

## BI Gender Data Gap

### *Durchführung des Assessment and Action Guides*

#### Vorgehensweise und mögliche Herausforderungen

Anstatt das Assessment als einmaliges Projekt mit einem festen Zeitrahmen zu betrachten, sollte es als fortlaufender Prozess („ongoing“) etabliert werden. Dies erleichtert die Integration in den Arbeitsalltag und ermöglicht eine nachhaltige Umsetzung. Ein wesentlicher Bestandteil dieser Herangehensweise ist die Verankerung des **Capacity-Building-Katalogs**. Dadurch wird eine kontinuierliche Weiterentwicklung gefördert und sichergestellt, dass Schulungsprozesse langfristig etabliert werden.

Um den Erfolg messbar zu machen, sollten **relevante Kennzahlen** herangezogen werden, wie beispielsweise Veränderungen im Lieferanten-Turnover oder in der Abwesenheitsrate der Mitarbeitenden. Dabei ist es wichtig, sowohl die Entwicklungs- als auch die Implementierungszeit zu berücksichtigen, um realistische Bewertungen und fundierte Erkenntnisse zu erhalten.

#### Kriterien zur Auswahl geeigneter Lieferanten/Produktionsstätten

Die Auswahl geeigneter Lieferanten/Produktionsstätten erfordert eine sorgfältige Abwägung verschiedener Kriterien, um eine langfristige und erfolgreiche Zusammenarbeit zu gewährleisten. Dabei spielen sowohl wirtschaftliche und strategische Faktoren als auch soziale Aspekte eine entscheidende Rolle.

- Auswahl von langfristigen und strategischen Partnerschaften nach Umsatz, Länge der Beziehung, Einflussvermögen und Zertifizierungen / Auditergebnissen (z. B. GOTS-zertifizierte Betriebe).
- Berücksichtigung der Risikobewertung, bzw. bei mittlerem oder hohem Risiko
- Einbeziehung von Länderrisiko
- Auswahl von Partnerschaften auf Augenhöhe, damit eine gleichwertige Zusammenarbeit möglich ist und beide Seiten von der Kooperation profitieren.
- Den Mehrwert für den Lieferanten hervorheben, indem klar kommuniziert wird, welche konkreten Vorteile das Projekt für ihn bringt.
- Dialogorientierter, zweistufiger Ansatz für den Austausch mit den Lieferanten, um eine fundierte Entscheidung zu ermöglichen.
- Motivation des Lieferanten
- Bewertung der betrieblichen Kapazitäten sowie der Bereitschaft zur Umsetzung von Verbesserungen
- Verknüpfung mit den Anforderungen von Fair Wear möglich
- Verbindlichkeit der Lieferanten durch ein schriftliches Commitment zur Sicherstellung der partnerschaftlichen Zusammenarbeit.

## Auswahl geeigneter Partner vor Ort

Bei der Auswahl geeigneter Partner vor Ort spielen verschiedene Akteure eine zentrale Rolle, darunter Gewerkschaften, NGOs, die Fair Wear Foundation, amfori und Organisationen, die gleichberechtigte Partnerschaften fördern. Ein effektiver Ansatz besteht darin, zunächst Standardorganisationen und NGOs in Deutschland zu kontaktieren, um wertvolle Kontakte vor Ort zu erhalten.

Zudem kann das Netzwerk des Textilbündnisses genutzt werden, oder CSR-Manager sowie Auditor\*innen gezielt angesprochen werden. Auch Zertifizierungsstellen (CBs) sind wertvolle Ansprechpartner. Dabei ist es essenziell, ausreichend Zeit für den Auswahlprozess einzuplanen und im Vorfeld klar zu definieren, welche Anforderungen und Erwartungen an die Partnerschaft gestellt werden.

## Möglicher Projektzeitplan

Ein erfolgreicher Projektablauf für das Gender-Data-Assessment erfordert eine klare Struktur mit abgestimmten Schritten und Meetings, wie im Folgenden dargestellt. Die Gesamtdauer des Projekts kann je nach spezifischen Rahmenbedingungen erheblich variieren. Indikativ gehen wir jedoch von einer Projektlaufzeit von 8 bis 12 Monaten – vom Projektbeginn bis zur Präsentation der Ergebnisse – aus.

Projektschritte	Zeitlicher Ablauf
<p><b>1. Vorbereitung und interne Abstimmung</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Internes Pitchen:</b> Vorstellung des Vorhabens bei allen relevanten Beteiligten, insbesondere im Einkauf, um Verständnis und Unterstützung zu gewinnen.</li><li>• <b>Budgetplanung und Geschäftsführungspitch:</b> Angebote für das Assessment einholen und eine fundierte Budgetplanung erstellen, um die Zustimmung der Geschäftsführung zu sichern.</li><li>• <b>Jahreszeitplanung:</b> Das Assessment in die übergreifende Jahresplanung integrieren, um realistische Zeiträume für die Umsetzung zu gewährleisten.</li></ul>	Vor Projektstart
<p><b>2. Auswahl und Einbindung der Lieferanten</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Lieferantenauswahl:</b> Berücksichtigung von Kostenaufteilungen, etwaige Übernahme von Lohnkosten für die Zeit des Audits und der Schulungen.</li><li>• <b>Lieferantenscoring:</b> Überlegung, ob eine bessere Bewertung im Scoring-System als Anreiz für Lieferanten dient.</li></ul>	Vor Projektstart

