Imhof van Instituut Gak en met Petra Verdonk van VUmc.

- WOMEN Inc. sprak in een video van ZonMw over het belang van meer onderzoek naar de lichamelijke en psychische gevolgen van de overgang op vrouwen. Deze is online uitgezet.
- Christine Swart, managing director WOMEN Inc. was samen met gynaecoloog Dorenda van Dijken te gast bij Koffietijd om over de impact van de overgang op het werkende leven van vrouwen te praten.
- Wat moet iedere vrouw weten over de overgang? Dit bespraken we tijdens een Facebook Live met gynaecoloog Dorenda van Dijken en actrices, schrijvers en ervaringsdeskundigen Isa Hoes en Medina Schuurman.
- Tijdens de Week van de Overgang werden in het hele land aanTafel-gesprekken over het thema 'de overgang' gevoerd.

Expertmeeting bedrijfsartsen

WOMEN Inc. organiseerde op 16 mei 2018 een expertmeeting met bedrijfsartsen en verzekeringsartsen. Er waren in totaal negen experts met diverse achtergronden aanwezig. Dit bood een unieke gelegenheid om samen met hen vanuit hun rollen en perspectieven in gesprek te gaan over zwangerschap en overgang op de werkvloer.

Onderzoek VU overgang en werk

In 2018 is VUmc gestart met hun literatuuronderzoek naar overgang en werk en naar zwangerschap en werk. Hierin wordt ontrafeld hoe de arbeidssituatie tijdens zwangerschap en overgang van vrouwen in Nederland eruit ziet. Op dit moment ontbreekt een landelijk overzicht van deze cijfers en is onderzoek versnipperd over vakgebieden en sectoren. De overzichtsstudie biedt een kennissynthese en brengt tevens kennishiaten in beeld.

Werkgeversevent

Op 24 september organiseerde WOMEN Inc. de Masterclass 'Wat is de winst van werkgeluk' (zie ook pagina 14). Petra Verdonk van VUmc (foto) gaf een vlammend betoog over aandacht voor zwangerschap en overgang op de werkvloer, de noodzaak van onderzoek en het formuleren van handelingsperspectief voor werkgevers. Ook in het panelgesprek was er aandacht voor de overgang als onderdeel van vitaliteit op de werkvloer. Tot slot was er een audiotour met ervaringsverhalen over o.a. zwangerschap en overgang op de werkvloer.

Enkele cijfers

Social media bereik	207.000 (organisch en gesponsord)
Social media engagement	10.900 (conversie 5,3%)

**#WeekvandeOvergang**

55%



51

1,6
miljoen

Project De WerkZorgBerekenaar

1 op de 3 (aanstaande) ouders laat zich door financiële redenen weerhouden van hun ideale werk-zorgverdeling. Keuzes worden vaak gemaakt op basis van onvolledige financiële informatie. Bijvoorbeeld vanuit de aanname dat kinderopvang te duur is of dat de meest verdienende partner beter niet minder kan gaan werken. En dat terwijl een andere verdeling misschien meer tijd en/of geld kan opleveren! Het is moeilijk om goed in beeld te krijgen hoe diverse fiscale regelingen en toeslagen op elkaar inwerken. Om (toekomstige) ouders te helpen bij het maken van een financieel bewuste keuze hebben WOMEN Inc. en het Nationaal Instituut voor Budgetvoorlichting (Nibud) de WerkZorgBerekenaar ontwikkeld. Deze samenwerking wordt gefinancierd door het ministerie van OCW.

Looptijd: 2016-2019
werkzorgberekenaar.nl

ACTIVITEITEN 2018

Sinds de succesvolle lancering van de WerkZorgBerekenaar in juni 2017 hebben we veel aandacht hieraan besteed op onze website en social media kanalen. Er is veel belangstelling voor de tool vanuit de media, zo ook in 2018. Zo stonden we onder meer in het Radar magazine, op Vrouw.nl en werden we op FD.nl uitgelicht bij de 'beste gratis

rekentools van het web'. Ook stond er een groot artikel in de jaarlijkse 'Zwanger' special van het magazine WIJ Jonge Ouders (oplage 170.000).

WerkZorgBerekenaar op de Negenmaandenbeurs

In februari 2018 stonden we met een WOMEN Inc. stand op de Negenmaandenbeurs in RAI Amsterdam. Bezoekers konden samen met een van onze medewerkers de WerkZorgBerekenaar invullen. Ook gaven we twee keer een Masterclass waarin we met (toekomstige) ouders alle ins en outs van de WerkZorgBerekenaar bespraken.

1-jarig bestaan - 100.000 gebruikers

Op 1 juni 2018 (Dag van de Ouders) bestond de WerkZorgBerekenaar 1 jaar en was de tool door meer dan 100.000 mensen gebruikt. Hierover hebben we die dag een persbericht uitgestuurd dat werd opgepikt door onder andere Twijfelmoeder.nl, RTLnieuws/Z en Volkskrant. Ook hebben we op social media aandacht besteed aan deze prachtige mijlpaal.

Flyer WerkZorgBerekenaar in de Blijde Doos

In 2018 is een speciale flyer met informatie over de WerkZorgBerekenaar drie maanden lang meegegaan in de Blijde Doos. In totaal zijn er 35.000 flyers verspreid onder nieuwe ouders.

Enkele cijfers

Social media bereik (organisch)	154.000
Unieke bezoekers werkzorgberekenaar.nl	21.542
Totaal aantal ingevulde vragenlijsten (via WOMEN Inc. en Nibud)	47.705



Stand Negenmaandenbeurs

Coördinator SDG-5 en SDG-10

In het najaar van 2018 is WOMEN Inc. samen met WO=MEN door het ministerie van Buitenlandse Zaken benoemd tot Coördinator SDG-5 (Sustainable Development Goal 5 - Gendergelijkheid).

