



Presseinformation

9. November 2023

Der Million Chances Award – powered by Taft

Faire Chancen für Frauen und Mädchen: Das sind die Gewinner:innen 2023

Düsseldorf – Female Empowerment auf ganzer Linie: Im November verlieh die Schwarzkopf Marke Taft zusammen mit der Fritz Henkel Stiftung im sechsten Jahr in Folge den Million Chances Award in Düsseldorf. Während der Preisverleihung am 8. November wurden gemeinnützige Initiativen und Persönlichkeiten ausgezeichnet, die sich für Chancengleichheit, Selbstbestimmtheit und Unabhängigkeit von Frauen und Mädchen einsetzen. Der Gewinn geht einher mit einer Spende im Wert von jeweils 10.000 Euro, gefördert von der Fritz Henkel Stiftung.

Die Gewinner:innen im Überblick:

- Build Up: Handwerkerinnenhaus Köln e. V.
- Move Up: First Generation Students (FGS) des BPW Bremen
- Start Up: WHO:IN
- Mentor Award: Natalya Nepomnyashcha

Auch in diesem Jahr zeichnete der Million Chances Award Vereine und Projekte aus, die sich für Gleichberechtigung und Female Empowerment einsetzen. Die Auswahl traf die hochkarätige Jury, bestehend aus Henkel-Personalvorständin Sylvie Nicol, Entertainer Riccardo Simonetti, Topmodel Franziska Knuppe und Vorjahresgewinnerin Courtney Adams von der Initiative Girls Gearing up sowie Karol-Monique Westhoff, Geschäftsführerin der Fritz Henkel Stiftung. Wie im Vorjahr gab es drei Kategorien: „**Build Up**“, „**Move Up**“ und „**Start Up**“. Die Kategorie „Build Up“ umfasst Projekte und Initiativen rund um die Ausbildung und den frühen Lebensweg von Mädchen, „Move Up“ fördert den Einstieg junger Frauen ins Berufsleben, und „Start Up“ unterstützt Frauen bei beruflichen oder privaten Schwierigkeiten. Außerdem wurde auch in diesem Jahr ein vierter Preis verliehen: Der **Million Chances Mentor Award**.

Dieser ehrt eine Persönlichkeit, die sich nachweislich für Frauensolidarität und Female Empowerment einsetzt und darauf aufmerksam macht. Das Preisgeld für diesen Award kann der/die Gewinner:in dann an eine selbst gewählte Organisation spenden.

„Mit dem Million Chances Award möchten wir Frauen und Mädchen auf ihrem Lebensweg unterstützen und gleichzeitig die Initiativen fördern, die sich genau das zur Aufgabe gemacht haben. Dabei möchten wir jungen Frauen und auch unseren Gewinner:innen mitgeben: Lasst euch nicht unterkriegen und steht für euch ein. Denn gerade jetzt sind Themen wie Female Empowerment sowie Perspektiven und Chancengleichheit für Frauen und Mädchen hochaktuell und relevant“, sagt Sylvie Nicol, Henkel-Personalvorständin und Jurymitglied des Awards.

Diesjähriger Partner des Million Chances Award ist Schwarzkopfs Stylingmarke Taft. Marketing Director Simone Gudlick leitete durch die Veranstaltung und freute sich sehr, in diesem Jahr Teil des Million Chances Awards zu sein: „Female Empowerment ist längst mehr als ein Schlagwort. Gleiche Chancen für alle, ein selbstbestimmtes Leben, Unabhängigkeit – für viele Mädchen und Frauen ist dies noch immer keine Selbstverständlichkeit. Umso wichtiger ist es, mit Herz und Leidenschaft darauf hinzuweisen und konsequent zu zeigen, was möglich und machbar ist, um Mädchen und Frauen emotional und wirtschaftlich zu unterstützen. Dieses Ziel verbindet uns mit den Initiativen, die wir heute feiern dürfen. Sie sind im wahrsten Sinne des Wortes ‚ausgezeichnet‘ – stark, unverwechselbar und vorbildhaft, ganz im Sinne von Female Empowerment.“

Das sind die Gewinner:innen des sechsten Million Chances Award – powered by Taft:

Build Up: Handwerkerinnenhaus Köln e. V.