Projektschritte	Zeitlicher Ablauf
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Lieferantenmotivation:</b> Aufzeigen der Vorteile, z. B. geringere Mitarbeiterabwesenheit, finanzielle Vorteile oder Imagegewinn gegenüber anderen Marken.</li> <li>• <b>Kooperation mit weiteren Brands:</b> Einbindung anderer Unternehmen zur gemeinsamen Durchführung und Finanzierung des Assessments.</li> </ul>	
<p><b>3. Kick-off-Phase</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Kick-off-Meeting:</b> Entscheidung über die Durchführung (gemeinsam mit allen Lieferanten oder einzeln, je nach Präferenz der Lieferanten).</li> <li>• <b>Sprachliche Barrieren identifizieren:</b> muss ggf. ein Dolmetscher organisiert werden</li> <li>• <b>Nutzung bestehender Auditberichte:</b> Integration bereits vorhandener Daten, um Doppelarbeit zu vermeiden.</li> </ul>	Projekttestart
<p><b>4. Onboarding und Durchführung des Assessments</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Onboarding der Auditorin:</b> Einführung in die Projektziele und Methoden.</li> <li>• <b>Onboarding von CSR und Auditorin gemeinsam:</b> Sicherstellung eines abgestimmten Vorgehens zwischen den zentralen Akteuren.</li> <li>• <b>Durchführung der Befragung:</b> Datenerhebung durch Interviews oder standardisierte Fragebögen.</li> <li>• <b>Auswertung der Ergebnisse:</b> Analyse der erhobenen Daten und Identifikation von Handlungsfeldern.</li> </ul>	<p>Im ersten Monat ab Beginn des Projekts</p> <p>Im ersten Monat ab Beginn des Projekts</p> <p>Innerhalb des 3. Monats des Projekts</p> <p>Im dritten Monat des Projekts</p>
<p><b>5. Maßnahmenableitung und Umsetzung</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Workshop zur Ergebnisinterpretation:</b> Vorstellung der Befragungsergebnisse und erste Ideenentwicklung für Maßnahmen.</li> <li>• <b>Einbindung der Produktionsstätten:</b> Zusammenarbeit mit den Produktionsstätten, welche Maßnahmen sie selbst als sinnvoll erachten.</li> <li>• <b>Einbindung des Workers Committee:</b> Involvierung von Arbeitnehmervertretungen zur Sicherstellung praxisnaher Lösungen (Maßnahmen)</li> <li>• <b>Begleitung der Maßnahmen:</b> Unterstützung und Monitoring der Umsetzung in den Produktionsstätten.</li> </ul>	<p>Im 4. Monat des Projekts</p> <p>Im 5. Monat des Projekts</p> <p>Im 5. Monat des Projekts</p> <p>Bis Projektende</p>

Projektschritte	Zeitlicher Ablauf
<b>6. Capacity building</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Onboarding externer, lokaler Consultant für Capacity building</li> <li>Capacity building mit Management und Angestellten der Produktionsstätten zu den vorgeschlagenen Themen</li> </ul>	Im 5. Monat des Projekts  Im 5. Monat des Projekts
<b>7. Erfolgsmessung und nachhaltige Verankerung</b> <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Wirksamkeit messen:</b> Evaluierung der umgesetzten Maßnahmen anhand definierter Kennzahlen.</li> </ul>	Im 6. Und 7. Monat des Projektes  Im 8. Monat des Projektes
<b>8. Abschluss des Projekts</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Abschließender Workshop mit CSR Abteilung der Produktionsstätten, online</li> <li>Abschließender Bericht und Auswertung</li> <li>Klärung, ob Projekt dauerhaft integriert werden kann</li> </ul>	Im 9. Monat des Projekts

Durch diese strukturierte Herangehensweise soll sichergestellt werden, dass das Gender-Data-Assessment effektiv durchgeführt und nachhaltig in die Unternehmensprozesse integriert wird.

### Auswahl und Formulierung von Maßnahmen & Empfehlungen

Bei der Auswahl und Formulierung von Maßnahmen und Empfehlungen ist es essenziell, auf eine gleichberechtigte Partnerschaft mit den Produktionsstätten zu setzen, anstatt einen rein top-down-Ansatz zu verfolgen. Eine enge Zusammenarbeit mit den Betrieben ermöglicht praxisnahe Lösungen, die realistisch umsetzbar sind und auf die tatsächlichen Bedürfnisse der Beschäftigten eingehen.

Ein wichtiger Aspekt ist die Identifikation von „**Quick Wins**“ – also Maßnahmen, die schnell und einfach umgesetzt werden können und gleichzeitig einen unmittelbaren Mehrwert bieten. Beispielsweise könnte die Frage „Wie schnell sind Toiletten erreichbar?“ ein Ansatzpunkt sein, um einfache infrastrukturelle Verbesserung mit direkten finanziellen und sozialen Vorteilen zu realisieren.

Um eine strukturierte Herangehensweise zu gewährleisten, ist eine Kategorisierung der Maßnahmen erforderlich:

- Kurzfristige Maßnahmen, die schnell umsetzbar sind und unmittelbare positive Effekte haben.
- Mittel- bis langfristige Maßnahmen, die eine nachhaltige Verbesserung anstreben und möglicherweise mehr Ressourcen oder Zeit erfordern.

Schließlich ist eine Abstimmung mit anderen Brands, die mit denselben Produktionsstätten zusammenarbeiten, essenziell, um Synergien zu nutzen und eine koordinierte Umsetzung der Maßnahmen zu gewährleisten.

### **Externe oder interne Ansprechpartner: Wer übernimmt den Vor-Ort-Kontakt?**

Reisen vor Ort sind essenziell, um stabile Beziehungen zu den Produktionsstätten aufzubauen und zu festigen. Externe Partner können dabei unterstützen, doch der kontinuierliche Einsatz bleibt entscheidend. Solche Projekte erfordern eine langfristige Begleitung – daher sollte intern geprüft werden, ob ausreichend personelle Ressourcen vorhanden sind, um dies nachhaltig sicherzustellen.