



Financováno
Evropskou unií

Registrační číslo: CZ.03.01.02/00/22_011/0000297

ADVOKAČNÍ STRATEGIE EPD

BUSINESS PROFESSIONAL WOMEN z.s.

KA4 Vytvoření advokačních strategií a měření dopadů projektů

Vypracovala: Hana Holková, 20.12.2024

Úvod.....	3
Téma / problém, který budeme řešit: Nerovné odměňování žen a mužů v ČR.....	3
Témata a cíle strategie: Vzbudíme touhu po změně.....	3
Návrh advokační kampaně pro konferenci Equal Pay Day 2026-2028 s důrazem na média, partnery a fundraising.....	4
Jak naše kampaň přispěje k dosažení cíle rovného odměňování.....	5
Rozbor složitosti systémů odměňování a postupných změn.....	5
Konkrétní závazky a kroky BPWCR pro dosažení cílů:.....	7
Schéma strategie.....	8

Úvod

Tato strategie vznikla v rámci klíčové aktivity KA4 projektu BPWCR, jehož cílem je systematické posilování advokační činnosti neziskové organizace Business & Professional Women CR z.s. (BPWCR). Strategie staví na dlouhodobé zkušenosti s organizací konference Equal Pay Day, výstupech ze vzdělávacích workshopů a na expertní spolupráci se stakeholdery. Zohledňuje také doporučení z [Příručky advokační práce](#) Nadace OSF.

Cílem strategie je dlouhodobě systematická změna ve vědomí veřejnosti i vnitřních politikách firem v oblasti spravedlivého odměňování žen a mužů. Strategie propojuje širokou paletu nástrojů od vzdělávání a komunikace po aktivní lobbying a podporu legislativních změn.

Téma / problém, který budeme řešit: Nerovné odměňování žen a mužů v ČR

V čem spočívá problém:

- Příčiny a důsledky
- Možnosti řešení
- Bariéry
- Kdo je schopen věcmi pohnout
- Klíčoví hráči (spojenci a protivníci)

Témata a cíle strategie: Vzbudíme touhu po změně

Naše konference s dlouhodobým horizontem, se zaměří na komplexní a udržitelnou změnu v oblasti rovného odměňování. Naším cílem je změnit kulturu v organizacích tak, aby podporovala rovnost a odstraňovala předsudky. Budeme prosazovat transparentnost odměňování, aby zaměstnanci měli právo znát, jak jsou mzdy určeny a jak se liší mezi pohlavími. Dále budeme organizovat vzdělávací workshopy a semináře pro zaměstnavatele i zaměstnance, které se zaměří na problematiku rovného odměňování a na to, jak ji řešit v praxi. Chceme podporovat ženy v rozhodovacích pozicích, aby měly rovné příležitosti jako muži. A v neposlední řadě se zaměříme na sladění pracovního a osobního života, abychom ženám umožnili lépe zvládat obě role.

Budeme využívat různé nástroje a aktivity. Vytvoříme společnou deklaraci, kterou zveřejníme na konferenci EPD. Vytvoříme síť ambasaderek, které budou šířit poselství rovného odměňování, a zorganizujeme mediální kampaně. Budeme také provádět lobbying u politických rozhodovatelů.

Naše komunikace a oslovení cílové skupiny bude probíhat prostřednictvím sociálních sítí, spolupráce s partnery, mediálního pokrytí a přímého oslovení zaměstnavatelů.

Úspěšnost kampaně budeme hodnotit pomocí kvantitativních a kvalitativních ukazatelů. Budeme sledovat počet účastníků konference, počet návštěvníků online platformy a počet mediálních zpráv. Budeme také zjišťovat, jak se změnilo postoje účastníků konference a zda a jakým způsobem implementovali nové poznatky ve svých organizacích.

Pro dlouhodobou udržitelnost plánujeme institucionalizaci kampaně založením stálé platformy a pravidelné monitorování vývoje situace ve spolupráci s ekonomickou katedrou FSV UK.

Konkrétní návrhy aktivit pro jednotlivé roky zahrnují:

- v roce 2026 se zaměříme na zvyšování povědomí a vytvoření sítě ambasadorů
- v roce 2027 na organizování dalších workshopů a seminářů pro zaměstnavatele a zaměstnance
- v roce 2028 na provádění lobbyingu a sledování dopadu kampaně.

