

WOMEN'S EMPOWERMENT AND BUSINESS 2022 – TRENDS UND CHANCEN:

Fortschritte inmitten von
Pandemie-
Herausforderungen
in verschiedenen Ländern



United Nations
Global Compact



INHALTE

| | |
|----------------------------------|----|
| ZUSAMMENFASSUNG | 3 |
| ÜBERSICHT | 4 |
| WEPs ERGEBNISSE | 5 |
| ERGEBNISSE NACH REGIONEN | 6 |
| AFRIKA | 7 |
| ASIEN UND OZEANIEN | 8 |
| OSTEUROPA | 9 |
| LATEINAMERIKA UND KARIBIK | 10 |
| NAHER OSTEN | 11 |
| WESTEUROPA UND NORDAMERIKA | 12 |

WOMEN'S EMPOWERMENT PRINCIPLES

Über das Gender-Gap-Analyse-Tool der Women's Empowerment Principles

Das Women's Empowerment Principles Gender-Gap-Analyse-Tool (WEPs Tool) ist ein Tool, das Unternehmen auf der ganzen Welt dabei hilft, die Umsetzung der Geschlechtergleichstellung am Arbeitsplatz, auf dem Markt und in der Gesellschaft zu bewerten.

Das WEPs Gender-Gap-Analyse-Tool besteht aus **18 Multiple-Choice-Fragen**, die 7 Themenbereiche der Women's Empowerment Principles umfassen.

Das Tool umfasst außerdem **vier Managementphasen** - Verpflichtung, Umsetzung, Bewertung und Transparenz. So stellt es sicher, dass den Verpflichtungen konkrete Maßnahmen zur Umsetzung der WEPs folgen.

Das WEPs Gender-Gap-Analyse-Tool ist ein gemeinsames Projekt des UN Global Compact, UN Women, dem Multilateral Investment Fund der Inter-American Development Bank (IDB) und IDB Invest.

ZUSAMMENFASSUNG

Die COVID-19-Pandemie hat Millionen von Frauen aus dem Berufsleben gedrängt und für viele andere die Grenzen zwischen Privatleben und Beruf verschoben.¹ Im Gegenzug haben sich Unternehmen dazu entschlossen, ihre Strategien und Programme zu überprüfen, um zu verstehen, wie sie Frauen am Arbeitsplatz, auf dem Markt und in der Gemeinschaft besser unterstützen können. Fast 6000 CEOs haben die **Women's Empowerment Principles (WEPs)** unterzeichnet, sieben Grundsätze, die Unternehmen bei der Förderung der Geschlechtergleichstellung unterstützen. Das WEPs Gender-Gap-Analyse-Tool ist eine Online-Selbsteinschätzung, mit der Unternehmen ihre Leistungen im Bereich der Geschlechtergleichstellung anonym bewerten können.

In diesem Bericht werden die wichtigsten Ergebnisse des Tools zur Selbsteinschätzung für 2682 Unternehmen in 117 Ländern für ausgewählte Indikatoren zum 1. Dezember 2021 vorgestellt.² Die Ergebnisse decken eine Reihe von Branchen ab, von Finanzdienstleistungen bis hin zur Energiebranche. Fast die Hälfte der Unternehmen, die das Tool nutzen, sind Mikro-, kleine oder mittelständische Unternehmen (47 Prozent).

Es gibt Anzeichen für Fortschritte bei den Unternehmen. Weltweit ist die durchschnittliche Punktzahl der Unternehmen, die das Tool nutzen, von 28 Prozent auf 32 Prozent gestiegen, was auf verstärkte Bemühungen der Unternehmen zur Förderung der Geschlechtergleichstellung hinweist. Allerdings beschränken sich viele dieser Fortschritte auf die Verpflichtungen der Unternehmen. Zwar haben sich 78 Prozent der Unternehmen, die das Tool nutzen, zur Gleichstellung von Frauen und Männern verpflichtet (gegenüber 68 Prozent im Jahr 2020), aber die Umsetzung, Bewertung und Transparenz ist nach wie vor sehr gering (im Durchschnitt zwischen 1 und 2 Prozent). Dies zeigt, dass der Wandel **schneller, dringender und wirkungsvoller sein muss**.

COVID-19 hat viele bestehende Hindernisse, mit denen Frauen konfrontiert sind, noch vergrößert, darunter der ungleiche Anteil an unbezahlter Betreuungsarbeit, häusliche Gewalt und die Art und Weise, wie Unternehmen

es versäumen, ihre Richtlinien und Tätigkeiten nach geschlechtsspezifischen Gesichtspunkten zu gestalten. So geben beispielsweise nur 34 Prozent der Unternehmen an, persönliche Schutzausrüstung bereitzustellen, die den besonderen gesundheitlichen Bedürfnissen von Frauen Rechnung trägt. Nur 25 Prozent der Unternehmen geben an, dass sie für eine gleichberechtigte Beteiligung von Frauen und Männern an gesellschaftlichen Abstimmungen sorgen, die für die Reaktion auf Krisen wie COVID-19 und den Klimawandel entscheidend sind. In vielen Ländern sind die Rechte von Frauen, einschließlich ihrer Reproduktionsrechte, bedroht, aber weniger als die Hälfte aller Unternehmen (48 Prozent) nutzen ihren Einfluss, um eine Politik zu unterstützen, die die Gleichstellung der Geschlechter und die Stärkung der Rolle der Frau fördert.

Vielfalt am Arbeitsplatz hat sich als entscheidend für den Aufbau widerstandsfähiger Unternehmen erwiesen, die auf die Bedürfnisse von Beschäftigten, Verbrauchern und Gemeinschaftsmitgliedern eingehen. Während sich die Unternehmen auf ein Leben mit COVID-19 einstellen, haben sie die Möglichkeit, neue Systeme einzuführen, die für alle Beschäftigten funktionieren. So geben mehr als die Hälfte der Unternehmen (54 Prozent) an, dass sie die Möglichkeit zum Homeoffice anbieten, und fast drei Viertel bieten bezahlten Mutterschafts- und Vaterschaftsurlaub an; Maßnahmen, die alle Betreuungspersonen, von denen die meisten Frauen sind, bei der Bewältigung ihrer beruflichen und persönlichen Aufgaben unterstützen können.

Die WEPs geben Unternehmen einen ganzheitlichen Leitfaden an die Hand, um die Herausforderungen, mit denen Frauen am Arbeitsplatz konfrontiert sind, zu bewältigen und die Gleichstellung der Geschlechter in ihrer gesamten Wertschöpfungskette, in den von ihnen angebotenen Produkten und Dienstleistungen, in ihrem Marketing und in ihrem gesellschaftlichen Engagement zu fördern. Die Unterzeichnung der WEPs und die Nutzung des Tools sind erste Schritte auf dem Weg eines Unternehmens zur Gleichstellung der Geschlechter. Der UN Global Compact, UN Women, IDB Lab und BSR arbeiten mit Unternehmen zusammen, um neue Arbeitsweisen zu entwickeln, die für alle funktionieren.

