



Mars startet globale Crowdsourcing-Kampagne zur Geschlechtergleichstellung

McLean, Virginia, 10. Februar 2021 – Was muss sich ändern, damit mehr Frauen ihr volles Potential entfalten können? Diese Frage stellt Mars, Incorporated im Rahmen der globalen Crowdsourcing-Kampagne #HereToBeHeard. Bis Ende März können Frauen ab 18 Jahren unter beheard.mars.com ihre Antworten als Audioaufnahme oder schriftliches Zitat abgeben. Im Sommer folgt die Veröffentlichung der Ergebnisse. Das Ziel der Initiative ist es, einer Bandbreite an weiblichen Stimmen Gehör zu verschaffen, um die Kluft zwischen den Geschlechtern am Arbeitsplatz, in der Wertschöpfungskette und in der Werbung zu schließen.

Derzeit machen Frauen 51 Prozent der Weltbevölkerung aus und haben das Potential, 28 Billionen Dollar zum globalen Bruttoinlandsprodukt beizutragen. Dennoch bleiben ihre Stimmen oft ungehört. Schon vor der Coronapandemie schätzten die Vereinten Nationen, dass die Geschlechtergleichstellung mehr als ein Jahrhundert dauern würde. COVID-19 hat den Fortschritt um 25 Jahre zurückgeworfen.

Durchgeführt wird die Studie in Zusammenarbeit mit der Saïd Business School der Universität Oxford. „Wir freuen uns, Mars in der Oxford Future of Marketing Initiative (FOMI) willkommen zu heißen und an #HereToBeHeard mitzuwirken. Die Kampagne wird dazu beitragen, Elemente der Ungleichheit zwischen den Geschlechtern in der Wirtschaft zu thematisieren und Maßnahmen zu entwickeln, um diese Ungleichgewichte zu beseitigen. Wir hoffen, dass die Ergebnisse wertvolle Erkenntnisse für die Anwendung in der Öffentlichkeit, dem geschäftlichen Umfeld und in weiteren Bereichen darstellen“, so Professor Andrew Stephen, Associate Dean of Research, L'Oréal Professor of Marketing und Direktor der FOMI der Saïd Business School.

Victoria Mars, Vorstandsmitglied von Mars, Incorporated und Botschafterin des im letzten Jahr gestarteten Mars [Full Potential](#)-Programms sagt: „Frauen spielen seit jeher eine wichtige Rolle in unserer Geschichte und in der Führung von Mars. Aber wir müssen noch mehr tun: Wir wollen mehr Frauen an unserem Arbeitsplatz und in unserer gesamten Wertschöpfungskette fördern. Das Ausmaß und die Dringlichkeit der Ungleichheit zwischen den Geschlechtern erfordern mehr Maßnahmen. Wenn die globale Wirtschaft jetzt nicht zuhört und aktiv wird, wann dann? Unternehmen können einen großen Einfluss darauf haben, den Wandel mitzugestalten. Mars ergreift diese Gelegenheit, um die Diskussion zu erweitern und Veränderung herbeizuführen. Mit der #HereToBeHeard-Bewegung wollen wir dazu beitragen, dass die Stimmen aller Frauen eine Chance haben, gehört zu werden. Die Ergebnisse der Umfrage fließen in konkrete Aktionspläne von Mars ein, um die weltweite Geschlechtergleichstellung voranzutreiben.“ Die Full Potential-Initiative von Mars, Incorporated ist auf dieses Ziel ausgelegt.

MARS

Das globale Familienunternehmen aus Virginia stellt Inklusion und Vielfalt in den Mittelpunkt seiner Bemühungen. Es hat

- bereits die Gleichstellung der Geschlechter in der gesamten Belegschaft von 130.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern erreicht. Davon sind mehr als die Hälfte Frauen.
- ein 43-prozentiges Gleichgewicht der Geschlechter in den Führungsteams erreicht. Das Ziel sind 100 Prozent.
- die Partnerschaft mit der humanitären Hilfsorganisation CARE erweitert, um 50.000 Menschen in den Kakaobeschaffungsgemeinschaften zu stärken. Davon profitieren in erster Linie Frauen. CARE-Geschäftsführerin Michelle Nunn: „Bei unserer Arbeit mit Mars in den Kakaoanbaugemeinden in Ghana und der Côte d'Ivoire sehen wir aus erster Hand, wie die Stimmen der Frauen unterdrückt werden. Viele sind mit schlechtem Zugang zu Bildung, fehlenden Chancen auf eine würdige Arbeit und in einigen Fällen mit Gewalt konfrontiert. Wir bei CARE sind der festen Überzeugung, dass Frauen das Recht haben sollten, ihre Meinung zu äußern, um die Welt zu einem besseren Ort zu machen. Deshalb sind wir sehr stolz darauf, der #HereToBeHeard-Kampagne von Mars unsere Stimme zu leihen.“
- sich für eine Zusammenarbeit mit dem Geena Davis Institute und der UNStereotype Alliance entschieden, um geschlechterspezifische Vorurteile und Stereotypen in der Werbung zu beseitigen. Madeline Di Nonno, Geschäftsführerin des Geena Davis Institute on Gender in Media: „Wir sind stolz darauf, mit #HereToBeHeard eine wichtige globale Kampagne zu unterstützen, die Frauen und Mädchen die Möglichkeit gibt, sich zu Wort zu melden. #SeeitBeit!“

Einen Überblick der Verpflichtungen und Fortschritte von Mars, Incorporated zur Geschlechtergleichstellung finden Sie [hier](#).