Návrh advokační kampaně pro konferenci Equal Pay Day 2026-2028 s důrazem na média, partnery a fundraising

Zaměření na komunikaci v médiích, partnerství a fundraising je pro úspěšnou advokační kampaň důležité. Zde je návrh, který se zaměřuje na tyto oblasti.

Naši kampaň budeme komunikovat v médiích prostřednictvím poutavého narativu. Budeme sdílet osobní příběhy žen, které byly zasaženy nerovným odměňováním, prezentovat šokující statistiky a šířit jasné a srozumitelné sdělení o důležitosti rovného odměňování pro celou společnost. Náš mediální plán zahrnuje identifikaci cílového publika, téma a časování mediálních kampaní, tvorbu tiskových zpráv, rozhovorů a příspěvků na sociální sítě, media training pro mluvčí a influencer marketing.

Budeme spolupracovat s partnery prostřednictvím strategického partnerství s firmami, neziskovými organizacemi, odbory a akademickou sférou. Budeme organizovat společné akce, jako jsou konference, semináře, workshopy a kampaně na sociálních sítích. Budeme získávat finanční prostředky prostřednictvím identifikace zdrojů, jako jsou nadace, firmy a státní granty. Vytvoříme fundraisingovou strategii s přesvědčivou argumentací a měřitelnými výsledky a otevřeme možnost práce s fundraisingovými nástroji, jako jsou online platformy a sponzorské balíčky.

Konkrétní návrhy aktivit pro jednotlivé roky zahrnují:

- v roce 2026 rozsáhlou mediální kampaň a EPD s partnery a sponzory,
- v roce 2027 budování partnerství s firmami a implementaci pilotních projektů
- v roce 2028 lobbyingové aktivity a celonárodní kampaň.

Pro úspěch naší kampaně je důležitá dlouhodobá perspektiva, společné úsilí, měření dopadu a oslava úspěchů.

Rozšíření myšlenky na dlouhodobou perspektivu rovného odměňování

Rovné odměňování je skutečně komplexní problém, který si žádá dlouhodobý a systematický přístup. Abychom tuto myšlenku ještě více rozvinuli a poskytli konkrétnější podněty pro dlouhodobou strategii, prošli jsme tyto aspekty.

Za nás je dlouhodobá perspektiva nezbytná, protože nerovnost v odměňování není jen otázkou jednotlivých firem, ale odráží hlubší sociální a kulturní vzorce. Změna těchto vzorců vyžaduje čas a trpělivost. Systémy odměňování jsou často složité a propojené s mnoha dalšími faktory, jako jsou pracovní podmínky, kariérní růst a firemní kultura. Změny

v těchto systémech musí být provedeny pečlivě a postupně. Změny legislativy, které podporují rovné odměňování, mohou trvat dlouho a jejich dopad se projeví až po určité době.

Vybrané oblasti naší dlouhodobé strategie zahrnují prevenci a vzdělávání, transparentnost a měření, politiku a společenskou změnu. V oblasti prevence a vzdělávání se zaměříme na zavádění programů finanční gramotnosti a osvěty o rovnosti pohlaví již od útlého věku, podporu výzkumu v oblasti rovného odměňování a inkluze na pracovišti a pravidelná školení pro zaměstnance všech úrovní. V oblasti transparentnosti a měření budeme prosazovat zájem firem zveřejňovat údaje o rozdílech v odměňování, reporty o odměňování a vývoj nástrojů pro měření a analýzu rozdílů v odměňování. V oblasti politiky se zaměříme na aktivní **lobbying, regionální spolupráci a monitoring implementace místních** změn. V oblasti společenské změny budeme spolupracovat s médii, podporovat změny v kultuře organizací a organizovat společenské kampaně.

Motivaci a zapojení budeme udržovat oslavováním i malých úspěchů, sdílením příkladů dobré praxe, spoluprací s partnery a pravidelným vyhodnocováním pokroku.

Za nás je opravdu důležité si uvědomit, že dosažení rovného odměňování je maraton, nikoliv krátká dráha. Je to dlouhodobý proces, který vyžaduje trpělivost, vytrvalost a spolupráci všech zúčastněných stran.

Jak naše kampaň přispěje k dosažení cíle rovného odměňování

Budeme budovat přesvědčivou argumentaci zaměřenou na konkrétní dopady, které naše snahy budou mít na společnost. Zdůrazníme ekonomické dopady, jako je zvýšení HDP, snížení chudoby a zvýšení daňových příjmů.