1. International Labour Organization, „Fewer Women than Men Will Regain Employment during the Covid-19 Recovery Says ILO.“ ILO, 19. Juli 2021.

ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/news/WCMS_813449/lang-en/index.htm.

2. Bei den in diesem Bericht dargestellten Daten handelt es sich um die aggregierten Ergebnisse von Selbstauskünften, die von keinem der Partner des Tools (United Nations Global Compact, UN Women oder einem Mitglied der Inter-American Development Bank Group) überprüft oder validiert wurden. Es handelt sich um eine Auswahl aus 2682 Antworten, die von Unternehmen zwischen der Einführung des Tools im März 2017 und Dezember 2021 eingereicht wurden.



ÜBERSICHT

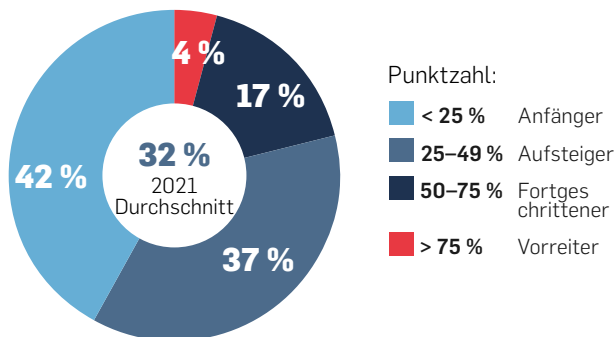
2682

UNTERNEHMEN HABEN DAS TOOL SEIT SEINER EINFÜHRUNG IM JAHR 2017 GENUTZT.

WEPs GESAMTPUNKTZAHL

Das WEPs Gender-Gap-Analyse-Tool setzt die Messlatte hoch an, indem es Unternehmen dazu ermutigt, einen ganzheitlichen Ansatz für die Gleichstellung der Geschlechter und die Stärkung der Rolle der Frau zu verfolgen. Je umfassender die Maßnahmen sind, die ein Unternehmen in jeder Managementphase (Engagement, Umsetzung, Bewertung und Transparenz) vorweisen kann, desto höher die Punktzahl die es erreicht. Der ganzheitliche und ehrgeizige Ansatz des Tools stellt sicher, dass selbst die Unternehmen, die in der höchsten Rangliste stehen, noch zahlreiche Verbesserungsmöglichkeiten erkennen können.

Die durchschnittliche Punktzahl für alle Anwender liegt bei 32 Prozent, was einen leichten Anstieg gegenüber 2020³ bedeutet, als die durchschnittliche Punktzahl 28 Prozent betrug.



GESAMTPUNKTZAHL NACH REGION

Die durchschnittliche Punktzahl für die sechs geografischen Regionen liegt zwischen 31 und 35 Prozent, womit sich alle Regionen in der Kategorie „Aufsteiger“ befinden, wobei es zwischen den Regionen nur geringe Unterschiede gibt.⁴

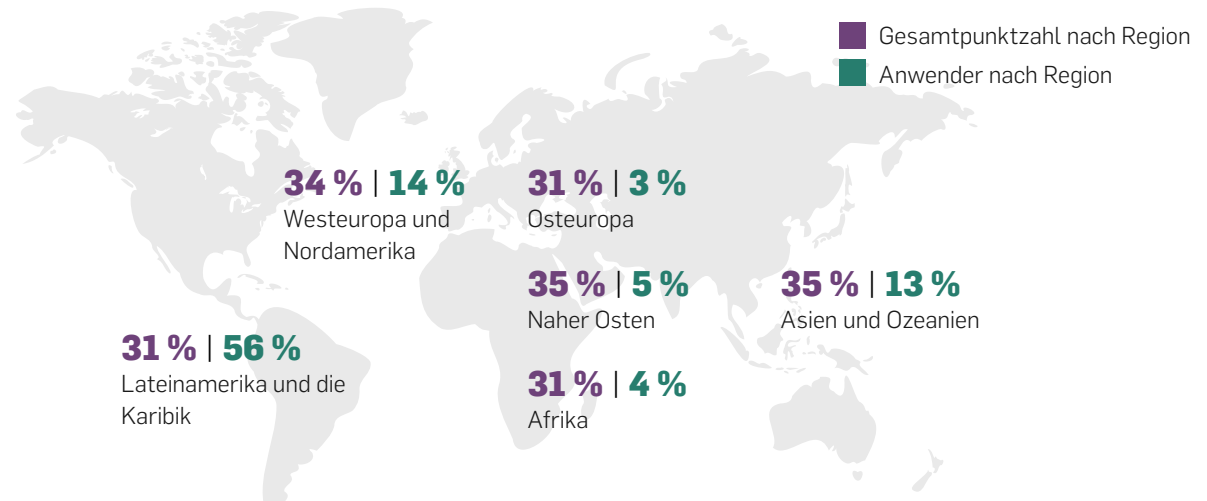
ANWENDER NACH BRANCHE

Diese Grafik zeigt die sechs wichtigsten Branchen der Unternehmen, die das WEPs Gender-Gap-Analyse-Tool genutzt haben. Im Vergleich zu 2020 hat sich die Vertretung der Branchen kaum verändert. Interessant ist jedoch, dass viele Unternehmen, die das Tool nutzen, in traditionell männerdominierten Branchen tätig sind (z. B. in den Bereichen Energie und Rohstoffgewinnung, Industrie und Maschinenbau).

DIE SECHS WICHTIGSTEN BRANCHEN

1. Finanzdienstleistungen
2. Konsumgüter
3. Energie und Bodenschätze
4. Lebensmittel, Getränke und Landwirtschaft
5. Industrie und Maschinenbau
6. Informations- und Kommunikationstechnologie

3. Die Vergleichsdaten für 2020 beziehen sich auf Daten aus dem Bericht „Women's Empowerment and Business 2020 Trends and Opportunities“, der die Gesamtergebnisse der Unternehmen seit der Einführung des Tools im Jahr 2017 bis zum 31. Dezember 2019 enthält.