Als SDG 5 -coördinator kunnen we, samen met onze co-coördinator WO=MEN, met een diversiteit aan stakeholders (politiek, overheid, bedrijfsleven, maatschappelijk middenveld, scholen, universiteiten en individuen) samenwerken en allianties vormen voor meer gendergelijkheid en de empowerment van vrouwen en meisjes. SDG 5 is voor ons doel en middel: we versterken mensen, organisaties, bedrijven en onderwijsinstellingen om een vruchtbare voedingsbodem te creëren voor gendergelijkheid en vrouwenrechten.

Als coördinator organiseerden we verschillende evenementen zoals de Workshop Gendergelijkheid op de werkvloer met WO=MEN tijdens de SDG Action Day 2018 van het SDG Charter (zie ook pagina 13).

Daarnaast werd Jannet Vaessen najaar 2018 vanuit haar boek IEDEREEN Inc. gevraagd om ook de coördinatie van SDG-10 (Ongelijkheid verminderen) op zich te nemen.

Looptijd: 2018 - 2019

sdgnederland.nl/sdgs



Project De tafel van één

De tafel van één is een aanpak voor vrouwen die een grotere afstand tot de arbeidsmarkt ervaren en wel stappen willen zetten, maar niet zo goed weten hoe.

De tafel van één bestaat uit een serie van zeven opeenvolgende bijeenkomsten, één ochtend per week. In vier tafelgesprekken wordt er stilgestaan bij vragen als: 'Wat wil ik nou echt?' en 'Hoe kan ik dat bereiken?'. In de drie aansluitende workshops 'Versterk jezelf!' worden nieuwe stappen gezet. Door mee te doen aan De tafel van één ontdekken vrouwen hun kracht en vinden ze de motivatie om hun doel te bereiken.

In 2018 voerden we De tafel van één uit in opdracht van de gemeente Harderwijk en de gemeente Nijmegen.

Looptijd: 2018

womeninc.nl/de-tafel-van-eeen

ACTIVITEITEN 2018

In de gemeente Harderwijk organiseerden we samen met Zorg Dat! twee series twee series van De tafel van één, een buddytraining en een terugkom-ochtend. In totaal hebben 60 vrouwen meegedaan en hebben we acht nieuwe Tafelbuddy's getraind.

In de gemeente Nijmegen organiseerden we vijf series waarvan drie in Nijmegen, een in Malden en een in Beuningen. We werken hier nauw samen met de NUG-consulent vanuit de gemeente. Deze werft de deelnemers en begeleidt hen na de serie. En met de lokale Tafelbuddybegeleider die de Tafelbuddy's de eerste training geeft; zij begeleidt de vrouwen tijdens de gesprekken en houdt planningen bij. Tevens hebben we in Nijmegen een feestelijk startevent georganiseerd. Op 8 maart (internationale vrouwendag) kwamen 60 mensen, van gemeentemedewerkers tot potentiële deelnemers, bij elkaar om kennis te maken met De tafel van één en de methodiek. In totaal hebben in Nijmegen ongeveer 75 vrouwen meegedaan aan de series en zijn er zes tafelbuddy's getraind.

WOMEN Inc. verzorgt de basis voor de communicatiematerialen, helpt met werven (digitaal), verzorgt alle materialen voor de series, traint de Tafelbuddy's en geeft de workshops in de serie. Tevens staan we de lokale organisatie bij met raad en daad.

Thought leadership

Binnen onze strategische aanpak maken we (zoals verder toegelicht in hoofdstuk 'Strategische aanpak en unieke werkwijze') onderscheid tussen Thought & Action Leadership.

De Thought Leadership thema's zijn onderwerpen waar we (nog) geen gefinancierde projecten op hebben, maar waarvan we wel zien dat ze actueel zijn en waarvan we het essentieel vinden dat WOMEN Inc. hier actief over communiceert en een standpunt over inneemt. Dit is dus aanvullend op alle thema's die vanuit onze programmalijnen/projecten binnen Action Leadership worden opgepakt en uitgedragen. De Thought Leadership thema's worden bepaald door het bestuur, de directie en de coördinatoren. Voor 2018 kozen we de onderstaande thema's die we illustreren aan de hand van een paar voorbeelden.

Gender gelijkheid

Uiteraard besteden we, in lijn met onze missie, het hele jaar door aandacht aan gender gelijkheid. Dit zit verweven in al onze activiteiten en programmalijnen en op een aantal momenten in het jaar vragen we hier extra aandacht voor. Zo maakten we voor 8 maart, Internationale Vrouwendag, een video met als thema: #maakookhetverschil. Hierin zetten we een aantal moedige vrouwen die het verschil maken in de strijd voor gelijkwaardigheid in de spotlights. We riepen onze achterban op om zelf ook het verschil te maken, de video te delen en een moedige vrouw of man uit hun eigen omgeving te taggen.

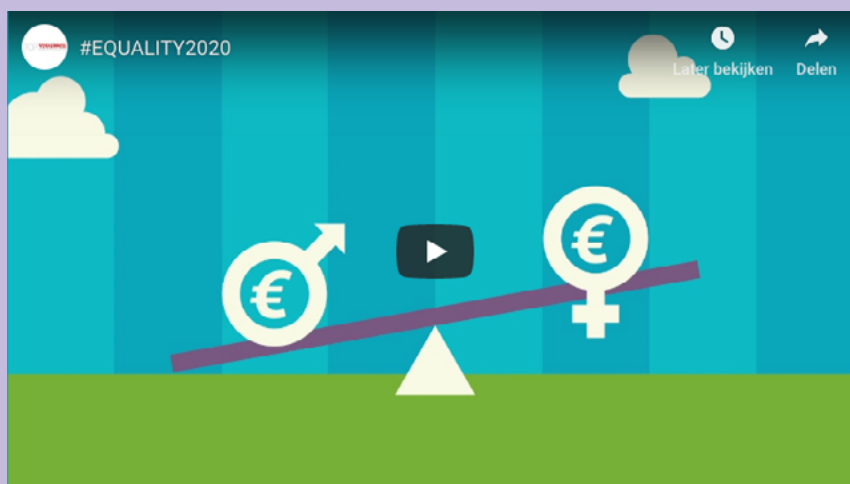
Inclusiviteit

Wat betreft inclusiviteit zijn er verschillende video's en artikelen gemaakt waarin onze algemeen directeur Jannet Vaessen de essentie van haar boek IEDEREEN Inc. vertelt. Onder meer door Brainwash en MaatschapWij. Bovendien werd Jannet in 2018 opgenomen in de Dikke Blauwe die eind 2017 'Inclusiviteit' als buzz woord van het jaar bestempelde.

