

Internationale vrouwendag

Bedrijven laten capaciteiten vrouwelijke topmanagers liggen ***Onderzoek Accenture wijst op ongebruikt potentieel aan talenten en capaciteiten***

Brussel, 04 maart 2009 – Bijna de helft van de zakenvrouwen in de hele wereld, en een vergelijkbaar percentage van hun mannelijke collega's, vindt dat hun werk te weinig uitdaging biedt, ondanks het vertrouwen dat ze hebben in hun eigen vaardigheden en capaciteiten. Dat is het resultaat van een nieuw onderzoek door Accenture (NYSE: ACN).

Het onderzoek onder 3600 medewerkers van middelgrote en grote organisaties in 18 landen in Europa, Azië, Noord-Amerika, Zuid-Amerika en Afrika laat zien dat 46 procent van de vrouwen en 49 procent van de mannen in hun huidige functie onvoldoende uitdaging ervaren, terwijl ruim driekwart (76 procent) van alle ondervraagden vertrouwen heeft in zijn of haar eigen capaciteiten. Deze capaciteiten houden onder andere in dat zij de hoeveelheid werk en deadlines aankunnen en in staat zijn om taken te delegeren en onderhandelingen te voeren (respectievelijk 70, 68 en 65 procent van de ondervraagden).

Uit het onderzoek dat vandaag ter gelegenheid van de viering van de Internationale vrouwendag door Accenture openbaar wordt gemaakt, blijkt ook dat bijna zes op de tien vrouwen (59 procent) van mening zijn dat hun carrière succesvol of zeer succesvol is. Bovendien gaf bijna de helft (46 procent) van de vrouwen die zichzelf als zeer succesvol zien, aan dat zij in hun functie meer verantwoordelijkheid moeten nemen dan zij hadden verwacht.

Deze vrouwen dagen zichzelf dan ook verder uit: ruim acht op de tien vrouwen (81 procent) die zichzelf als "zeer succesvol" zien, zeggen dat ze meer verantwoordelijkheid en complexere taken op zich nemen om vooruit te komen. Driekwart (75 procent) geeft aan dat ze de lat regelmatig te hoog leggen. Ze leren ook nieuwe vaardigheden waarmee ze in staat zijn door te groeien, staan niet afwijzend tegenover een nieuwe functie of positie, zijn bereid om over de hele wereld te reizen om zaken te doen en relaties op te bouwen en vragen regelmatig om een nieuwe uitdaging (respectievelijk 78, 76, 68 en 65 procent).

"Dit onaangesproken potentieel is veelbelovend voor organisaties, die erbij gebaat zijn hun mensen vast te houden en te ontwikkelen tot zelfverzekerde werknemers met uitstekende vaardigheden en capaciteiten," zegt Armelle Carminati, directeur Human Capital & Diversity bij Accenture. "Als organisaties training en ontwikkeling alert en innovatief aanpakken, kunnen ze hun eigen succes zekerstellen, zeker in de huidige verkrampde economische omgeving."

Succesfactoren

Technologie is één succesfactor: ondervraagden die zichzelf omschrijven als "zeer succesvol" vertrouwen aanzienlijk meer op technologie dan hun collega's. Ruim driekwart (79 procent) van de ondervraagden die zichzelf bestempelden als "zeer succesvol", geeft aan dat ze vertrouwen op technologie, vergeleken met slechts 56 procent van de ondervraagden die zichzelf niet als "zeer succesvol" ziet. In het algemeen zien mannen zichzelf meer dan vrouwen als "innovatief" of "early adopter" op het gebied van technologie (respectievelijk 70 en 58 procent).

Bij vrouwen staan mentorprogramma's hoog aangeschreven, maar er wordt maar weinig gebruik van gemaakt. Op de vraag naar wie vrouwen voor loopbaanadvies gaan, noemde slechts 14

procent een voormalige mentor binnen het bedrijf. Ruim 50 procent van de vrouwen wendt zich voor advies tot familie, vrienden of huidige of voormalige collega's (respectievelijk 57, 51 en 50 procent). Toch zien vrouwen de waarde van een mentor in: ze geven aan dat hun mentor hen helpt om anders over bepaalde situaties te denken, dat hij of zij hen helpt bij hun huidige functie en dat ze door hem of haar meer kansen en mogelijkheden zien (respectievelijk 43, 41 en 37 procent). Ook zien ze dat een mentor andere voordelen biedt: hij of zij kan hen helpen om vaardigheden en capaciteiten in kaart te brengen, meer zelfvertrouwen te krijgen en om de lat hoger te leggen (respectievelijk 34, 34 en 32 procent).