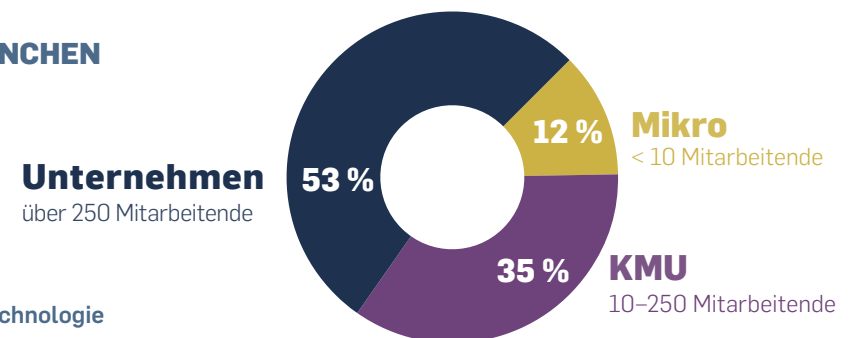


ANWENDER NACH REGION

Diese Karte zeigt die geografische Verteilung der Unternehmen, die das Gender-Gap-Analyse-Tool der WEPs genutzt haben. In Lateinamerika und der Karibik gibt es die meisten Unternehmen, die das Tool nutzen. Aber auch in anderen Regionen gewinnt das Tool zunehmend an Bedeutung, insbesondere in Asien und Ozeanien, wo die Zahl der Anwender von 5 Prozent im Jahr 2020 auf 13 Prozent gestiegen ist.

ANWENDER NACH UNTERNEHMENSGRÖSSE

Diese Grafik zeigt die Größenverteilung der Unternehmen, die das Gender-Gap-Analyse-Tool der WEPs genutzt haben. Die Daten zeigen, dass das Tool für Unternehmen aller Größenordnungen geeignet ist, wobei die meisten Unternehmen mit mehr als 250 Beschäftigten als groß eingestuft werden.



4. Zusätzlich zu den sechs geografischen Regionen, die im Bericht beschrieben werden, haben die Unternehmen auch die Möglichkeit, bei ihren Dateneinträgen „Global“ zu wählen, was nur 4 % der Anwender taten.

WEPs ERGEBNISSE

37 % FÜHRUNGSKRÄFTE DURCHSCHNITTliche PUNKTZAHL

78 % der Führungskräfte setzen sich für die Gleichstellung der Geschlechter und die Stärkung der Rolle der Frau ein oder unterstützen sie, **verglichen mit 68 % im Jahr 2020**

48 % setzen sich in öffentlichen Foren für die Gleichstellung der Geschlechter und die Stärkung der Rolle der Frau ein

38 % haben zeitgebundene, bewertbare Ziele und Vorgaben, **verglichen mit 28 % im Jahr 2020**

33 % berichten öffentlich über Fortschritte und Ergebnisse

17 % MARKT DURCHSCHNITTliche PUNKTZAHL

39 % verfügen über eine verantwortungsvolle Marketingrichtlinie, die sich mit geschlechtsspezifischen Stereotypen befasst

12 % verfügen über solide Due-Diligence- oder Bewertungsverfahren für Hersteller und Lieferanten

9 % nehmen geschlechtsspezifische Fragen in die Selbstbewertung der Hersteller auf, und 9 % nehmen auch Gleichstellungskriterien in Standard-Audit-Protokolle, Lieferanten-Scorecards oder andere Tools für das Lieferkettenmanagement auf

8 % verfolgen die prozentuale Verteilung der Ausgaben an Unternehmen, die von Frauen geführt werden, **verglichen mit 4 % im Jahr 2020**

5 % berichten öffentlich über die prozentuale Verteilung der Ausgaben an Unternehmen, die von Frauen geführt werden

23 % GEMEINSCHAFT DURCHSCHNITTliche PUNKTZAHL

36 % verfügen über eine Politik/Verpflichtung, die Genderfragen in CSR, Philanthropie, Interessenvertretung und Partnerschaften einbezieht

13 % bewerten die Auswirkungen auf Männer und Frauen bei Auswertungen zu Menschenrechten und sozialen Auswirkungen

20 % haben klare Ziele zu den gewünschten Auswirkungen für Frauen und Mädchen in Gemeinschaftsprojekten, **verglichen mit 14 % im Jahr 2020**

17 % erstatten öffentlich Bericht über die Anzahl von Begünstigten der Gemeinschaftsprojekte, aufgeteilt nach Geschlecht

37 % ARBEITSPLATZ DURCHSCHNITTliche PUNKTZAHL

Förderung von gerechten Ergebnissen am Arbeitsplatz:

42 % verfügen über eine Richtlinie zu Nichtdiskriminierung und Chancengleichheit

39 % ergreifen proaktive Maßnahmen, um Frauen in Positionen einzustellen, in denen sie traditionell unterrepräsentiert sind, **verglichen mit 29 % im Jahr 2020**

32 % führen regelmäßig eine Prüfung oder Bewertung des geschlechtsspezifischen Lohngefälles durch

18 % geben das geschlechtsspezifische Lohngefälle öffentlich bekannt

Unterstützung berufstätiger Eltern:

72 % bieten bezahlten Mutterschafts- und Vaterschaftsurlaub

17 % bieten Anreize, um Männer zu ermutigen, Vaterschaftsurlaub zu nehmen, während 22 % öffentlich über die Zahl der Frauen, die Mutterschaftsurlaub genommen haben, sowie über die Rückkehr- und Verbleibsquoten berichten

11 % berichten öffentlich über die Zahl der Beschäftigten, die Eltern- oder Betreuungsgeld in Anspruch nehmen, aufgeschlüsselt nach Geschlecht

5 % bieten Kinderbetreuung vor Ort und/oder vermitteln Kinderbetreuung außerhalb des Unternehmens, **verglichen mit 18 % im Jahr 2020**

Gewährleistung sicherer Arbeitsplätze:

76 % verfügen über eine Richtlinie/Verpflichtung zur Null-Toleranz gegenüber Gewalt am Arbeitsplatz

44 % registrieren die Beschwerden im Zusammenhang mit Gewalt am Arbeitsplatz, aufgeteilt nach Geschlecht

