

Volksbank Wien macht auf Gender Care Gap aufmerksam – Frauen im Fokus!

Volksbank Wien beleuchtet am Weltfrauentag den Gender Care Gap und fördert Frauen zur eigenverantwortlichen Finanzplanung.

Mariahilfer Straße, 1060 Wien, Österreich - Am 4. März 2025, dem Weltfrauentag, setzt die Volksbank Wien mit einer bemerkenswerten Awareness-Kampagne ein klares Zeichen gegen den Gender Care Gap. Wie **ots.at** berichtet, werden in ausgewählten Filialen der Bank überdimensionale Post-its in den Schaufenstern platziert, die auf die ungleiche Verteilung von Alltagsaufgaben hinweisen. Die Aktion zielt darauf ab, Frauen zu ermutigen, ihre finanzielle Planung selbst in die Hand zu nehmen und macht auf die psychische Belastung aufmerksam, die viele Frauen durch das Organisieren unsichtbarer Aufgaben im Alltag empfinden – ein Phänomen, das als „Mental Load“ bezeichnet wird. In Österreich leisten Frauen im Schnitt 43 Prozent mehr an unbezahlter Care-Arbeit als Männer, was zu finanzieller Unsicherheit und geringeren Karrierechancen führt.

Fokus auf Gleichstellung und Unterstützung

Die Volksbank Wien hat sich nicht nur zum Ziel gesetzt, das Bewusstsein für den Gender Care Gap zu schärfen, sondern möchte auch Schritte zur Förderung der Gleichstellung im Unternehmen unternehmen. Gabriele Girschele, Leiterin des Operativen Personalmanagements, erläutert, dass bis zum Jahr 2030 eine Parität bei den Führungskräften angestrebt wird. Dazu wird auch ein Mentoring-Programm für Frauen („WoMentoring“) entwickelt, um eine flexiblere Arbeitszeitgestaltung zu fördern.

Die Bank möchte insbesondere nach Elternzeiten die Rückkehr von Frauen in Führungsverantwortungen erleichtern.

Sonja Schörgenhofer, die seit dem 1. Februar 2024 die Leitung für Marketing und Kommunikation bei der VOLKSBANK WIEN AG übernommen hat, bringt umfangreiche Erfahrungen aus der Beauty- und Kosmetikbranche mit und soll dazu beitragen, das Unternehmen im Bereich Markenführung weiterhin zu stärken. Wie **frauundkarriere.com** anmerkt, ist Teamarbeit ein zentraler Bestandteil der Unternehmensphilosophie, und Schörgenhofer betont die Wichtigkeit der Zusammenarbeit mit den internen und externen Stakeholdern. Unter ihrer Leitung plant die Volksbank, ein einheitliches und kundenorientiertes Markenerlebnis zu schaffen, das die Werte der Bank widerspiegelt.

Details	
Vorfall	Information
Ort	Mariahilfer Straße, 1060 Wien, Österreich
Quellen	• www.ots.at • frauundkarriere.com

Besuchen Sie uns auf: die-nachrichten.at