#MeToo/machtsverhoudingen/

Vrouwen aan de Top

WOMEN Inc. heeft de #MeToo-discussie op de voet gevolgd. We hebben verschillende artikelen gedeeld om onze achterban te informeren over de geschiedenis en het verloop van de discussie. Begin maart plaatste de Volkskrant een opiniestuk van Jannet, waarin ze waarschuwde voor de gevolgen van 'vastgeroeste' machtsverhoudingen en -mechanismen. Dit stuk had vooral een focus op de man-vrouwverhoudingen aan de top. Op dit onderwerp heeft WOMEN Inc. later in september het Manifest #Equality2020 gelanceerd om een evenwichtige representatie in de top van het bedrijfsleven te realiseren. Dit deden we samen met Equileap, Stichting Topvrouw van het jaar, Talent naar de Top en [Topvrouwen.nl](https://topvrouwen.nl).



Overgang en hormonen

Rondom overgang heeft WOMEN Inc. actief meegedaan aan de Week van de Overgang. Zo deelden we artikelen en zetten we een Facebook Live op, waarin we gynaecoloog Dorenda van Dijken en ervaringsdeskundigen/mediapersoonlijkheden Isa Hoes en Medina Schuurman interviewden en zij vragen vanuit onze achterban beantwoordden. Diezelfde week zat onze Managing Director Christine Swart samen met Dorenda van Dijken bij Koffietijd om te vertellen over de impact van de overgang op het dagelijks leven van vrouwen. Daarnaast benadrukte Christine het belang van aandacht voor de overgang op de werkvloer; een onderwerp waar we inmiddels Action Leader op zijn met het project Vitaliteit op de Werkvloer (zie pagina 34). Later dit jaar zat onze redacteur Xanne Visser in een panel bij het programma 'Bloody Hormones' (van de Rode Hoed en de Bovengrondse) over de invloed van hormonen op migraine, anticonceptie en over hormonen in het algemeen.

Loonverschil/ongelijke beloning

Begin 2018 was er geen financiering voor agendering van het thema loonverschil/ongelijke beloning. Onze in 2014 gelanceerde campagne 'Waar is mijn €300.000,-?' was gestopt. Toch hebben we doorlopend research gedaan en artikelen gedeeld en zijn we in 2018 verschillende keren in de media geweest (onder andere NOS, Pauw.nl, NPO Radio 1). Dit had als gevolg dat we met steun van Ministerie van OCW uiteindelijk dit najaar het project Aanpak Loonkloof konden starten en de campagne nieuw leven konden in blazen.



Impact van ons werk

Eind 2017 heeft WOMEN Inc. expertise rondom het realiseren en meten van impact aan het team toegevoegd in de vorm van een Coördinator Strategie & Impact. Daarnaast is met ingang van dit jaar nauw samengewerkt met externe partijen om de impact van ons werk te monitoren. Voor diverse programmalijnen is in 2018 een impactraamwerk en monitoringsplan opgesteld en uitgevoerd, zoals voor de Alliantie Samen werkt het!, de Coalitie Beeldvorming in de media, de Alliantie Gezondheidszorg op Maat en het Project Ouderschap en Werk. Zo ook voor de interventies gericht op de individuele vrouw.

Het komen tot een impactraamwerk is keer op keer een leerzame exercitie. Sinds 2018 monitoren we events ook ter plekke, aan de hand van Mentimeter of SurveyMonkey. Beiden zijn laagdrempelige manieren om op te halen in hoeverre deelnemers bewuster zijn geworden, een groter handelingsperspectief hebben en in hoeverre ze geactiveerd zijn om zelf aan de slag te gaan.

Meten interventies gericht op de individuele vrouw

Afgelopen jaar heeft WOMEN Inc. voor de interventies gericht op de individuele vrouw, De tafel van één en aanTafel, een impactraamwerk en monitoringsplan gemaakt. Hiermee konden we via een online vragenlijst de voortgang van onze deelnemers meten. Hierbij hebben we een aantal zaken geleerd:

- De tafel van één wordt altijd ingezet in samenwerking met een gemeente om de interventie te verduurzamen. Dat betekent dat we moeten aansluiten bij lokale infrastructuur en werkwijze, waar onze werkwijze met een online vragenlijst en opgesteld monitoringsplan en impactraamwerk vaak niet in past. Wel hebben de gemeenten waar De tafel van één is uitgevoerd, gebruik gemaakt van ons raamwerk en vragenlijst om hun eigen monitoring te verbeteren.

- De online werkwijze sluit niet goed aan op kwetsbare doelgroepen. Zij staan vaak wantrouwend tegenover onderzoek en maken weinig gebruik van online communicatie.
- We hebben geleerd dat een evaluatieve monitoring beter werkt dan een nul- en nameting. Onze interventies zijn mede gericht op bewustwording en dat brengen we beter in kaart met een nameting. Bovendien worden deelnemers dan minder belast met vragenlijsten.
- Kwantitatieve monitoring zoals een online vragenlijst, is met name effectief bij grote aantallen deelnemers. Bij kleinere aantallen en doelgroepen in een meer kwetsbare positie werkt kwalitatieve monitoring beter, maar dat vraagt dat ook om extra begeleiding en inzet van de onderzoeker.
- Zelfs bij aanTafel, een interventie waar we positieve feedback op kregen, was de respons op de vragenlijst laag. We hebben bewust enkele weken gewacht voordat we de vragenlijst sturen omdat resultaten direct na afloop vaak positiever uitvallen en wij het duurzame resultaat in kaart wilden brengen. Echter, waarschijnlijk omdat de interventie juist aantrekkelijk is door haar laagdrempeligheid, is het voor deelnemers een te grote stap om enkele weken na afloop een vragenlijst in te vullen.