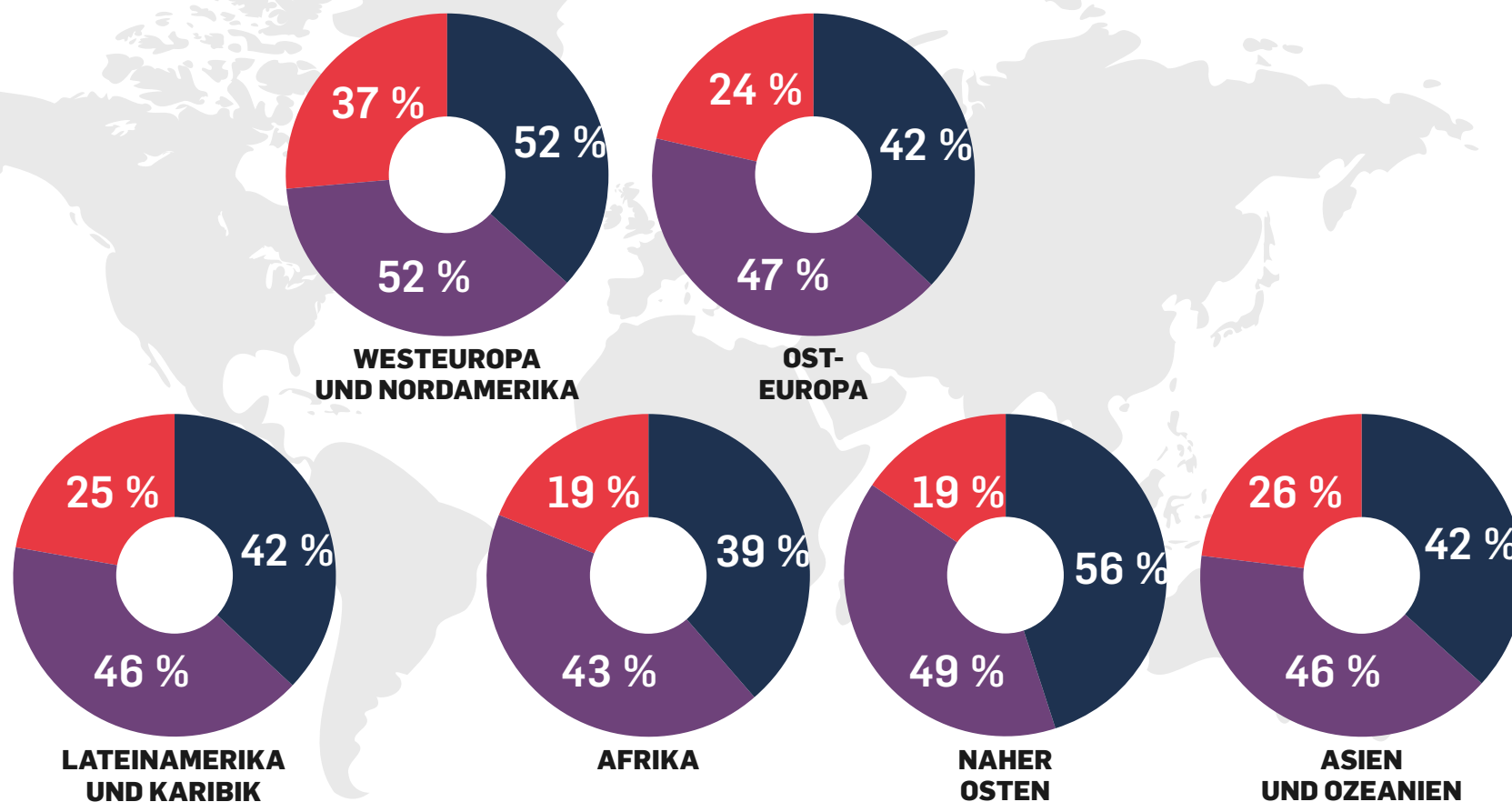
38 % bieten jährliche Schulungen zum Thema „Null-Toleranz gegenüber Gewalt“ für alle Beschäftigten an, **verglichen mit 28 % im Jahr 2020**

30 % kommunizieren öffentlich ihren Ansatz zur Gewährleistung eines gewaltfreien Umfelds

ERGEBNISSE NACH REGIONEN

Insgesamt haben alle Regionen in den vier Managementstufen ähnlich gute Ergebnisse erzielt. Der folgende Abschnitt enthält eine Momentaufnahme der relevanten Antworten nach Region sowie Fallstudien, die aufzeigen, wie Unternehmen in den einzelnen Regionen daran arbeiten, Hindernisse für die Gleichstellung der Geschlechter zu beseitigen.

- haben die WEPs unterschrieben
- setzen sich in öffentlichen Foren für die Gleichstellung der Geschlechter und die Stärkung der Rolle der Frau ein
- ermutigen Lieferanten und Anbieter dazu, Fortschritte im Bereich der Geschlechtergleichstellung zu machen



AFRIKA

Afrika ist eine ressourcenreiche, junge, geografisch weitläufige und politisch vielfältige Region. Sie hat ein bemerkenswertes Wachstum in Bezug auf die Nachhaltigkeit des Privatsektors zu verzeichnen, insbesondere was das Unternehmertum von Frauen betrifft. Zwar gibt es nach wie vor Hindernisse für Unternehmerinnen – darunter begrenzte finanzielle Mittel und fehlende Netzwerke zur Unterstützung –,

aber der Privatsektor hat ein großes Interesse daran gezeigt, den Weg für Unternehmerinnen zu ebnen, indem er das Bewusstsein für die WEPs geschärft und sie umgesetzt hat.

Strategie: 37 % verfügen über eine organisationsweite Gleichstellungsstrategie mit spezifischen Schwerpunktbereichen für Verbesserungen

Zielsetzung: 33 % verfolgen in ihrer Gleichstellungsstrategie zeitgebundene, messbare Ziele und Vorgaben

Frauen in Führungspositionen: 24 % verfolgen zeitgebundene, messbare Ziele, um qualifizierte Frauen für Führungspositionen zu gewinnen

Bewertung von Herstellern: 9 % verfügen über solide Due-Diligence- oder Bewertungsverfahren für Hersteller und Verkäufer, und 16 % verfolgen die prozentuale Verteilung der Ausgaben an Unternehmen, die von Frauen geführt werden

REGIONALER FOKUS: UNTERSTÜTZUNG VON FRAUEN ALS UNTERNEHMERINNEN

24 % bieten Schulungen an, um die Fähigkeiten von Unternehmerinnen zu verbessern

17 % stellen finanzielle Unterstützung und Investitionen zur Verfügung oder arbeiten mit Banken und Finanzinstituten zusammen, um Unternehmerinnen Kredite und andere Finanzdienstleistungen bereitzustellen

17 % bieten Outreach-Initiativen an, um Beschaffungsmöglichkeiten für Unternehmen, die von Frauen geführt werden, zu kommunizieren

DURCHSCHNITTliche PUNKTZAHL:
31 %

FALLSTUDIEN

East African Breweries

Die [East African Breweries \(EAB\)](#) mit Sitz in Kenia, Uganda, Tansania, Ruanda und dem Südsudan hat das WEPs Tool genutzt, um die Geschlechtervielfalt im Vorstand und in den Führungsetagen zu fördern. EAB hat auch ein Programm namens Hekima ins Leben gerufen, um lokale Unternehmen, die von Frauen geführt werden, zu unterstützen.

