

Stappenplan genderinclusie

Werken aan het behouden van vrouwen en een genderinclusieve organisatie vraagt aandacht op een groot aantal punten. Hoe completer het geheel, hoe groter de kans op succes. In dit stappenplan geven we een overzicht van de stappen die u kunt zetten om te komen tot een geïntegreerde en complete aanpak.

Het gaat bij het vormgeven van een geïntegreerd beleid niet alleen om wat u doet, maar ook om de volgorde waarin u zaken aanpakt. Zo lijkt beginnen met werven van vrouwen bijvoorbeeld een logische start, maar het is niet aan te bevelen. U loopt dan immers de kans dat de zojuist geworven vrouwen al snel weer vertrekken omdat ze zich niet thuis voelen in uw organisatie. Frustrerend voor alle betrokkenen, en duur bovendien.

Vormgeven van een genderinclusief beleid vraagt een inspanning, maar levert ook wat op. Meer vrouwen, die beter presteren en zich prettiger voelen in uw organisatie. En bovendien: ook veel mannen waarderen de veranderingen die een genderinclusief beleid teweeg brengen. Wilt u meer weten over de effecten van genderinclusie? Ga dan naar [de businesscase genderdiversiteit](#).

Hieronder geven we aan welke stappen u kunt nemen om te komen tot een genderinclusief beleid. Als u bepaalde stappen al heeft gezet kunt u doorgaan naar de volgende stap. Het overzicht is overigens niet uitputtend: er zijn veel meer acties mogelijk. Maar met deze lijst heeft u wel de essentie te pakken.

Vorbereiding

1. **Weten wat:** wat wordt eigenlijk bedoeld met genderinclusie? Een [uitleg van termen](#) als genderinclusie en andere termen die veel gebruikt worden in de toolbox helpt u om het gesprek te kunnen voeren. Daarnaast kunt u informatie vinden in onze [whitepaper](#), de [factsheet](#), het overzicht van [factoren die behoud beïnvloeden](#) en het [filmpje](#) op deze website.
2. **Weten waarom:** werken aan een genderinclusieve organisatie vraagt een investering: in tijd, aandacht en middelen. Daar moet een opbrengst tegenover staan. De [businesscase genderdiversiteit](#) laat zien wat die opbrengst is. Kennis over die opbrengst is belangrijk om draagvlak te creëren in de organisatie.
Twijfelt u na het invullen van de businesscase of het voor uw bedrijf belangrijk is om aan de slag te gaan met genderinclusie? Dan kunt u het beter niet doen. Wel starten maar niet doorzetten levert frustratie op, bij u en bij uw medewerkers. Denk er nog eens over na, en neem het besluit dat past bij u en uw organisatie.
3. **Weten waar:** om te kunnen komen tot gerichte acties is het belangrijk goed in kaart te hebben hoe het in uw organisatie staat met genderinclusie. Hoeveel vrouwen werken er, waar werken ze, hoe staat het met hun doorstroom en met de uitstroom en of ze evenveel verdienen. Om zicht op de cijfers te krijgen, gebruikt u de tool [meten genderinclusie organisatie](#). Daarnaast kunt u meten in hoeverre medewerkers tevreden of ontevreden zijn over gendergerelateerde topics. Dit meet u met de [checklist genderinclusie medewerker](#).
4. **Zorgen dat:** als eenmaal is besloten om actie te ondernemen om meer genderinclusief te worden, vraagt dat leiderschap op strategisch niveau om te zorgen voor draagvlak en actie. Een handreiking hiervoor vindt u in de tool [genderinclusie in beleid en management](#).

Toolbox Gender include IT, 2020

Een product van TechYourFuture, Windesheim en Saxion, info: lectoraat-socialeinnovatie@windesheim.nl

Ook kunnen nu **concrete activiteiten** ondernomen worden. Die worden hieronder nader uitgewerkt, wederom in de volgorde die gewenst is.

NB: Het is lastig om alle acties in één keer optimaal uit te voeren. Voortschrijdend inzicht, of een toename van het aantal vrouwen, kunnen maken dat het wenselijk is om de acties die worden ondernomen nog eens kritisch te bekijken of om aanvullende acties te ondernemen.

Concrete activiteiten

5. **Zorgen voor een inclusieve werkomgeving:** de basis van genderinclusie is het zorgen voor een inclusieve werkomgeving. Dat is een omgeving waar iedereen, ongeacht gender, zich thuis voelt, zichzelf kan zijn en goed kan functioneren. Dat vraagt aandacht voor:
 - a. sfeer en omgangsvormen ([organiseren gendertraining](#) en [aanpak genderbias](#));
 - b. arbeidsvoorwaarden, beoordelingscriteria en andere onderdelen van het HRM-beleid ([genderinclusieve functionerings- en beoordelingsgesprekken](#));
 - c. een kritische blik op het arbobeleid ([genderinclusief arbobeleid](#)).
6. **Empowerment van vrouwen:** vrouwen hebben vaak minder professioneel zelfvertrouwen dan mannen, wat een negatief effect kan hebben op hun functioneren en op hun loopbaanstappen. Wat kan helpen:
 - a. hun omgeving kan hen ondersteunen bij het ontwikkelen van meer zelfvertrouwen ([steunen professioneel zelfvertrouwen](#));
 - b. in organisaties waar weinig vrouwen werken is het voor vrouwen vaak prettig als er een plek is waar ze andere vrouwen kunnen ontmoeten ([vrouwennetwerk](#)).
7. **Een 'piepsysteem' om scherp te blijven:** ondanks alle goede bedoelingen gaan er soms dingen niet goed. Het is belangrijk dat dit snel wordt onderkend, dat er iets of iemand 'piept' als dit gebeurt. Tools ter ondersteuning zijn:
 - a. [genderinclusief exitgesprek](#), waarin wordt besproken waarom iemand vertrekt en wat er beter kan in de organisatie;
 - b. het inzetten van tools als [meten genderinclusie organisatie](#) om op basis van cijfers over bijvoorbeeld in-, door- en uitstroom, tevredenheid te zien waar zaken goed of juist verkeerd gaan.
8. **Vergroten instroom van vrouwen:** als de omstandigheden in de organisatie gunstig zijn voor vrouwen, heeft dat vaak een aanzuigende werking en wordt het makkelijker om vrouwen te werven. Dat effect kan versterkt worden door specifieke activiteiten:
 - a. [genderinclusief promotiemateriaal](#), dat zowel mannen als vrouwen aanspreekt;
 - b. specifieke aandacht voor [genderinclusieve werving en selectie](#), zodat meer vrouwen worden bereikt en de kans groter is dat de kwaliteiten van vrouwen worden herkend. Dit is belangrijk voor instroom in de organisatie, maar ook voor doorstroom naar andere functies!