Besuchen Sie beheard.mars.com, um mehr zu erfahren, an der Umfrage teilzunehmen und die Diskussion mit #HereToBeHeard fortzusetzen. Hier geht es zum Kampagnenvideo: <https://youtu.be/JLSZ1kDt9OI>



© Mars, Incorporated
Victoria Mars, Vorstandsmitglied von Mars, Incorporated

MARS

#HereToBeHeard ist eine globale Kampagne von Mars, Incorporated, die Veränderungen gegen die Ungleichheit zwischen den Geschlechtern vorantreibt. Damit unterstützt das Unternehmen das fünfte UN-Ziel für nachhaltige Entwicklung. Die #HereToBeHeard-Kampagne ist Teil des Full Potential-Programms, welches darauf abzielt, Frauen zu stärken und die Kluft zwischen den Geschlechtern zu schließen – am Arbeitsplatz, in der Wertschöpfungskette und in der Werbung. Weitere Informationen über die Full Potential-Plattform und die #HereToBeHeard-Umfrage finden Sie unter beheard.mars.com und mars.com.

Mars in Deutschland gehört zum amerikanischen Familienunternehmen Mars, Incorporated, einem in mehr als 80 Ländern weltweit tätigen Markenartikelhersteller. 2019 erzielte Mars in Deutschland einen Umsatz von rund 1,8 Milliarden Euro. An seinen fünf Betriebsstandorten beschäftigt das Unternehmen in den Geschäftsbereichen Mars Wrigley, Mars Petcare, Royal Canin und Mars Food aktuell etwa 2.200 Mitarbeiter aus rund 50 Nationen. Viele seiner Qualitätsmarken stellt Mars auch in Deutschland her.

Weltbekannte Marken wie WHISKAS®, PEDIGREE®, SHEBA®, CESAR®, PERFECT FIT™, NUTRO™, CRAVE™, KITEKAT®, FROLIC®, DREAMIES™ und CATSAN™ gehören zu Mars Petcare. Im Bereich Mars Wrigley sind es unter anderem die Marken M&M'S®, SNICKERS®, TWIX®, und CELEBRATIONS® sowie bekannte Marken wie WRIGLEY'S EXTRA®, AIRWAVES® und 5GUM®. Für den Geschäftsbereich Mars Food stehen Marken wie UNCLE BEN'S® (zukünftig BEN'S ORIGINAL™), MIRÁCOLI®, TASTY BITE® und EBLY®. Mars ist stolz auf Auszeichnungen als mitarbeiterorientiertes Unternehmen. So belegt das Unternehmen seit Jahren einen Spitzenplatz bei „Deutschlands Beste Arbeitgeber“ und wurde im Februar 2020 bereits zum dritten Mal mit dem zweiten Platz ausgezeichnet.

Mars, Incorporated ist ein Unternehmen in Familienbesitz, das auf eine mehr als hundertjährige Geschichte in der Herstellung von Produkten und im Dienstleistungsangebot für Menschen und die Haustiere, die sie lieben, zurückblicken kann. Das Unternehmen ist mit einem Umsatz von mehr als 40 Milliarden US-Dollar global tätig und Hersteller von einigen der beliebtesten Marken der Welt: M&M's®, SNICKERS®, TWIX®, PEDIGREE®, WHISKAS®, ROYAL CANIN®, WRIGLEY'S EXTRA®, AIRWAVES®, UNCLE BEN'S® (zukünftig BEN'S ORIGINAL™), MIRÁCOLI®. Des Weiteren bietet Mars tierärztliche Gesundheitsleistungen an, zu denen AniCura, BANFIELD Pet Hospitals, Blue Pearl®, VCA® und Pet Partners™ gehören. Mars, mit Hauptsitz in McLean, Virginia, ist in über 80 Ländern geschäftlich aktiv. Die Fünf Prinzipien von Mars - Qualität, Verantwortung, Gegenseitigkeit, Effizienz und Freiheit - inspirieren die mehr als 125.000 Mitarbeiter des Unternehmens, Werte für alle Beteiligten zu schaffen und Wachstum zu generieren, auf das sie tagtäglich stolz sind.

Weitere Informationen finden Sie auf unserer Website: www.mars.de. Folgen Sie uns auf twitter.com/MarsDeutschland, facebook.com/MarsKarriere, instagram.com/mars_karriere/ und linkedin.com/company/mars/.

Pressekontakt

Nina Wenzl

presse@mars.de