Mooi om te delen is dat gesprekken over het monitoren van impact bij een van de trainingen die we het afgelopen jaar hebben aangeboden, hebben geleid tot een veel dieper inzicht in de achtergrond en situaties van onze doelgroepen. We zagen in dat factoren als huwelijkse staat en inkomen eigenlijk weinig zeggen over de schrijnende positie waar vrouwen in kunnen zitten. Precies de fout die in veel onderzoeken wordt gemaakt: uitgaan van kenmerken van vrouwen biedt onvoldoende inzicht in hoe een combinatie van kenmerken tot kwetsbaarheid kan leiden.

Funding Mothers Netwerk en landelijke aanwezigheid

Funding Mothers Netwerk

Afgelopen jaar is extra geïnvesteerd in ons particuliere donateurs netwerk van Funding Mothers. Met steun van deze Funding Mothers kan WOMEN Inc. versneld de positie van alle vrouwen in Nederland verbeteren. Het netwerk wordt gevormd door toonaangevende vrouwen die staan voor verandering en geloven in de missie van WOMEN Inc. Dankzij de Funding Mothers kunnen we onafhankelijk en constructief doorbraken blijven creëren.

Om dit netwerk sneller te laten groeien is samen met een extern adviesbureau een nieuwe strategie voor fondsenwerving ontwikkeld, met een

betrokken rol van Funding Mothers-ambassadeurs als Maya Meijer-Bergmans, Carolien Gehrels, Carien van der Laan, Noëlle Haitzma, Tanja Nagel, Marieke van der Plas en Marijke Paaijmans. Tevens is het WOMEN Inc. team uitgebreid met een medewerker fondsenwerving om in dit proces te ondersteunen. Deze nieuwe aanpak heeft erin geresulteerd dat Funding Mothers zich nu voor minimaal 5 jaar (financieel) verbinden aan WOMEN Inc. in plaats van een eenmalige donatie. Eind 2018 bestond het Funding Mothers netwerk uit ruim 30 vrouwen. Daarnaast zegden 20 vrouwen toe om met ingang van 2019 WOMEN Inc. te willen steunen.



Landelijke aanwezigheid - Ambassadeurs

Voor het vergroten van onze landelijke aanwezigheid is dit jaar ook weer actief samengewerkt met het netwerk van regionale WOMEN Inc. ambassadeurs. Dit zijn vrouwen uit onze achterban die zich vrijwillig inzetten om vrouwen in de regio te informeren over onze programma's, online tools en campagnes. Zij organiseren aanTafel gesprekken en/of netwerkbijeenkomsten in hun buurt waar vrouwen zichzelf en elkaar kunnen versterken. Deze ambassadeurs zijn voor ons de ogen en oren in het land. Zij koppelen aan ons terug wat vrouwen uit hun regio nodig hebben of wat hen bezig houdt. In 2018 waren er 16 ambassadeurs actief, verspreid over het hele land. En voor de verbinding met het WOMEN Inc. team hebben we ook twee ambassadeursbijeenkomsten georganiseerd.

Activiteiten in het land

De ambassadeurs stonden aan de wieg van verschillende regionale activiteiten. Samen met lokale vrouwenorganisaties organiseerden zij allerlei vrouwenevents. Events die erop gericht

zijn dat vrouwen met elkaar kunnen praten over relevante thema's en gestimuleerd worden na te denken over welke volgende stap zij voor zichzelf willen zetten. Zo heeft onze ambassadeur in Apeldoorn tijdens Internationale Vrouwendag een groot festival (234 bezoekers) georganiseerd. Er waren allerlei workshops en er was een ondernemersplein voor vrouwelijke ondernemers. Behalve in Apeldoorn vonden in 2018 ook events plaats in Den Bosch, Eindhoven, Den Haag, Middelburg, Waalwijk en Amsterdam.

Verder organiseerden de ambassadeurs gespreksleiders bijeenkomsten voor de aanTafel gespreksmethodiek. De gespreksleiders zijn onze vrijwilligers in het land, die onder andere aanTafel gesprekken leiden. De bijeenkomsten zijn ook bedoeld om de gespreksleiders bij te praten op de thema's/het werk van WOMEN Inc. en samen met hen te kijken welke kansen er in de regio liggen.

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



Verslag van het bestuur

Het bestuur is het hoogste orgaan binnen WOMEN Inc. en draagt verantwoordelijkheid voor het algemene beleid van de stichting en stelt de begroting en jaarrekening vast. Normaliter bestaat het bestuur uit vijf onbezoldigde leden. Echter, doordat de bestuurstermijn van twee bestuursleden in november afliep bestond het bestuur eind 2018 uit drie bestuursleden; Carolien Gehrels (voorzitter), Sandra Dol (vice-voorzitter) en Michael Kembel (penningmeester).

Vergaderingen

Het bestuur kwam vier keer bijeen. Tijdens deze vergaderingen is gesproken over de begroting, de jaarrekening, de algemene fondsenwerving, de groei van het Funding Mothers netwerk, de ontwikkeling van LOKET Inc., het Strategisch Beleidsplan 2018-2022 en de transitie van het Bestuursmodel naar een Raad van Toezicht-model dat in mei 2019 zal ingaan.

Bestuurssamenstelling

Eind november namen Frits Spangenberg en Yasemin Tümer afscheid van het bestuur, na het beëindigen van hun tweede termijn. Daarmee werd de functie van penningmeester overgedragen van Yasemin Tümer aan Michael Kembel. Bij de jaarlijkse toetsing van de cv's van onze bestuursleden is geen mogelijke belangenverstrengeling geconstateerd.