“Organisaties die willen dat hun mensen zich ontwikkelen en vooruitkomen, nemen regelmatig de doelstellingen en resultaten van hun programma's onder de loep, waaronder ook de mentoractiviteiten,” vertelt Adrian Lajtha, Chief Leadership Officer bij Accenture. “Organisaties die vooruit denken, beseffen dat het promoten van een carrière, in het bijzonder voor vrouwen, verdergaat dan alleen het openen van deuren. Het gaat erom dat medewerkers een uitdaging hebben en hun talenten kunnen verbeteren zodat ze op het voor hen hoogst haalbare niveau kunnen presteren.”

Andere belangrijke bevindingen

Dit zijn enkele andere belangrijke resultaten van het onderzoek:

- De zware economische tijden hebben ertoe geleid dat een aantal ondervraagden, met name in opkomende markten, zich verder heeft ontplooid en zijn functie heeft uitgebreid om concurrerend te blijven. Het merendeel van de ondervraagden in Brazilië, China en India (respectievelijk 86, 79 en 70 procent) heeft dit aangegeven, terwijl dat in Nederland slechts voor 22 procent en in Oostenrijk en Noorwegen voor 35 procent van de ondervraagden geldt. Van de meer ontwikkelde landen vormt Italië hierop een uitzondering: 74 procent van de ondervraagden heeft zich verder ontplooid en zijn functie verruimt om concurrerend te blijven.
- In diverse landen (Verenigde Staten, Spanje, Rusland, Groot-Brittannië en Oostenrijk) vragen vrouwen hun leidinggevenden eerder om een nieuwe uitdaging dan mannen. Het verschil was het grootst in de Verenigde Staten (70 procent van de vrouwen tegen 48 procent van de mannen) en Rusland (57 procent van de vrouwen tegen 44 procent van de mannen).
- In het algemeen vragen mannen eerder om een loonsverhoging (56 procent tegen 48 procent) en een hogere functie (42 procent tegen 37 procent).
- Optimisme over toekomstige banenkansen staat los van generaties. In het huidige economische klimaat ziet 50 procent van de Baby Boomer-ondervraagden (geboren vóór 1964) de toekomst met betrekking tot carrièrekansen positief tegemoet, in vergelijking tot 45 procent van de Generatie X-ondervraagden (geboren tussen 1965 en 1978) en 48 procent van de Generatie Y-ondervraagden (geboren na 1979).

Onderzoeksmethodologie

In november en december 2008 heeft Accenture online een enquête gehouden onder 3600 leidinggevenden van middelgrote en grote organisaties in 18 landen: Australië, Brazilië, China, Duitsland, Frankrijk, Groot-Brittannië, Ierland, India, Italië, Mexico, Nederland, Noorwegen, Oostenrijk, Rusland, Spanje, Verenigde Staten, Zuid-Afrika en Zwitserland. Per land werkten tweehonderd ondervraagden mee. De ondervraagden werden volgens geslacht onderverdeeld in evenveel mannen als vrouwen en vormden qua leeftijd en niveau een afspiegeling van hun organisatie. De foutmarge van de steekproef is circa +/-2 procent. Een volledig rapport van het onderzoek, *Untapped Potential: Stretching toward the Future*, is beschikbaar op www.accenture.com.

Over Accenture

Accenture is een wereldwijd bedrijf in dienstverlening voor management consulting, technologie en outsourcing. Met een combinatie van brede ervaring, uitgebreide competenties in de verschillende industrieën en bedrijfsfuncties en diepgaand onderzoek naar wat de meest succesvolle bedrijven van de wereld succesvol maakt, helpt Accenture zijn klanten, bedrijven en overheden om high performing te worden. Met meer dan 187.000 medewerkers in 120 landen realiseerde Accenture een omzet van 23.39 miljard dollar in het boekjaar dat eindigde op 31 augustus 2008. Zie ook www.accenture.com en www.accenture.be.

Contact :

Dries Cuypers

Tel : +32 (0) 495 / 59 55 36

Email: dries.cuypers@accenture.com