Bamburi Cement Ltd

[Bamburi Cement Ltd](#) (Kenia) hat die WEPs unterzeichnet, das WEPs Tool genutzt und ein Programm entwickelt, um mehr Frauen für seine Belegschaft zu gewinnen. Das Unternehmen hat ein „Women on Wheels“-Programm ins Leben gerufen und arbeitet mit Partnerorganisationen zusammen, um Hindernisse und Risiken, denen Frauen in der Lkw-Branche begegnen, anzusprechen, Lösungen zu finden und Schulungsprogramme anzubieten, damit mehr Frauen dazu ermutigt werden, sich für den Beruf der Lkw-Fahrerin zu entscheiden.



ASIEN UND OZEANIEN

DURCHSCHNITTliche PUNKTZAHL:
35 %

Die politisch und kulturell vielfältige Region Asien und Ozeanien steht vor den gleichen Herausforderungen durch sozioökonomische Ungleichheiten, auch in Bezug auf die Gleichstellung. Wie in anderen Regionen hat COVID-19 die seit langem bestehenden Probleme der Geschlechterungleichheit verschärft, die den Fortschritt bei der Stärkung der wirtschaftlichen Position von Frauen bedrohen, insbesondere den unverhältnismäßig hohen Beitrag von Frauen in der Pflege und Betreuung. Dennoch haben Unternehmen in ganz Asien und Ozeanien erhebliche Fortschritte bei der Gleichstellung der Geschlechter gemacht, was mit **einer starken Zunahme des Engagements für die WEPs und der Nutzung des WEPs Gender-Gap-Analyse-Tools** zusammenhängt. Dieses ermöglicht den Einstieg in die Bekämpfung von Ungleichheiten am Arbeitsplatz, in der Pflege und Betreuung und darüber hinaus.

Strategie: 44 % verfügen über eine organisationsweite Gleichstellungsstrategie mit spezifischen Schwerpunktbereichen für Verbesserungen

Zielsetzung: 42 % verfolgen in ihrer Gleichstellungsstrategie zeitgebundene, messbare Ziele und Vorgaben

Frauen in Führungspositionen: 30 % verfolgen zeitgebundene, messbare Ziele, um qualifizierte Frauen für Führungspositionen zu gewinnen

Bewertung von Herstellern: 13 % verfügen über solide Due-Diligence- oder Bewertungsverfahren für Hersteller und Verkäufer, und 12 % verfolgen die prozentuale Verteilung der Ausgaben an Unternehmen, die von Frauen geführt werden

REGIONALER FOKUS: MEHR GERECHTIGKEIT IN DER PFLEGE UND BETREUUNG

87 % bieten einen bezahlten Mutterschaftsurlaub und 63 % einen bezahlten Mutterschafts- und Vaterschaftsurlaub

20 % bieten Kinderbetreuung vor Ort oder Zuschüsse für außerbetriebliche Kinderbetreuung

12 % berichten öffentlich über die Zahl der Beschäftigten, die Eltern- oder Betreuungsgeld in Anspruch nehmen, aufgeschlüsselt nach Geschlecht

FALLSTUDIEN

Bangchak Corporation

[Bangchak Corporation](#) (Thailand) fördert die Gleichstellung der Geschlechter am Arbeitsplatz durch geschlechtsspezifische Sozialleistungen, Einstellungspolitik und Büroausstattung (z. B. Stillräume) und bietet Gesundheitsleistungen an, die der Geschlechtsidentität der Beschäftigten entsprechen.

MAS Holdings

[MAS Holdings](#) (Sri Lanka) hat ein Frauenförderungsprogramm mit dem Namen „[Women Go Beyond](#)“ ins Leben gerufen, das die Standards in der Bekleidungsindustrie des Landes anheben soll. MAS unterstützt die Entwicklung von Mitarbeiterinnen über den Arbeitsplatz hinaus, indem es Schulungsmöglichkeiten im Finanzmanagement anbietet und die Entwicklung multilateraler Fähigkeiten fördert. Außerdem bietet MAS Kinderbetreuung vor Ort und subventionierte Kinderbetreuung an, um die Ungleichheit in der Pflege und Betreuung zu verringern.



Foto: UN Photo / Eskinder Debebe

OSTEUROPA

Osteuropa ist eine Region, in der die Bemühungen des privaten Sektors um Nachhaltigkeit zugenommen haben und **in der in letzter Zeit vermehrt Maßnahmen zur Förderung der Gleichstellung von Frauen in Unternehmen und darüber hinaus ergriffen wurden.** Dennoch müssen Frauen oft Hindernisse überwinden, um in den Beruf ein- und später in Führungspositionen aufzusteigen. Je mehr Unternehmen sich darauf konzentrieren, das Bewusstsein für WEPs zu schärfen, desto größer sind die Chancen, die Geschlechterkluft in der privaten Wirtschaft zu schließen, was die Verfügbarkeit von weiblichen Führungskräften in der Region erhöht.

Strategie: 38 % verfügen über eine organisationsweite Gleichstellungsstrategie mit spezifischen Schwerpunktbereichen für Verbesserungen

Zielsetzung: 35 % verfolgen in ihrer Gleichstellungsstrategie zeitgebundene, messbare Ziele und Vorgaben

Frauen in Führungspositionen: 25 % verfolgen zeitgebundene, messbare Ziele, um qualifizierte Frauen für Führungspositionen zu gewinnen

Bewertung von Herstellern: 12 % verfügen über solide Due-Diligence- oder Bewertungsverfahren für Hersteller und Verkäufer, und 8 % verfolgen die prozentuale Verteilung der Ausgaben an Unternehmen, die von Frauen geführt werden

REGIONALER FOKUS: UMGANG MIT HINDERNISSEN BEI DER EINSTELLUNG VON FRAUEN

58 % haben eine eigenständige Richtlinie oder eine Verpflichtung zu Nichtdiskriminierung und Chancengleichheit, die in die breitere Unternehmenspolitik eingebettet ist und speziell das Thema Geschlechtervielfalt im Einstellungsprozess anspricht

36 % verfolgen Personalrekrutierung und Gründe für Personalfuktuation, aufgeteilt nach Geschlecht

34 % unternehmen proaktive Schritte zur Rekrutierung von Frauen auf allen Ebenen

DURCHSCHNITTLLICHE PUNKTZAHL:
31 %

FALLSTUDIEN

StarLightMedia

[StarLightMedia](#) (Ukraine) hat auf der Grundlage der Ergebnisse des WEPs Tools einen Jahresplan entwickelt, um die Gleichstellung der Geschlechter in seine Medienförderung und andere Aspekte seiner Arbeit zu integrieren, darunter die Rekrutierung und das Personalmanagement, die Erstellung von Inhalten, die Zusammenarbeit mit Auftragsnehmern und Partnern und das Engagement für die Gleichstellung. In weniger als einem Jahr hat StarLightMedia seine Punktzahl im Tool mehr als verdreifacht.