Belangrijkste besluiten in 2018

Het bestuur heeft Maaïke den Ouden toestemming gegeven om als 'bestuur stagiaire' onderzoek te doen naar de verschillen tussen een Bestuursmodel en een Raad van Toezicht-model, resulterend in een advies over het meest passende model met bijpassende informatiestromen en monitorings-KPI's aan het einde van het jaar.

Tevens heeft het bestuur het Strategische Beleidsplan 2018-2022 vastgesteld.

Om de particuliere fondsenwerving een extra 'boost' te geven, heeft het bestuur gekozen voor het betrekken van een adviesbureau (inclusief een trainee-medewerker voor de uitvoering van ondersteunende, fondsenwervende werkzaamheden) om WOMEN Inc. te begeleiden met het opstellen van een nieuw plan van aanpak voor het Funding Mothers netwerk.

De jaarbegroting, jaarrekening en meerjarenbegroting 2018-2021 zijn ook goedgekeurd door het bestuur.

Bestuurscommissies

Er zijn twee bestuurscommissies actief geweest. De commissie Financiën & Organisatie richt zich naast het controleren van de begroting ook op de personele ontwikkeling van WOMEN Inc. en de financiële consequenties daarvan.

De commissie Programma & Marketing heeft een focus op de invulling van de WOMEN Inc. programmalijnen, de zichtbaarheid en positionering van WOMEN Inc. via onze publiekscampagnes, social media kanalen en media-optredens.

Tevens hebben beide commissies zich afgelopen jaar bezig gehouden met de positionering en het business model van het nieuw te ontwikkelen LOKET Inc.: Een nieuw 'label' van WOMEN Inc. dat de expertise die wij jarenlang hebben opgebouwd op het gebied van (onbewuste) in- en uitsluiting in de vorm van workshop en advieswerkzaamheden verkoopt aan professionals: hoe kunnen zij bijdragen aan een inclusieve samenleving, als mediamaker, als zorgprofessional en als werkgever.

Verantwoordingsverklaring

Het bestuur stelt vast dat de jaarverslaglegging en jaarrekening over 2018 is gebeurd volgens de Richtlijn 650 Fondsenwervende Instellingen. Het bestuur is van mening dat de organisatie in 2018 de middelen efficiënt en effectief heeft besteed en dat er voldoende scheiding is geweest tussen de functies toezicht houden en uitvoeren. In dit jaarverslag beschrijven we hoe deze middelen hebben besteed en welke activiteiten zijn ontplooid als Algemeen Nut Beogende Instelling, gericht op het bevorderen van gendergelijkheid in Nederland.



