

Klantcase

AANLEIDING

Binnen Robeco bestaat de afdeling PinkCapital. Deze afdeling is er op gericht om het diversiteitsbeleid binnen Robeco op te zetten en te onderhouden. Vanuit de rol van PinkCapital om diversiteit hoog op de agenda te hebben en te houden, is Lof gevraagd om de ontwikkeling van vrouwelijk talent binnen Robeco te stimuleren. Ondanks dat de hoofdrol voor vrouwen is weggelegd, moeten ook de mannen niet vergeten worden in de campagne.

Vragen die centraal staan zijn; Welke dilemma's spelen er voor Robeco vrouwen, in de subtop en de top? Welke successen zijn er te behalen? Wat is de kracht van diversiteit en gemengde teams? Welke hindernissen zijn er voor het bedrijf en voor de vrouwen zelf? Maar vooral ook: wat levert het ons op? Autonomie, succes, lof, energie?

AANPAK

Om vrouwelijk (en mannelijk) talent binnen Robeco te stimuleren heeft Lof in samenwerking met PinkCapital de **campagne Dames & Dilemma's** op maat gemaakt. Deze campagne bestaat uit drie fases:

Fase 1: Een rolmodellenverkiezing onder de werknemers van Robeco.

Fase 2: Een ronde tafel discussie met de gekozen rolmodellen en opening tentoonstelling

Fase 3: Talkshow over Dames & Dilemma's met een groot aantal werknemers van Robeco.

Naast de bovenstaande activiteiten, wordt drie keer een **speciale, digitale editie van het Lof Magazine** uitgebracht. Deze speciaal voor Robeco gemaakte edities worden voorafgaand aan elke fase ontwikkeld en verspreid onder alle werknemers. In het magazine vinden de werknemers informatie over de campagne Dames & Dilemma's. Ook worden de gekozen rolmodellen uit de rolmodellenverkiezing geportretteerd in een van de digitale edities. Het doel van dit magazine is het op de hoogte houden van alle medewerkers en het creëren van een groot draagvlak onder de medewerkers.

Na afloop van de talkshow (fase 3) zal de **tentoonstelling Moeders met Macht** worden geopend door Levie Boer. Deze tentoonstelling zal een aantal weken binnen Robeco te zien zijn. In deze tentoonstelling worden vijftientig vrouwen, van Neelie Kroes tot Farah Karimi, in beeld gebracht; allemaal vrouwen die weten hoe het is om een gezin met een carrière te combineren. Het doel van de tentoonstelling is om de medewerkers van Robeco te stimuleren om een rolmodel te worden en te blijven en ook na afloop van de campagne aandacht te houden voor dit thema.

RESULTAAT

De campagne bij Robeco heeft ervoor gezorgd dat:

- De afdeling PinkCapital meer naamsbekendheid binnen Robeco heeft gekregen.
- Er meer draagvlak is gecreeërd om dit thema bespreekbaar te maken.
- Werknemers aan durven te kloppen bij hun leidinggevende om hun werk/life indeling bespreekbaar te maken.