Rovněž zdůrazníme sociální dopady, jako je zvýšení sociální spravedlnosti, změna společenských norem a inspirace budoucích generací.

Budeme argumentovat dopady na firmy, jako je zvýšení produktivity, zlepšení image firmy a snížení fluktuace zaměstnanců.

Přispějeme k těmto změnám vytvořením tlaku na politiky, spoluprací s firmami, vzděláváním veřejnosti a podporou žen v rozhodovacích pozicích. Musíme politikům ukázat, že postavení žen ve společnosti je třeba stále brát jako silný prvek v jejich snažení, který je moderní a zajímavý pro jejich vyjadřování a oslovování voličů.

Chceme sdílet zásadní zprávu, že rovné odměňování není jen otázkou spravedlnosti, ale také otázkou ekonomické prosperity a sociálního pokroku. Naše kampaň přispěje k vytvoření společnosti, kde mají všechny ženy a muži stejné šance na úspěch. Regionální aktivity pomohou nastavit vyšší dosah kampaně a účinnost pozitivního sdělení.

Systémy odměňování jsou často složité a propojené s mnoha dalšími faktory, jako jsou pracovní podmínky, kariérní růst a firemní kultura. Změny v těchto systémech musí být provedeny pečlivě a postupně.

Rozbor složitosti systémů odměňování a postupných změn

Složitost systémů odměňování je skutečně velkou výzvou při prosazování rovného odměňování. Tyto systémy jsou často složité, protože se vyvíjely postupně a jsou

ovlivněny historickými, kulturními a sociálními faktory, které mohou být zakořeněny v nerovnosti. Na odměňování působí mnoho faktorů, jako je typ práce, zkušenosti, výkon, tržní podmínky, firemní strategie, odborové smlouvy a subjektivní hodnocení.

Postupné změny jsou nezbytné, protože náhlé změny mohou způsobit nestabilitu a demotivaci zaměstnanců. Změny v jedné části systému mohou mít nezamýšlené důsledky v jiných oblastech a mohou narazit na odpor. Změny systému odměňování vyžadují pečlivou přípravu, analýzu a implementaci.

Postupnou změnu lze provést analýzou stávajícího systému, sestavením pracovních skupin, transparentní komunikací, pilotními projekty, postupným zaváděním a pravidelnou evaluací. Přínosem je trpělivost a systematický přístup. Změna systému odměňování je dlouhodobý proces,

Příklady úspěšných kampaní a vytvoření efektivní komunikační strategie pro sociální sítě

Pro inspiraci se podívejme na některé úspěšné kampaně zaměřené na rovné odměňování:

→ EqualPayDay

Tato celosvětová kampaň využívá sociálních médií k zvýšení povědomí o rozdílu v odměňování žen a mužů. Každý rok se slaví symbolický den, kdy ženy pracují „zdarma“ kvůli rozdílu v průměrných mzdách.

→ MeToo

I když se tato kampaň zaměřuje na širší téma sexuálního obtěžování, významně přispěla k diskusi o nerovnosti mezi pohlavími a zvýšila povědomí o systémových problémech.

→ PayWithAPenny

Tato kampaň vyzývala ženy, aby na své výplatní pásky napsaly zprávu o nerovném odměňování a sdílely ji na sociálních sítích.

→ Kampaně jednotlivých firem:

Mnoho firem spustilo vlastní kampaně zaměřené na rovné odměňování, často s využitím interních i externích komunikací.

Z kampaní zaměřených na rovné odměňování vyplývá několik poznatků. Zaprvé, silné vizuály a slogany hrají zásadní roli. Zadruhé, autentické příběhy žen, které se setkaly s nerovným odměňováním, mají velký vliv. Tyto příběhy pomáhají lidem pochopit problematiku na osobní úrovni. Musíme ovšem vzít v úvahu dezinformační kampaně a umět na ně reagovat.

Sociální sítě se ukázaly jako účinný nástroj pro šíření informací a zapojení veřejnosti. Umožňují oslovit široké publikum a vést interaktivní diskuze. Spolupráce se známými osobnostmi a influencery může významně rozšířit dosah kampaně a oslovit nové cílové skupiny. V neposlední řadě je důležité stále budovat a rozšiřovat komunitu lidí, kteří sdílejí stejné hodnoty a cíle. Silná komunita může vést k dlouhodobým změnám.

