

## FLERE KVINDER I LEDELSE

LEGO Koncernen vil gerne have flere kvinder i lederjobs. Som en international virksomhed, der agerer globalt, er det vigtigt at sikre diversitet. Diversitet kan være med til at udvide perspektivet og opdage nye muligheder. Det handler ikke om, at kvinder er kvinder eller om at opfylde en bestemt kvote. Kvotering er ikke vejen frem, da de negative sider ved kvotering overskygger de positive.

I LEGO Koncernen handler det i stedet om kultur og mest af alt om kulturforandring. En kulturforandring, hvor diversitet og mangfoldighed kommer i centrum. Det er LEGO Koncernens strategi at understøtte denne kulturforandring gennem dialog og aktive HR tiltag. LEGO Koncernen ønsker en bredere talentmasse – og talent er en knap ressource.

LEGO Koncernen sætter med underskrivelsen af charteret fokus på talentfulde kvinder og arbejder på at få målene om flere kvinder i ledelse integreret i virksomhedens handlinger og politikker.

### LEGO WOMEN'S NETWORK

LEGO Koncernen er stolt af, at viljestærke kvinder for få år tilbage selv tog initiativ til at oprette deres eget netværk, *LEGO Women's Network*. Her er tale om en græsrodsbevægelse, der blandt andet fokuserer på kvinder i ledelse. I dag er der syv kvindenetværk i LEGO Koncernen, hvor 40 frivillige kvinder er engageret.

Kvindenetværket er blevet en omfattende og integreret del af organisationen. Hvad der startede som kvindenetværkets agenda, er blevet hele organisationens agenda. Støtten fra ledelsen og HR er specielt rettet mod den del af netværket, der fokuserer på kvinder i ledelse.

### FREMTIDEN FOR KVINDER I LEGO KONCERNEN

LEGO Koncernen har sat mål for hvor stor en andel kvinder, der skal være i de to øverste ledelseslag<sup>1</sup> frem mod 2010. Målene kan ses i tabellen nedenfor:

MÅLENE	2006	2007	2008	2009	2010
PROCENTVIS ANDEL AF KVINDER I DE TO ØVERSTE LEDELSESLAG <sup>1</sup>	21,5 %	23,7 %	27,6 %	31,25 %	35 %

I skrivende stund er den procentvise andel af kvinder i de to øverste ledelseslag 21,6 procent. LEGO Koncernen har altså hidtil ikke opnået det mål, der blev sat i 2006. Det skyldes primært, at forudsætningerne for at målene opfyldes er ændret radikalt.



<sup>1</sup> Vice President Level og Director Level



Virksomheden gennemgår i denne tid store forandringer, blandt andet overtagelsen af tre nye produktionssteder. Det ændrer medarbejdersammensætningen så markant, at LEGO Koncernen overvejer at revidere de nuværende mål i 2009, så de i højere grad afspejler den nye virkelighed.

Modsat udviklingen i de to øverste ledelseslag går det bedre med antallet af kvinder i managerstillinger<sup>2</sup>. 37 procent af managerne i LEGO Koncernen er kvinder. Det er en tendens, LEGO Koncernen ønsker videreført til de to øverste ledelseslag. LEGO Koncernen mangler især kvindelige ledere i produktionen. Forklaringen kan være, at produktionsområdet traditionelt har tiltrukket mandlige ledere. LEGO Koncernen har valgt at reagere på de manglende resultater ved at igangsætte en række virksomhedsaktiviteter.

### INITIATIVER SOM LED I STØTTEN TIL KVINDER I LEDELSE

LEGO Koncernens generelle HR politik er formuleret med henblik på at skabe mulighed for, at kvinder kan gøre karriere. Her kan nævnes yderst fleksible arbejdstimer, mulighed for hjemmearbejde og on-the-job trainings filosofi. Derudover har alle medarbejdere ret til en individuel udviklingsplan, der udarbejdes i samarbejde med deres ledere.

Følgende initiativer er ligeledes sat i gang eller skal sættes i gang som led i støtten til kvinder i ledelse:

- Organiseret støtte og opbakning til *LEGO Women's Network*. Direktionen og den øvrige ledelse spiller her en afgørende rolle.
- En række personer fra ledelsen er udnævnt til ambassadører, hvis rolle er at agere sparringspartnere og fremme støtten til kvinder i ledelse.
- *LEGO Women's Network*, herunder undergrupperingen "Where Women Will Work and Win" afholder flere gange årligt konferencer for kvinder og beslutningstagere. Konferencerne bliver støttet økonomisk og ressourcemæssigt af LEGO Koncernen.
- LEGO Koncernen sætter i samarbejde med eksterne rekrutteringspartnere fokus på at brede kandidatfeltet ud i forhold til rekrutteringer ind i koncernen. Dialoger med rekrutteringspartnere er startet med det formål at sikre mindst en kvinde i det sidste kandidatfelt, når lederjobs skal besættes. LEGO Koncernen har bedt selskaberne dokumentere den øgede opmærksomhed på kvindelige kandidater.
- Internt er virksomhedens HR partnere informeret om samme regel og har fået til opgave at øge opmærksomheden på kvindelige ansøgere for at sikre et mangfoldigt ansøgerfelt.
- Der sættes ligeledes fokus på at brede kandidatfeltet ud i forbindelse med nominering og udvælgelse til LEGO Koncernens talentprogram, og derved sikre flere kvinder på dette udviklingsprogram
- Det skal ikke være en barriere for kvinder, at de kan blive gravide. LEGO Koncernen agter at sætte fokus på de fordelagtige muligheder, som mænd har for at gå på barsel.

---

<sup>2</sup> Ledelsesniveau lige under



- En række kvinder fra de øverste ledelseslag er udpeget til at være mentorer for andre kvinder. Det er et initiativ, som LEGO Koncernen vil forsøge at brede ud til flere kvinder i virksomheden.
- Kønsopdelt lønstatistik så det er muligt at sammenligne mænds og kvinders løn.
- Hvert kvartal vil LEGO Koncernen opdatere, hvordan det går med initiativer. Den opdatering vil løbende blive fremlagt og diskuteret med *LEGO Women's Network*
- LEGO Koncernen ønsker at udvide med nye initiativer og er åben for andre ideer. Som inspiration indsamles Best Practices fra de andre virksomheder i Danmark.
- Endelig har Ligestillingsministeriet udnævnt adm. direktør for LEGO Koncernen, Jørgen Vig Knudstorp til ambassadør for kvinders karriere. En rolle han med stort engagement har påtaget sig.

LEGO Koncernen vil sætte endnu hårdere ind for at nå målene og arbejde videre med nye og igangværende aktiviteter, så kvinder internt og eksternt kan se og udnytte de gode karrieremuligheder i LEGO Koncernen.

## LEGO Koncernen