Adjara Group

Die [Adjara Group](#) (Georgien) führt regelmäßig Schulungen durch, um das Bewusstsein der Beschäftigten für Themen wie Gleichstellung und Vielfalt zu schärfen. Das Unternehmen hat die Zahl der Frauen in Führungspositionen und im Vorstand erhöht und eine integrative Einstellungspraxis trainiert, um Barrieren zu beseitigen und mehr Chancen für Frauen am Arbeitsplatz zu bieten. Adjara strebt eine gleichberechtigte Präsenz von Frauen auf drei Ebenen des Unternehmens an, einschließlich des Vorstands. Weiblichen Angestellten wird ein sechsmonatiger Mutterschaftsurlaub gewährt, wobei ein individueller Ansatz verfolgt wird, um sicherzustellen, dass die Bedürfnisse der Angestellten umfassend berücksichtigt werden.



LATEINAMERIKA UND KARIBIK

Trotz unterschiedlicher sozialer, wirtschaftlicher und politischer Gegebenheiten in den Ländern Lateinamerikas und der Karibik (Latin America and the Caribbean, LAC) hat sich die Region **durch starke öffentlich-private Partnerschaften und verstärkte Unternehmensmaßnahmen erheblich für die Rechte der Frauen eingesetzt**. Allerdings ist Lateinamerika und die Karibik eine Region, in der ein hohes Maß an Gewalt gegen Frauen und Mädchen herrscht. Dies veranlasst den privaten Sektor dazu, seine Maßnahmen zur Beseitigung geschlechtsspezifischer Gewalt zu verstärken, insbesondere nach den Lockdown-Maßnahmen und der Einschränkung aufgrund der COVID-19-Pandemie. Das große Engagement für die Stärkung der Rolle der Frau und die WEPs in der gesamten Region ebnen den Weg, um Frauen den Zugang zu sicheren, gerechten Arbeitsplätzen und mehr zu ermöglichen.

Strategie: 38 % verfügen über eine organisationsweite Gleichstellungsstrategie mit spezifischen Schwerpunktbereichen für Verbesserungen

Zielsetzung: 34 % verfolgen in ihrer Gleichstellungsstrategie zeitgebundene, messbare Ziele und Vorgaben

FALLSTUDIEN

Natura

[Natura](#) (Brasilien) reagierte auf den Anstieg der häuslichen Gewalt während der COVID-19-Pandemie mit der Kampagne #IsolatedNotAlone, die in Zusammenarbeit mit der Markenfamilie Avon, Aesop und The Body Shop gestartet wurde. Die vereinten Netzwerke machten durch die Kampagne auf die Zunahme von geschlechtsspezifischer Gewalt aufmerksam und forderte die Regierungen auf, die Finanzierung von Hilfsangeboten sicherzustellen

DURCHSCHNITTliche PUNKTZAHL: 31 %

Frauen in Führungspositionen: 20 % verfolgen zeitgebundene, messbare Ziele, um qualifizierte Frauen für Führungspositionen zu gewinnen

Bewertung von Herstellern: 10 % verfügen über solide Due-Diligence- oder Bewertungsverfahren für Hersteller und Verkäufer, und 6 % verfolgen die prozentuale Verteilung der Ausgaben an Unternehmen, die von Frauen geführt werden

REGIONALER FOKUS: GEWÄHRLEISTUNG SICHERER ARBEITSPLÄTZE

73 % verfügen über eine Richtlinie/Verpflichtung zur Null-Toleranz gegenüber Gewalt am Arbeitsplatz

42 % erfassen Beschwerden im Zusammenhang mit Gewalt am Arbeitsplatz, aufgeteilt nach Geschlecht, und 37 % bieten jährliche Schulungen für alle Beschäftigten zum Thema „Null-Toleranz gegenüber Gewalt“ an

29 % kommunizieren öffentlich ihren Ansatz zur Gewährleistung eines gewaltfreien Umfelds

Calidda

[Calidda](#) (Peru) hat eine Gender- und Diversity-Strategie entwickelt, die von einem Aktionsplan begleitet wird, der auf den mit dem WEPs Tool identifizierten Verbesserungsbereichen basiert. „Verbindungen schaffen“, die dritte Säule der Nachhaltigkeitsstrategie des Unternehmens, konzentriert sich auf die Förderung von Geschlechtergerechtigkeit und Inklusion in einem von Männern dominierten Bereich. Durch die Umsetzung dieser Maßnahmen konnte Calidda seine Punktzahl im Tool um 11 Prozent steigern und bemerkenswerte Verbesserungen beim Engagement der Führungskräfte für die Gleichstellung der Geschlechter sowie bei der Formalisierung und Planung von Maßnahmen erzielen, was den Weg für weitergehende Bemühungen um Vielfalt und Integration im Unternehmen ebnet.



NAHER OSTEN

DURCHSCHNITTliche PUNKTZAHL:
35 %

Der Nahe Osten beherbergt eine Vielzahl von Kulturen, einen schnell wachsenden privaten Sektor und ist reich an Kapital, was große Chancen für Fortschritte bei der Nachhaltigkeit des privaten Sektors und der wirtschaftlichen Stärkung von Frauen bietet. Dennoch ist die niedrige Beschäftigungsquote von Frauen und die geringe Anzahl weiblicher Führungskräfte in der Wirtschaft in der gesamten Region ein Problem. Der private Sektor wird zunehmend als entscheidend für die Bewältigung der drängenden Nachhaltigkeits Herausforderungen angesehen, und **Frauen in Führungspositionen werden für Inspiration und Möglichkeiten gebraucht, um die Zahl weiblicher Führungskräfte für die Zukunft zu erhöhen.**

Strategie: 41 % verfügen über eine organisationsweite Gleichstellungsstrategie mit spezifischen Schwerpunktbe-
reichen für Verbesserungen

Zielsetzung: 37 % verfolgen in ihrer Gleichstellungsstrategie zeitgebundene, messbare Ziele und Vorgaben

FALLSTUDIEN

Aramax

[Aramax](#) (VAE) hat den Frauenanteil im Unternehmen erhöht, unter anderem im Führungsteam und im Vorstand – Bereiche, die im WEPs Tool aufgezeigt werden. Das Unternehmen hat außerdem seine Unterstützung für weibliche Beschäftigte demonstriert, indem es am [International Day for Tolerance](#) eine Kampagne mit dem Titel #YesToRespect gestartet hat, um die Null-Toleranz des Unternehmens gegenüber Belästigung, Mobbing oder Diskriminierung zu unterstreichen und eine „speak-up“-Kultur innerhalb des Unternehmens zu fördern.

