

Hootsuite und World Women Foundation veröffentlichen Digital Gender Diversity Impact Report

Der Report stellt zehn Social-Media-Ansätze zur Unterstützung der Gleichstellung in Unternehmen vor

Hamburg, 8. April 2021 – [Hootsuite](#), der Marktführer für Social-Media-Management, veröffentlicht in Zusammenarbeit mit der World Women Foundation, dem Fachbereich [Business for Impact](#) der Georgetown University und [VMLY&R Commerce](#), den [Digital Gender Diversity Report](#). Der Bericht zeigt, welchen Einfluss die digitalen Medien auf die Gleichstellung haben und liefert Marken und Unternehmen Best Practices, um einen positiven gesellschaftlichen Wandel zu fördern und ihr eigenes Engagement für die Gleichstellung der Geschlechter zu erhöhen.

Der Report stützt sich auf die Erkenntnisse der [World Women Hour](#), einer globalen digitalen Story-Plattform, die inspirierende 60-sekündige Geschichten von 60 Frauen zeigt. Zur Feier des Internationalen Mädchentages am 11. Oktober 2020 wurden die 60 Stories im Rahmen eines 60-minütigen Kampagnenfilms zusammengefasst und veröffentlicht. Um die Reichweite und Wirkung der Kampagne zu messen und zu analysieren, vertraute World Women Hour auf Hootsuite Impact und die Social-Listening-Funktion. Auf diese Weise konnten zehn Social-first-Ansätze zur Unterstützung der digitalen Gleichberechtigung entwickelt werden.

*„Wir freuen uns sehr, Teil der Initiative der World Women Foundation zu sein. Indem wir unsere Plattform zur Verfügung stellten, konnte die Kampagne verbreitet und Frauen auf der ganzen Welt zugänglich gemacht werden“, sagt **Eva Taylor, Head of Corporate Social Responsibility bei Hootsuite.** „Unser Report ‚Digital 2021‘ zeigt, dass Frauen weltweit noch immer Männern nachstehen, wenn es um die Alphabetisierungsrate oder den Zugang zu sozialen Medien geht. Außerdem hat sich durch die globale Pandemie die Kluft zwischen den Geschlechtern noch weiter vergrößert. Dadurch werden Initiativen wie die World Women Hour wichtiger denn je.“*

Die zehn Social-Media-Ansätze für Unternehmen zur Unterstützung der digitalen Gleichberechtigung

1. Einen positiven gesellschaftlichen Wandel vorantreiben
2. Frauen mehr Sichtbarkeit geben und Führungsteams diversifizieren
3. Digitales Storytelling und Vorbilder nutzen
4. Das 3C-Modell (Confidence, Courage und Choice) zur Stärkung von Frauen in Social Posts nutzen
5. Bewusste Inklusion aller Facetten in und außerhalb des Unternehmens
6. Vorantreiben der SDG-5-Ziele zur Geschlechtergleichstellung
7. Positive Stimmungen posten
8. Konsequentes und regelmäßiges Posten
9. Ein digitales Netzwerk mit anderen Organisationen und Plattformen aufbauen
10. Das Thema „Gleichberechtigung“ aufrechterhalten

„World-Women-Hour-Geschichten stellen die Power von Frauen auf eine ganz besondere Art und Weise heraus. Hier geht es um Fortschritt, positiven Wandel und Chancen. Der Report bietet Unternehmen eine strategische Anleitung, um in digitale Gleichstellungsplattformen wie ‚World Women Hour‘ zu investieren. Wir sind überzeugt, dass der verstärkte Fokus auf die Geschichten von Frauen der Schlüssel zur digitalen Unabhängigkeit von 1,9 Milliarden Social-Media-Nutzerinnen und zur tatsächlichen Verwirklichung der Gleichberechtigung ist“, sagt Rupa Dash, CEO der World Women Foundation.

Der [Digital Report 2021](#) von Hootsuite zeigt, dass es weltweit fünf Milliarden Internetnutzer:innen gibt, von denen derzeit 4,2 Milliarden auf sozialen Netzwerken aktiv sind. Dabei sind 45 bzw. 55 Prozent der globalen Social-Media-Nutzer:innen weiblich bzw. männlich. Darüber hinaus haben Frauen eine Alphabetisierungsrate von 83 Prozent, während Männer eine Rate von 90 Prozent verzeichnen. Das zeigt: Auch wenn bereits viele Maßnahmen existieren, um die Ungleichheit zwischen Frau und Mann zu überwinden, besteht die Kluft auch weiterhin.

Konkrete Kampagnen-Ergebnisse auf einen Blick

- 1,5 Millionen Zugriffe auf World Women Hour
- 47,95 Millionen Impressions über alle Social-Media-Accounts hinweg
- Täglich über 115 Erwähnung der Kampagne auf Social Media
- Insgesamt reagierten über 27,53 Millionen Menschen via Social Media auf die Kampagne

Die Kampagne „World Women Hour“ generierte 47,95 Millionen Impressions auf den Social-Media-Kanälen. Hierbei beschäftigen sich 34 Prozent der Beiträge mit dem Thema Vertrauen, 37 Prozent mit Mut und 29 Prozent mit Chancen. Die Hootsuite-Analyse zeigt, dass Empowerment-Stories von Frauen in den sozialen Medien zu 89 Prozent positiv aufgenommen wurden. Zu den Ländern mit dem stärksten Engagement zählen USA, Kanada, Großbritannien, Indien, Australien, Deutschland, Palästina, Indonesien, Kolumbien und Brasilien – die meistverwendeten Sprachen waren dabei Englisch, Spanisch, Estnisch und Türkisch.

„Es war uns eine Ehre und ein großes Privileg, gemeinsam mit der World Women Foundation diese so wichtige Aktion ins Leben zu rufen, die von Millionen von Menschen gesehen wurde und Generationen von Frauen beeinflussen wird“, ergänzt Beth Ann Kaminkow, Global CMO von VMLY&R Commerce. „Wie diese 60 Frauen mit ihren 60 Geschichten zeigen, sind weltweit zwar schon Veränderungen und Verbesserungen vorhanden, vor allem wenn Frauen ihren Träumen folgen, aber es muss weiterhin viel getan werden, um die Kluft zwischen den Geschlechtern wirklich zu schließen – wir alle müssen unseren Teil dazu beitragen.“



Über Hootsuite

Hootsuite ist der Marktführer für Social-Media-Management mit über 200.000 Accounts und Millionen von Nutzer:innen, die Marken und Organisationen jeder Größe – von kleinen und mittelständischen Unternehmen bis hin zu Großkonzernen – weltweit vertreten. Die Expertise von Hootsuite in den Bereichen Social Selling, Social Customer Care und Social-Media-Management ermöglicht es Unternehmen, ihre Marke, ihren Geschäftserfolg und die Beziehung zu ihren Kunden in den sozialen Netzwerken strategisch auszubauen.

Die branchenführende Online-Lernplattform Hootsuite Academy fördert dieses Wachstum durch Social-Media-Zertifikate und hat mit ihrem Kursangebot bereits über eine halbe Million Menschen weltweit erreicht.

Weitere Informationen unter <https://hootsuite.com/de/>