Das Handwerkerinnenhaus Köln setzt sich gegen Genderstereotypen bei der Berufswahl ein. 1989 gegründet, fördert der Verein mit unterschiedlichen Projekten die Chancengleichheit von Mädchen und Frauen im handwerklich-technischen Bereich. Die Mädchenspezifische Förderung trägt dazu bei, soziale und gesellschaftliche Benachteiligungen auszugleichen sowie die Mädchen und jungen Frauen bei der Entwicklung ihrer persönlichen Lebens- und Berufsperspektive zu unterstützen. Das Ergebnis: Mädchen und junge Frauen entdecken Berufe, die sie aufgrund von stereotypen Rollenbildern nie für sich in Betracht gezogen hätten.

Mehr Informationen unter www.handwerkerinnenhaus.org.

Move Up: First Generation Students (FGS) des BPW Bremen

Das Projekt First Generation Students (FGS) wurde 2015 vom BPW Club Bremen e. V. (Business and Professional Women) ins Leben gerufen. Ziel ist es, Studentinnen aus nicht akademischen Haushalten bei ihrem Start ins Berufsleben mithilfe eines internationalen Netzwerks zu unterstützen. Als Teilnehmerin des FGS-Programms werden Studentinnen im letzten Studien- sowie ersten Berufsjahr kostenlos Mitglied im BPW-Netzwerk und erhalten Zugang und Unterstützung bei den ersten Schritten in den Beruf.

Mehr Informationen unter www.bpw-bremen.de.

Start Up: WHO:IN

Als digitales Ökosystem für Gründerinnen vernetzt WHO:IN aktiv alle Gründungsakteur:innen miteinander und bildet so die Schnittstelle zwischen Gründerinnen und Expert:innen, die für (angehende) Unternehmerinnen von großer Bedeutung ist. Die Mission ist es, als größtes digitales Ökosystem für Gründungsakteur:innen Klarheit und Sichtbarkeit in den Gründungsdschungel zu bringen und die Gründungsquote von Frauen signifikant zu erhöhen.

Mehr Informationen unter www.who.in.de.

Mentor Award: Natalya Nepomnyashcha

1989 in Kiew geboren, wuchs Natalya Nepomnyashcha in einem sozialen Brennpunkt in Bayern auf. Ohne jemals Abitur erworben zu haben, machte sie 2012 einen Masterabschluss in Großbritannien. Nach dem Studium der Internationalen Beziehungen war sie u. a. für eine der weltweit größten Unternehmensberatungen sowie eine NGO aus Westafrika tätig. 2016 gründete sie nebenberuflich „Netzwerk Chancen“, ein ideelles Förderprogramm für soziale Aufsteiger:innen zwischen 18 und 39 Jahren, und kollaboriert mit potenziellen Arbeitgebenden. Gleichzeitig setzt sich die Initiative dafür ein, dass die soziale Herkunft als Diversity-Faktor anerkannt wird.

Mehr Informationen unter <https://www.netzwerk-chancen.de/natalya-nepomnyashcha>.

Über Henkel

Mit seinen Marken, Innovationen und Technologien hält Henkel weltweit führende Marktpositionen im Industrie- und Konsumentengeschäft. Mit dem Unternehmensbereich Adhesive Technologies ist Henkel globaler Marktführer bei Klebstoffen, Dichtstoffen und funktionalen Beschichtungen. Mit Consumer Brands ist das Unternehmen insbesondere mit Wasch- und Reinigungsmitteln sowie Haarpflege weltweit in vielen Märkten und Kategorien führend. Die drei größten Marken des Unternehmens sind Loctite, Persil und Schwarzkopf. Im Geschäftsjahr 2022 erzielte Henkel einen Umsatz von mehr als 22 Mrd. Euro und ein bereinigtes betriebliches Ergebnis von rund 2,3 Mrd. Euro. Die Vorzugsaktien von Henkel sind im DAX notiert. Nachhaltiges Handeln hat bei Henkel lange Tradition und das Unternehmen verfolgt eine klare Nachhaltigkeitsstrategie mit konkreten Zielen. Henkel wurde 1876 gegründet und beschäftigt heute weltweit ein vielfältiges Team von rund 50.000 Mitarbeiter:innen – verbunden durch eine starke Unternehmenskultur, gemeinsame Werte und den Unternehmenszweck: „Pioneers at heart for the good of generations“. Weitere Informationen unter www.henkel.de

Fotomaterial finden Sie im Internet unter www.henkel.de/presse

Kontakt

Henkel Consumer Brands Markenkommunikation
Elke Schumacher
Telefon: +49 211 797 8367
E-Mail: elke.schumacher@henkel.com

BCW GmbH
Michaela Bruce
Telefon: +49 178 9355380
E-Mail: michaela.bruce@bcw-global.com

Folgen Sie uns auch auf X: @HenkelPresse

Henkel AG & Co. KGaA