

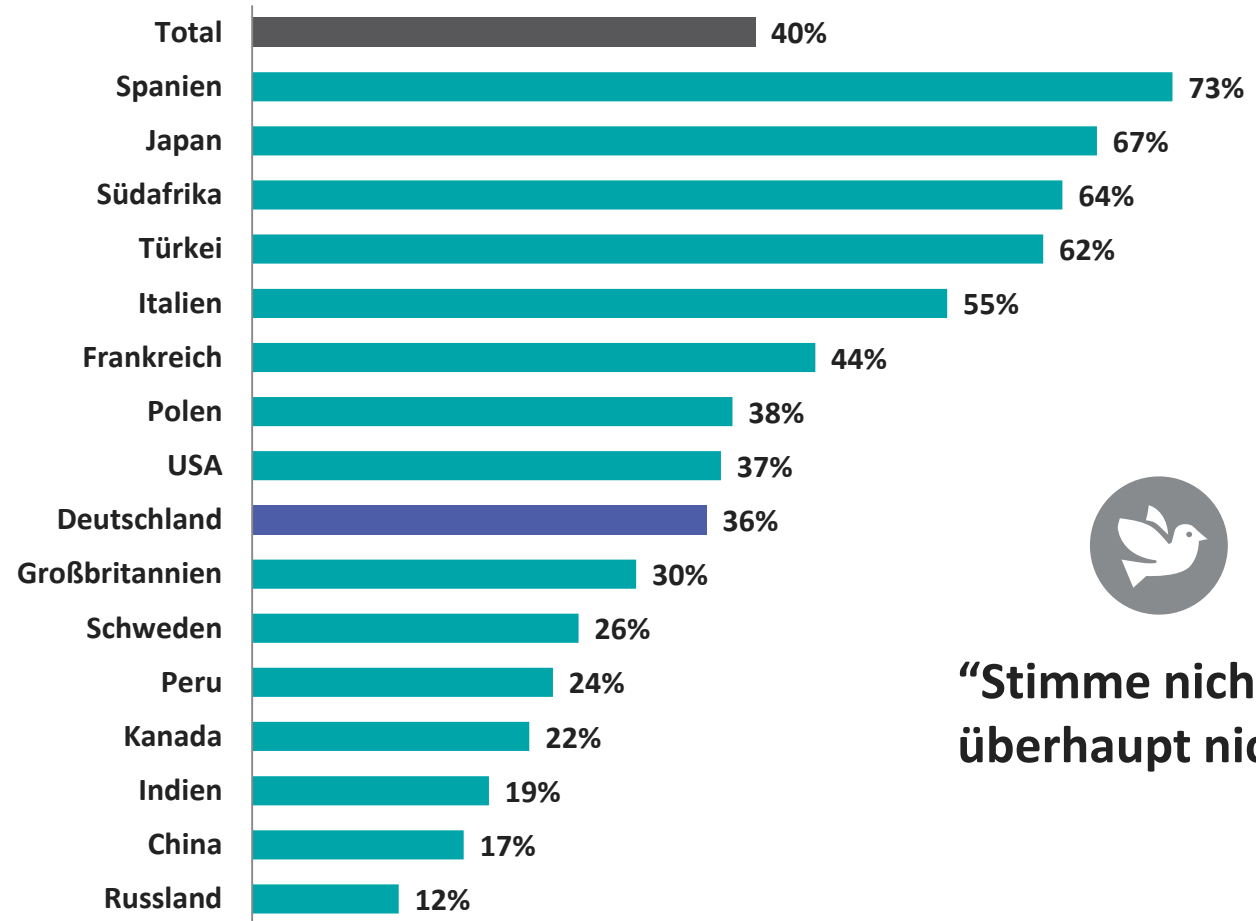
FEMINISM AND GENDER EQUALITY AROUND THE WORLD

IPSOS GLOBAL @DVISOR

GAME CHANGERS

Inwieweit stimmen Sie der folgenden Aussage zu: “In meinem Land bin ich Männern gegenüber voll gleichgestellt und habe die Freiheit, meine Träume und Sehnsüchte zu erfüllen”?