Het WOMEN Inc. bestuur: Michael Kembel, Carolien Gehrels en Sandra Dol

Organisatie en personeel

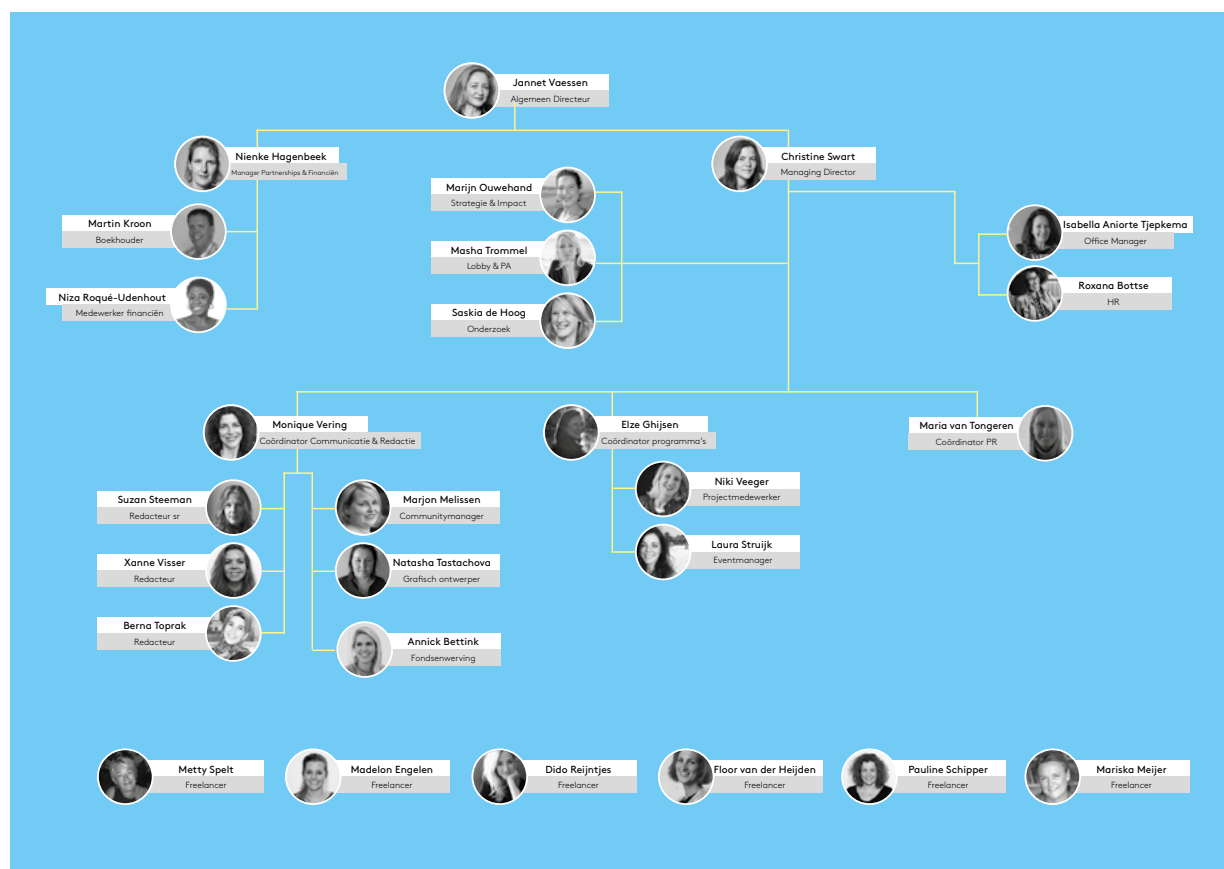
Samenstelling team

Een van de belangrijkste 'assets' van WOMEN Inc. is de aanwezige kennis en expertise binnen het WOMEN Inc. team. Het team maakt de content voor onze programma's en campagnes, doet onderzoek naar onze thema's en staat als expert voor de tv camera of in de krant. Als WOMEN Inc. willen we altijd snel kunnen reageren op nieuws en actualiteiten, op persverzoeken of kansen om een (nieuw) publiek kennis te laten nemen van onze doelen, campagnes of activiteiten. Vandaar dat onze medewerkers niet alleen gespecialiseerd zijn in een bepaald onderwerp of thema, maar ook multi-inzetbaar zijn voor allerlei verschillende soorten verzoeken, opdrachten, projecten of adviestrajecten.

Het team van WOMEN Inc. telde dit jaar 18 medewerkers (14,3 fte) met een vast contract of een contract voor bepaalde tijd. Gedurende het jaar is de functie van medewerker partnerships &

financiën opgeheven en is gekozen voor een tijdelijke freelance ondersteuning bij specifieke werkzaamheden. Eind 2018 is een nieuw functieprofiel opgesteld waarbij de functietitel en inhoud is aangepast naar financieel administratief medewerker, met de nadruk op het bieden van administratieve ondersteuning bij het nieuwe programmatische werken. Hiervoor is eind 2018 een sollicitatieprocedure in gang gezet, zodat in 2019 een nieuwe medewerker kan worden aangesteld.

Ook is er wederom bewust gekozen voor het behouden en doorontwikkelen van een vaste pool van freelance productiemedewerkers en projectleiders die flexibel inzetbaar zijn voor specifieke projecten. Tevens heeft een aantal stagiaires het afgelopen jaar ervaring opgedaan op de afdelingen Marketing & communicatie, Productie en Redactie.



Verzuim

Het verzuimpercentage is in 2018 gestegen naar 7,27 wat overeenkomt met 487,45 dagen. Er is bij twee medewerkers sprake van langdurig verzuim wegens burn-out verschijnselen. Deze medewerkers zijn in behandeling bij de bedrijfsarts en volgen een reïntegratietraject via Zorg van de Zaak.

Diversiteitsbeleid

WOMEN Inc. heeft in 2017 de charter van Diversiteit van Diversiteit in Bedrijf ondertekend; een intentieverklaring gericht op het bevorderen van diversiteit en inclusie op de werkvloer. WOMEN Inc. hanteert een diversiteitsbeleid dat streeft naar een personele samenstelling die een afspiegeling is van de Nederlandse samenleving. Om jaarlijks te monitoren hoe het gesteld is met onze interne diversiteit is er een diversiteitscommissie geïnstalleerd. Zij kijken naar aspecten als leeftijd, etniciteit, gender en arbeidsbeperking. Doelstelling voor de komende jaren is het aantrekken van mannelijke medewerkers, medewerkers met andere nationaliteit of herkomst en oudere medewerkers (50 plus). Naast deze primaire doelstellingen worden ook doelen voor andere diversiteitskenmerken gehaald: op het gebied van arbeidsbeperking is bijvoorbeeld de doelstelling inmiddels gerealiseerd met een medewerker die slechthorend is. Dit vergt de nodige aanpassingen van ons team en onze externe relaties, maar heeft een enorme meerwaarde.

Naast het adviseren bij het aannemen van nieuwe medewerkers geeft de diversiteitscommissie ook sturing aan het bespreekbaar maken van onbewuste vooroordelen en merkbare verschillen in denken en doen. Tijdens onze maandelijkse teamlunch besteden we aandacht aan dit onderwerp. Dit jaar heeft de commissie ook een training georganiseerd voor de gehele organisatie over 'being biased' in onze externe communicatie.

Persoonlijke ontwikkeling

Voor de persoonlijke ontwikkeling van het team was er ook dit jaar budget beschikbaar voor opleidingen en trainingen. Naast dat medewerkers zelf kunnen aangeven waar ze behoefte aan hebben of graag willen ontwikkelen, zijn er ook trainingen georganiseerd voor het hele team. Zo heeft het team een vervolgtraining in communicatiestijlen gehad in januari 2018 en hebben we een masterclass gevolgd over onze eigen onbewuste vooroordelen in ons dagelijkse handelen en doen. Tevens zijn er diverse sessies georganiseerd met Mimoun Oaïssa, met als thema 'krachtige uitstraling woordvoering en positionering van jezelf en WOMEN Inc.'.

Nieuwe werkwijze

In 2018 zijn we gestart met programmatisch werken. Bij deze nieuwe werkwijze hebben we per programmalijn een vast projectteam aangesteld. Elk projectteam bestaat uit twee vaste teamleden, namelijk een programmamanager die verantwoordelijk is voor de voortgang, planning en financiën en een strateeg die verantwoordelijk is voor het realiseren van de beoogde impact en het bepalen van de inhoudelijke koers van de programmalijn. Afhankelijk van de verdere invulling van de projectactiviteiten en de omvang van het betreffende project wordt het team vervolgens aangevuld met WOMEN Inc. medewerkers en/of freelancers met ieder een eigen expertise.

Urenregistratie

Parallel aan deze inhoudelijke structurering is dit jaar een nieuw urenregistratiesysteem ingevoerd, om inzicht te krijgen in de facturabele en niet-facturabele uren per medewerker en per activiteit. Tevens dient dit als basis voor de financiële verantwoording richting onze partners en voor het opstellen van de jaarrekening. We kunnen met trots melden dat alle medewerkers inmiddels gewend zijn aan deze nieuwe werkwijze, waardoor we ons na dit eerste pilotjaar vanaf 2019 kunnen richten op de monitoring en optimale inzetbaarheid van onze medewerkers.