Frauen in Führungspositionen: 25 % verfolgen zeitgebundene, messbare Ziele, um qualifizierte Frauen für Führungspositionen zu gewinnen

Bewertung von Herstellern: 8 % verfügen über solide Due-Diligence- oder Bewertungsverfahren für Hersteller und Verkäufer, und 7 % verfolgen die prozentuale Verteilung der Ausgaben an Unternehmen, die von Frauen geführt werden

REGIONALER FOKUS: FÖRDERUNG VON FRAUEN IN FÜHRUNGSPOSITIONEN

60 % haben die WEPs unterschrieben, 79 % engagieren sich auf Führungsebene für die Gleichstellung der Geschlechter und die Stärkung der Rolle der Frau, aber nur 8 % gaben an, dass sie ein von Frauen geführtes Unternehmen sind

37 % verfolgen zeitgebundene und messbare Ziele

33 % berichten öffentlich über Fortschritte und Ergebnisse

BLC Bank

[BLC Bank](#) (Libanon), die erste Bank im Nahen Osten, die die WEPs unterzeichnet hat, setzt sich für die Förderung der Rolle der Frau in der Wirtschaft ein. Mit einem Frauenanteil von 53 Prozent in der Gesamtbelegschaft und 44 Prozent bei den leitenden Angestellten arbeitet die Bank daran, die Führungsposition von Frauen sowohl intern als auch extern durch ihr Programm „We Initiative“ zu stärken, das Unternehmerinnen durch Mentoring, Networking und Medienpräsenz dabei hilft, Führungspositionen zu übernehmen.



WESTEUROPA UND NORDAMERIKA

Mit **wachsenden Maßnahmen des privaten Sektors im Bereich der Nachhaltigkeit**, bemerkenswerter Lobbyarbeit und gut etablierten Strukturen und Maßnahmen zur Förderung der Gleichstellung der Geschlechter hat die Region Westeuropa und Nordamerika (Western Europe and North America, WENA) viel in die Stärkung der wirtschaftlichen Position und die Gleichstellung von Frauen investiert. Dennoch werden Frauen in der WENA-Region nach wie vor schlechter bezahlt als Männer, was unter anderem an der Überrepräsentation in schlecht bezahlten Sektoren und dem Verhältnis von bezahlter zu unbezahlter Arbeit liegt, das häufig durch die gesellschaftlichen Erwartungen an die Betreuungspflichten von Frauen aufrechterhalten wird. Das zeigt, dass in allen Sektoren mehr Transparenz erforderlich ist, um ungerechtfertigte geschlechtsspezifische Lohnunterschiede bei gleichwertiger Arbeit aufdecken zu können.

Strategie: 48 % verfügen über eine organisationsweite Gleichstellungsstrategie mit spezifischen Schwerpunktbereichen für Verbesserungen

Zielsetzung: 47 % verfolgen in ihrer Gleichstellungsstrategie zeitgebundene, messbare Ziele und Vorgaben

Frauen in Führungspositionen: 26 % verfolgen zeitgebundene, messbare Ziele, um qualifizierte Frauen für Führungspositionen zu gewinnen

Bewertung von Herstellern: 18 % verfügen über solide Due-Diligence- oder Bewertungsverfahren für Hersteller und Verkäufer, und 8 % verfolgen die prozentuale Verteilung der Ausgaben an Unternehmen, die von Frauen geführt werden

REGIONALER FOKUS: GLEICHE VERGÜTUNG

54 % haben eine eigenständige Richtlinie oder eine Verpflichtung, die in eine umfassendere Unternehmenspolitik eingebettet ist und gleichen Lohn für gleiche Arbeit vorsieht

43 % führen regelmäßig eine Prüfung oder Bewertung des geschlechtsspezifischen Lohngefälles durch

23 % geben das geschlechtsspezifische Lohngefälle öffentlich bekannt

DURCHSCHNITTliche PUNKTZAHL:
34 %

FALLSTUDIEN

MetLife

[MetLife](#) (USA) nutzte das WEPs Tool, um seine Initiative für Geschlechtergerechtigkeit in 37 Märkten mit zeitgebundenen Aktionsplänen zu gestalten, die auf Daten basieren und sich auf vier Schlüsselbereiche konzentrieren: Führung, Belegschaft, Markt und Gemeinschaft sowie Nachhaltigkeit. Neben der Beseitigung von Barrieren und der Aufrechterhaltung der Lohngleichheit bietet diese Initiative eine integrative Entwicklung von Führungskräften und eine Vielzahl von Programmen zur Karriereförderung für Frauen. Das Unternehmen hat sich auch dem Target Gender Equality Accelerator Programm des UN Global Compact angeschlossen.

Taisi

[Taisi](#) (Spanien) ist ein KMU, das einen Plan zur Gleichstellung der Geschlechter eingeführt hat, in dem auch die Lohngleichheit berücksichtigt wird. Taisi erhielt auch eine Auszeichnung für die Förderung einer Unternehmenskultur der Gleichstellung und Vielfalt. Mit dem WEPs Tool können KMU gezielt Programme mit größerer Wirkung entwickeln.



Foto: International Maritime Organization

BSR™

BSR™ ist eine Vereinigung von Experten für nachhaltiges Wirtschaften, die mit ihrem globalen Netzwerk der weltweit führenden Unternehmen am Aufbau einer gerechten und nachhaltigen Welt arbeitet. Mit Niederlassungen in Asien, Europa und Nordamerika bietet BSR™ Einblicke, Beratung und gemeinsame Initiativen, um Veränderungen in der Welt anzustoßen, langfristigen Geschäftswert zu erzeugen und Einfluss zu nehmen.

IDB INVEST

IDB Invest, ein Mitglied der IDB-Gruppe, ist eine multilaterale Investitionsbank, die sich für die Förderung der wirtschaftlichen Entwicklung ihrer Mitgliedsländer in Lateinamerika und der Karibik durch den privaten Sektor einsetzt. IDB Invest finanziert nachhaltige Unternehmen und Projekte, um finanzielle Gewinne zu erzielen und die wirtschaftliche, soziale und ökologische Entwicklung in der Region zu maximieren. Mit einem Volumen von 13,1 Milliarden US-Dollar in der Vermögensverwaltung und 385 Kunden in 25 Ländern bietet IDB Invest innovative Finanzlösungen und Beratungsdienste an, die den Bedürfnissen seiner Kunden in einer Vielzahl von Branchen gerecht werden.