Při komunikaci na sociálních sítích je důležité jasně definovat cíle kampaně. Chceme informovat, mobilizovat k akci nebo změnit názory? Důležité je také vybrat platformy, které používá cílová skupina. Obsah by měl být zajímavý a poutavý, s využitím obrázků, videí a relevantních hashtagů. Pravidelné publikování udržuje zájem sledujících a interakce s

publikem, jako jsou odpovědi na komentáře a organizace soutěží, posiluje vztah s komunitou. Důležité je také sledovat výsledky kampaně a analyzovat, co funguje a co ne.

Konkrétní závazky a kroky BPWCR pro dosažení cílů:

Cíl vychází z pozitivního přeformulování problému nebo některé z příčin.

Naše strategie advokační kampaně EPD se opírá o silný a srozumitelný narrative, který kombinuje emotivní osobní příběhy s tvrdými daty a statistikami. Vizuální komunikace a chytivé slogany posílí naše poselství a zajistí, že si ho lidé pamatují. Aktivně využijeme sociálních médií k šíření informací, zapojení veřejnosti a budování komunity. Spolupráce s influencery a osobnostmi

veřejného života pomůže oslovit širší publikum a zvýšit důvěryhodnost kampaně.

Silným prvkem naší strategie je cílená komunikace na sociálních sítích. Pečlivě vybíráme platformy, které oslovují naši cílovou skupinu, a vytváříme obsah, který je relevantní, poutavý a sdílitelný. Už teď pravidelně publikujeme příspěvky, stories a živé přenosy, potřebujeme více zapojit sledující. Sledujeme dosah a zapojení našich příspěvků a analyzujeme, co funguje a co ne, abychom mohli neustále zlepšovat naši strategii.

Věříme, že kombinací silného narativu, efektivní komunikace na sociálních sítích a zapojení influencerů můžeme dosáhnout významných změn v oblasti rovného odměňování. Naším cílem je vytvořit společnost, kde jsou si ženy a muži rovni a kde mají stejné příležitosti k úspěchu.

Schéma strategie

1. Zvyšování povědomí a vzdělávání

- Organizace workshopů a seminářů pro zaměstnavatele i zaměstnance.
- Tvorba a šíření vzdělávacích materiálů.
- Vývoj online vzdělávací platformy.

2. Komunikační kampaň

- Silné vizuály a slogany.
- Sdílení osobních příběhů, šokujících statistik, případové studie.
- Využití sociálních sítí, spolupráce s influencery.

3. Budování partnerství

- Spolupráce s firmami, odbory, akademickým sektorem.
- Konference, diskusní fóra a spolupořádané akce.

4. Advokační aktivity a lobbying

- Tlak na legislativní změny.
- Zásobování stakeholderů daty a argumentací.
- Zapojení regionálních iniciativ.

5. Evaluace a měření dopadu

- Kvantitativní a kvalitativní ukazatele (např. ústup předsudků, změna postojů).
- Spolupráce s odbornými institucemi (např. katedra ekonomie FSV UK).

Cílové skupiny

- Zaměstnavatelé a HR manažeři
- Zaměstnanci a širší veřejnost
- Političtí rozhodovatelé a vládní úchozená
- Studenti, mladé ženy na začátku kariéry

Plán realizace (2026–2028)

2026

- Zahájení celospolečenské mediální kampaně.
- Vytvoření sítě ambasadorů a ambasaderek.
- Propojení s konferencí Equal Pay Day.

2027

- Rozšiřování partnerství a pilotní programy ve firmách.
- Pokračující vzdělávací a komunitní aktivity.
- Vyhodnocení postojů a chování stakeholderů.

2028

- Lobbying, prezentace dat, příklady dobré praxe.
 - Kulaté stoly s politickými rozhodovateli.
 - Shrnutí dopadů a plán udržitelnosti.
-

Shrnutí a dopad

Strategie BPWCR pro EPD 2026–2028 propojuje vzdělávání, komunikaci, spolupráci a advokační tlak. Cílem je nejen zvýšit povědomí o problému, ale i podnítit konkrétní změny ve firmách a na úrovni veřejných politik. Důležité je propojení jednotlivých nástrojů a zapojení širokého spektra aktérů.

BPWCR věří, že rovné odměňování není pouze otázka spravedlnosti, ale i ekonomické prosperity a zdravého fungování společnosti.