Financiën en partnerships

Stichting WOMEN Inc. is een organisatie zonder winstoogmerk en hanteert de Richtlijn 650 Fondsenwervende instellingen. Het jaar 2018 was financieel gezien een zeer succesvol jaar. We sluiten dit jaar af met een positief eindresultaat van €19.822. Dit saldo is het resultaat van succesvolle fondsenwerving en de nieuwe strategische koers, het aangaan van langdurige partnerships, die vorig jaar in gang is gezet. De totale baten zijn in 2018 met circa 68% gestegen ten opzichte van 2017 (totale baten: €1.765.633) en bedroegen in totaal €2.959.809. Aan de lastenkant zien we door de groei van het aantal programmalijnen ook een stijging van de activiteiten gericht op de doelstelling van €1.706.733 in 2017 naar €2.884.420 in 2018.

ANBI-status

Sinds 2008 heeft Stichting WOMEN Inc. een ANBI-status (Algemeen Nut Beogende Instelling). Volgens de regels van de ANBI moet een organisatie minimaal 90% van haar activiteiten en inkomsten aan de doelstelling besteden. Van de totale baten in 2018 is €2.884.420 (97,45%) ten goede gekomen aan de primaire doelstelling. Dit betreft activiteiten die in opdracht of vanuit een partnership georganiseerd zijn om bij te dragen aan onze missie.

Specificatie van de inkomsten

Conform de richtlijn rapporteert WOMEN Inc. in de jaarrekening op vijf inkomstencategorieën: baten van particulieren, baten van vermogensfondsen, baten van loterij organisaties, baten van subsidies van overheden en baten als tegenprestatie voor de levering van producten en/of diensten. De meeste baten hebben een structureel karakter aangezien het partnerships of opdrachten zijn voor minimaal twee tot maximaal vijf jaar.

Baten van overheden

Naast het reeds lopende Project WerkZorgBerekenaar (2016-2019) en de Coalitie Beeldvorming in de Media (2017-2019) gingen in 2018 drie nieuwe programmalijnen van start met de financiële steun van ministerie van OCW. Dit betreft de Alliantie Samen werkt het! (2018-2022), de Alliantie Gezondheidszorg op Maat (2018-2022) en het Project Aanpak Loonkloof (2018-2019). Tijdens dit eerste opstartjaar van de twee strategische allianties is sprake geweest van overlopende activiteiten en kosten. Dit had ook invloed op het resultaat van de gerealiseerde baten vanuit overheid ad €1.618.482. Er is namelijk circa €720.000 aan inkomsten doorgeschoven naar 2019 als zijnde vooruitontvangen subsidies.

Baten van vermogensfondsen

Met Instituut Gak heeft WOMEN Inc. een samenwerking rond het Project Vitaliteit op de Werkvloer (2017-2019). Verder gingen dit jaar twee nieuwe projecten van start met steun van de Bernard van Leer Foundation; Coalitie Vaderschap (2018-2019) en het Project Ouderschap & Werk (2018-2020). Ook hebben we een nieuwe samenwerkingspartner gevonden in de Goldschmeding Foundation die nauw betrokken is bij de projecten De route naar Inclusief Werkgeverschap (2018-2019) en het Project Lab Toekomstige Generaties (2018-2019). In totaal is vanuit vermogensfondsen €363.156 gerealiseerd aan inkomsten.

Baten van loterij organisaties

Sinds 2012 is WOMEN Inc één van de vaste beneficiënten van de Nationale Postcode Loterij met een bijdrage van €500.000 per jaar. De Nationale Postcode Loterij is opgericht om goede doelen te steunen die werken aan een rechtvaardige en groene wereld. De loterij werft fondsen voor haar goede doelen en geeft bekendheid aan hun werk. De jaarlijkse bijdrage vanuit de Nationale Postcode Loterij aan WOMEN Inc. is gericht op het bevorderen van sociale cohesie in Nederland en het versterken van verschillende doelgroepen tegen financiële kwetsbaarheid, zowel live als digitaal. Dankzij deze bijdrage is WOMEN Inc. in staat om deze (kwetsbare) vrouwen actief op te zoeken en hen te versterken middels onze programma's en activiteiten. Naast het versterken van de vrouwen zelf, richten we ons ook op de systeemverandering die nodig is om ongelijkheid tegen te gaan. Hiervoor zetten we onze agenderende kracht in en laten we de stem van de vrouw horen in Den Haag, in het belang van toekomstige generaties vrouwen. De baten van de Nationale Postcode Loterij zijn dit jaar €64.586 lager uitgevallen dan begroot doordat de kosten van enkele reeds in gang gezette activiteiten in het volgende boekjaar zullen vallen. Dit deel van €64.586 is bestemd voor de verdere professionalisering en strategie-ontwikkeling van WOMEN Inc. met onder andere een Theory of Change, statutenwijziging en de transitie naar een Raad van Toezicht model.

Baten van bedrijven en andere partnerships

Onze succesvolle fondsenwerving is dit jaar vooral terug te zien in nieuwe partnerships met bedrijven en andere organisaties. Waar we in 2017 slechts €128.026 hadden gerealiseerd, was het resultaat in 2018 €502.215, oftewel bijna vier keer zoveel! Met name onze partnerships met vier farmaceutische bedrijven voor de campagne Maak van migraine een hoofdzaak! en onze samenwerking met ZonMw voor het project Kennisontsluiting Gender & gezondheid en de Coalitie Zwangerschapsregister zijn hierin noemenswaardig. Daarnaast voerden we in opdracht van gemeente Harderwijk en gemeente Nijmegen het succesvolle programma De tafel van één uit, gericht op het vergroten van de (arbeids)participatie van vrouwen in deze regio.