IDB LAB

IDB Lab ist das Innovationslabor der IDB-Gruppe, der führenden Quelle für Entwicklungsfinanzierung und Know-how zur Verbesserung der Lebensbedingungen in Lateinamerika und der Karibik (LAC). Das Ziel von IDB Lab ist es, Innovationen für die Inklusion in der Region voranzutreiben, indem es finanzielle Mittel, Wissen und Kontakte zur Erprobung von Lösungen im Frühstadium bereitstellt, die das Potenzial haben, das Leben gefährdeter Bevölkerungsgruppen, die von wirtschaftlichen, sozialen und/oder ökologischen Faktoren betroffen sind, zu verändern. Seit 1993 hat das IDB Lab mehr als 2 Milliarden US-Dollar für Projekte in 26 Ländern Lateinamerikas und der Karibik bewilligt.

UN WOMEN

UN Women ist die UN-Organisation, die sich für die Gleichstellung der Geschlechter und die Stärkung der Rolle der Frau einsetzt. UN Women setzt sich weltweit für Frauen und Mädchen ein und wurde gegründet, um den Fortschritt bei der Berücksichtigung ihrer Bedürfnisse weltweit zu beschleunigen. UN Women unterstützt die UN-Mitgliedsstaaten bei der Festlegung globaler Standards für die Gleichstellung der Geschlechter und arbeitet mit Regierungen und der Zivilgesellschaft zusammen, um Gesetze, politische Vorgaben, Programme und Dienstleistungen zu entwickeln, die erforderlich sind, um sicherzustellen, dass diese Standards effektiv umgesetzt werden und Frauen und Mädchen weltweit tatsächlich zugutekommen. Die Organisation arbeitet weltweit daran, die Vision der Ziele für nachhaltige Entwicklung für Frauen und Mädchen Wirklichkeit werden zu lassen und setzt sich für eine gleichberechtigte Teilhabe von Frauen in allen Lebensbereichen ein. In Zusammenarbeit mit dem UN Global Compact

verpflichtet UN Women den privaten Sektor durch die Women's Empowerment Principles – ein globaler Rahmen und eine Plattform für das Engagement, um die Gleichstellung der Geschlechter und die Stärkung der Rolle der Frau am Arbeitsplatz, auf dem Markt und in der Gemeinschaft voranzutreiben. In Übereinstimmung mit dem Strategieplan (2022–2025) konzentriert sich UN Women auf vier strategische Schwerpunkte: Governance und Teilhabe am öffentlichen Leben, wirtschaftliche Stärkung von Frauen, Beendigung der Gewalt gegen Frauen und Mädchen; und Frauen, Frieden und Sicherheit, humanitäre Maßnahmen und Katastrophenschutz. Erfahren Sie mehr unter:

unwomen.org und weps.org. Folgen Sie uns auf Twitter: **@UN_Women**,

@WEPrinciples und auf LinkedIn: **UN Women, WEPs**

Die Arbeit von UN Women in der Region Asien und Ozeanien wird von WeEmpowerAsia unterstützt, einem von der Europäischen Union finanzierten und mit ihr partnerschaftlich durchgeführten Programm, das zum Ziel hat, dass mehr Frauen im privaten Sektor eine Führungsrolle übernehmen, sich beteiligen und Zugang zu besseren geschäftlichen Möglichkeiten und Führungspositionen haben. Das Programm, das in sieben Ländern der asiatisch-pazifischen Region umgesetzt wird, nutzt die WEPs als Leitplattform zur Förderung geschlechtergerechter Strategien und Praktiken am Arbeitsplatz, auf dem Markt und in der Gemeinschaft, um den geschlechtergerechten Handelsverkehr mit Europa und ein nachhaltiges und integratives Wachstum zu fördern.

UNITED NATIONS GLOBAL COMPACT

Als besondere Initiative des UN-Generalsekretärs ist der **United Nations**

Global Compact eine Aufforderung an Unternehmen in aller Welt, ihre Aktivitäten und Strategien an zehn universellen Prinzipien in den Bereichen Menschenrechte, Arbeit, Umwelt und Korruptionsbekämpfung auszurichten und Maßnahmen zur Unterstützung der UN-Ziele zu ergreifen. Mit mehr als 15.000 Unternehmen und 3000 non-business Unterzeichner in über 160 Ländern und 69 lokalen Netzwerken ist dies die größte Nachhaltigkeitsinitiative der Welt. Für weitere Informationen folgen Sie **@globalcompact** in den sozialen Netzwerken und besuchen Sie unsere Website unter unglobalcompact.org.

Target Gender Equality ist ein Accelerator-Programm, das die am United Nations Global Compact teilnehmenden Unternehmen schwerpunktmäßig dabei unterstützt, ehrgeizige Unternehmensziele zur Förderung der Geschlechtergleichstellung zu setzen und zu erreichen. Diese Initiative wird in Zusammenarbeit mit Global Compact Local Networks durchgeführt und derzeit in über 50 Ländern auf der ganzen Welt angeboten.

DIE ZEHN PRINZIPIEN DES UNITED NATIONS GLOBAL COMPACT



MENSCHENRECHTE

- 1 Unternehmen sollen den Schutz der international verkündeten Menschenrechte fördern und achten und
- 2 sicherstellen, dass sie nicht an Menschenrechtsverletzungen beteiligt sind.



ARBEIT

- 3 Unternehmen sollen die Vereinigungsfreiheit und die wirksame Anerkennung des Rechts auf Kollektivverhandlungen;
- 4 die Abschaffung aller Formen von Zwangs- und Pflichtarbeit wahren;
- 5 und die effektive Abschaffung der Kinderarbeit und
- 6 die Beseitigung von Diskriminierung in Beschäftigung und Beruf gewährleisten.



UMFELD

- 7 Unternehmen sollen einen präventiven Ansatz im Umgang mit Umweltproblemen unterstützen;
- 8 Initiativen zur Förderung einer größeren Umweltverantwortung ergreifen
- 9 und die Entwicklung und Verbreitung umweltfreundlicher Technologien fördern.



ANTI-KORRUPTION

- 10 Unternehmen sollen gegen Korruption in jeglicher Form vorgehen, einschließlich Erpressung und Bestechung.



United Nations
Global Compact

© 2022 United Nations Global Compact
685 Third Avenue New York, NY 10017, USA

Die zehn Prinzipien des Global Compact der Vereinten Nationen basieren auf der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte, der Erklärung der Internationalen Arbeitsorganisation über die grundlegenden Prinzipien und Rechte bei der Arbeit, der Rio-Erklärung über Umwelt und Entwicklung und dem Übereinkommen der Vereinten Nationen gegen Korruption.