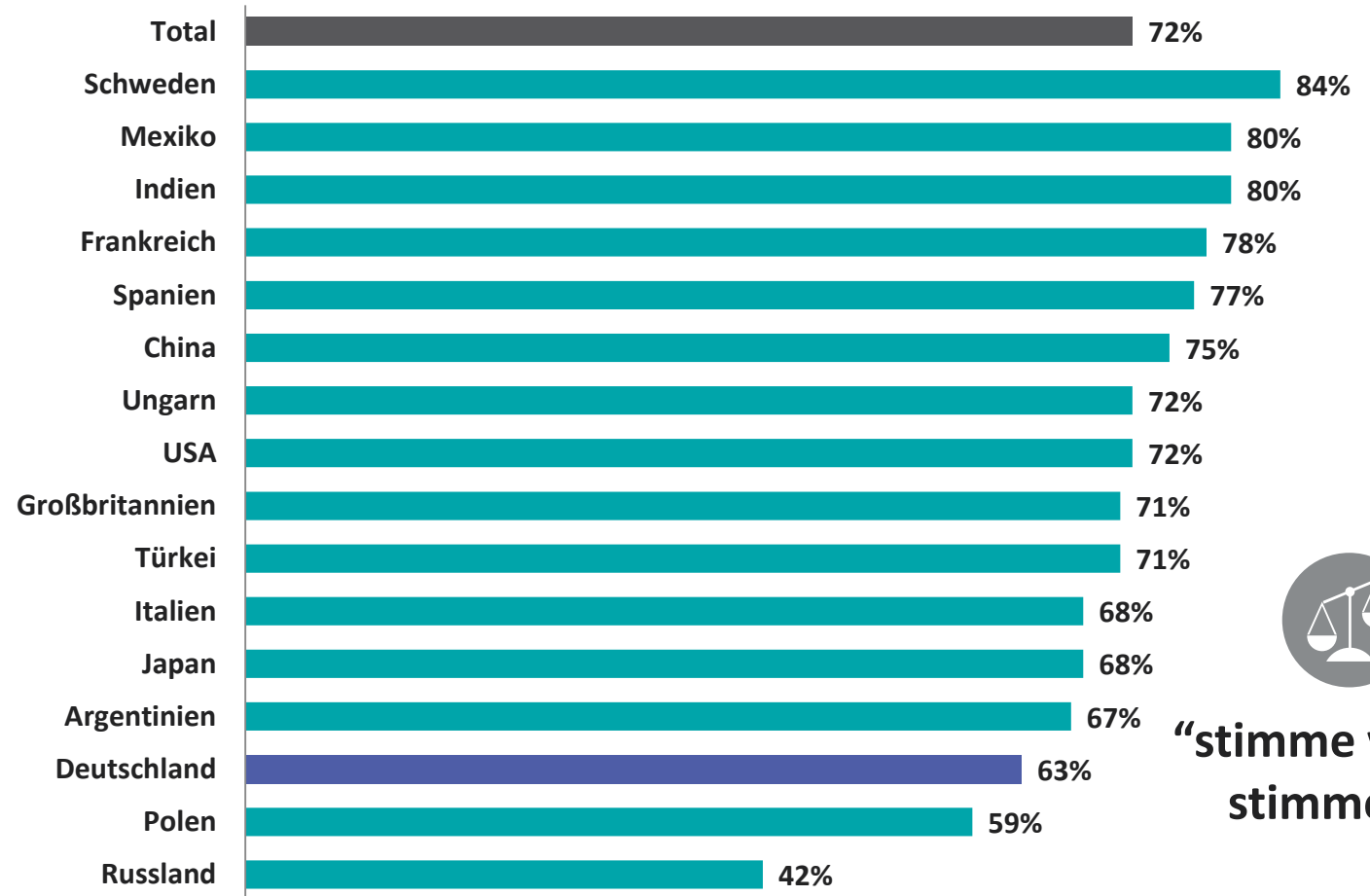
Frauen in Spanien, Japan, Südkorea und der Türkei fühlen sich am stärksten ungleich behandelt



**“Stimme nicht zu/
überhaupt nicht zu”**

Inwieweit stimmen Sie der folgenden Aussage zu: “Ich glaube es gibt derzeit in meinem Land eine Ungleichheit zwischen Männern und Frauen in Bezug auf soziale, politische und/oder wirtschaftliche Rechte”?