Baten van particulieren

Het Funding Mothers programma biedt particulieren de mogelijkheid om door middel van een eenmalige of periodieke schenking WOMEN Inc. te steunen. Een nieuwe aanpak met begeleiding van een extern adviesbureau, een aantal prominente vrouwen als onze ambassadeurs en de organisatie van een feestelijk Funding Mothers diner heeft erin geresulteerd dat eind 2018 het Funding Mothers netwerk uit 32 donateurs bestaat. En dat er circa 20 vrouwen commitment hebben uitgesproken om ons vanaf 2019 te steunen. De acties voor het werven van particuliere fondsenwerving heeft tot nu toe een opbrengst



Uitreiking cheque tijdens het Goed geld Gala van de Nationale Postcode Loterij met v.l.n.r. Elze Ghijsen, Jannet Vaessen, Quinty Trustfull en Nienke Hagenbeek

gerealiseerd van in totaal circa €200.000 voor de periode 2018 tot en met 2023.

Ter aanvulling op het Funding Mothers netwerk zijn er ook corporate partners die zich aan WOMEN Inc. verbinden. Dit zijn in 2018 Alliander en MeyerBergman Erfgoed Groep BV. In totaal maakt dit een resultaat van €40.543 vanuit corporate sponsors en particuliere donaties.

Specificatie van de kosten

Aan de kostenkant staan enerzijds de activiteiten die vanuit de 18 programmalijnen zijn gerealiseerd in dienst van de doelstelling van WOMEN Inc. ad €2.884.420 in totaal. Anderzijds zijn er kosten voor de fondsenwervende activiteiten voor o.a. het Funding Mothers netwerk, representatiekosten, de kosten voor het onderhoud en updaten van onze WOMEN Inc. website en algemene communicatie-uitingen. Alles bij elkaar een totaal van €55.567. De kosten voor beheer en administratie waren dit jaar nihil doordat de verschillende projecten en strategische allianties nu een groot deel van de overheadkosten konden dekken.

Risicomanagement

Risicomanagement is ondergebracht bij algemeen directeur Jannet Vaessen met ondersteuning van manager Partnerships & Financiën Nienke Hagenbeek. WOMEN Inc. hanteert een risicomijdend vermogensbeleid en belegt niet in aandelen of andersoortige beleggingen. Onze risicoanalyse gaat naast de mogelijke risico's op macro-niveau (zoals een economische crisis, val van het kabinet) vooral in op de risico's voor onze fondsenwervende activiteiten om onze organisatie draaiende te houden. Daarin is het voor WOMEN Inc. van cruciaal belang dat we de juiste verdeling realiseren van financiële partners. De verdeling is nu 55% subsidies van overheden, 27% vermogensfondsen / loterij organisatie, 17% partnerships met bedrijfsleven / organisaties en 1% particuliere donaties en sponsorships. Het is onze ambitie om het aandeel vermogensfondsen, partnerships met bedrijfsleven en particuliere donaties verder te laten groeien, zodat deze meer in verhouding staat tot de baten vanuit overheden.

Reserveopbouw

Voor de dekking van risico's en het waarborgen van het bestaan van de stichting in jaren met tegenvallende opbrengsten, bouwt WOMEN Inc. een continuïteitsreserve op. Daarbij hanteren we de Richtlijn Reserves uit de Richtlijn Financieel Beheer van Goede Doelen Nederland waarin staat dat voor de continuïteitsreserve een maximum geldt van 1,5 keer de jaarlijkse kosten van de werkorganisatie. Wetende dat wij nu nog aan de lage kant zitten met deze reserve, heeft het bestuur besloten om dit jaar vanuit de algemene reserve een deel van €309.907 over te hevelen naar de continuïteitsreserve. Daarmee resulteert de algemene reserve nu in €335.665 en de continuïteitsreserve in €450.184.

Reputatiemanagement

WOMEN Inc. monitort voortdurend haar reputatie en die van de partners en opdrachtgevers waar zij mee samenwerkt. Daarbij hanteert WOMEN Inc. de regel, dat wij alleen samenwerkingen en projecten aangaan als die de kansen voor vrouwen vergroten en kunnen bijdragen aan een optimale inzet van vrouwelijk potentieel aan de samenleving, op één van de thema's, conform visie en missie. Tevens is het belangrijk dat WOMEN Inc. haar onafhankelijke positie behoudt, ook in de relatie met opdrachtgevers en partners. We streven daarbij altijd naar een divers en breed palet van partners. Zo is bijvoorbeeld de publiekscampagne over migraine gedragen door een viertal farmaceuten. En betreft het in geen enkel opzicht een marketing cq promotie-actie van een bepaalde farmaceut. Uitgangspunt is de maatschappelijke discussie die met deze campagne in gang is gezet. Bedoeld om de bewustwording en kennis over de effecten van migraine op het dagelijkse leven te vergroten. In 2018 is dan ook geen sprake geweest van reputatierisico of schade van één van de partners, of van WOMEN Inc.

Ons bereik

Social media

Achterban gegroeid met 11% naar **82.500** volgers

Aantal social media volgers eind 2018:



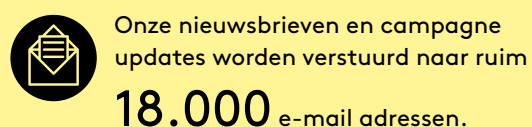
1.900 social media berichten met totaal organisch bereik van meer dan **16 miljoen** mensen



Website



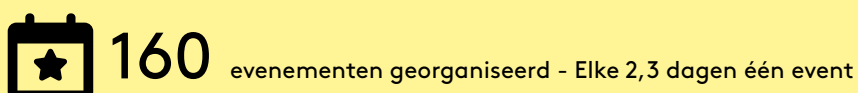
Email



Video



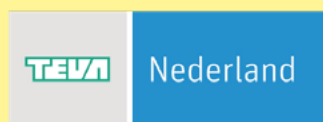
Events



Partners



Ministerie van Onderwijs, Cultuur en
Wetenschap



Colofon

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

Copyright © WOMEN Inc.

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

FOTOGRAFIE

Stella Gommans
Roy Beusker