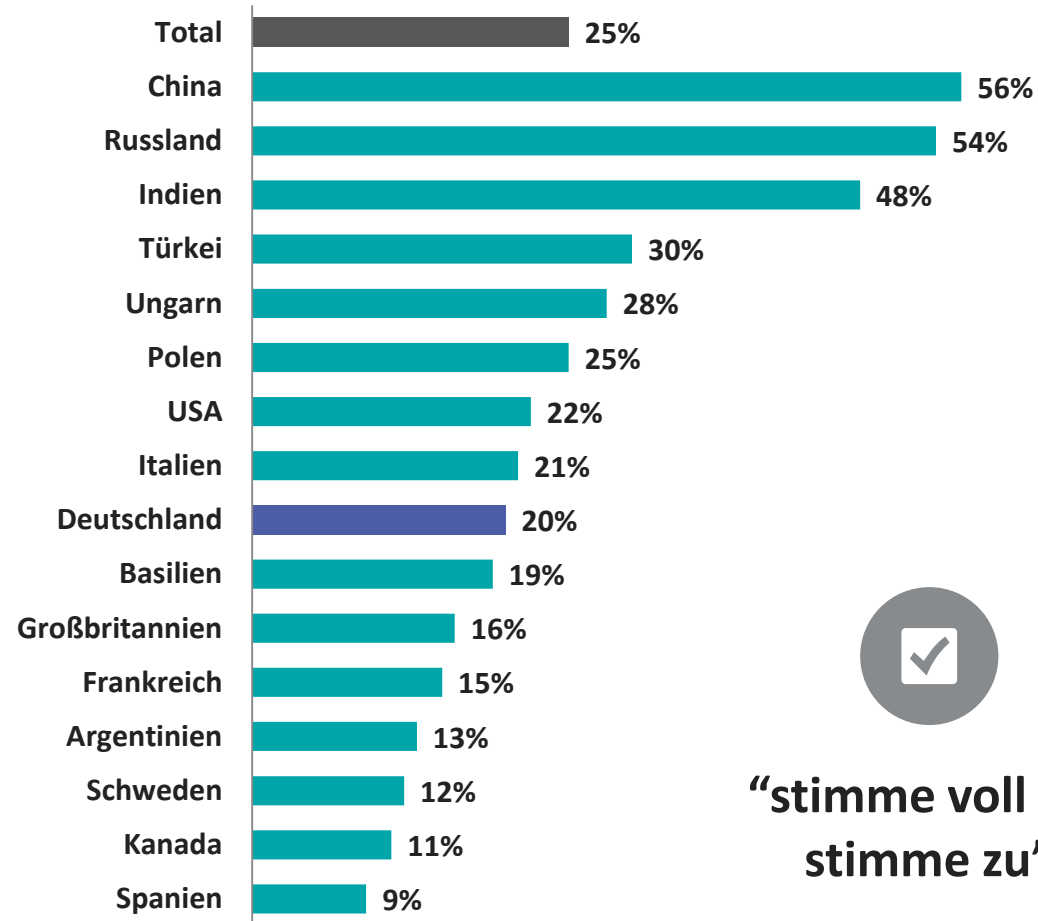
Die Mehrheit sieht die Gleichberechtigung noch nicht verwirklicht (außer in Russland)



“stimme voll zu/
stimme zu”

Inwieweit stimmen Sie der folgenden Aussage zu: „Ich glaube, dass Männer fähiger sind als Frauen, wenn es ums Arbeiten, Geld verdienen, um Bildung und Lehre geht“

Etwa jeder Zweite in China, Russland und Indien glaubt, Männer sind fähiger als Frauen

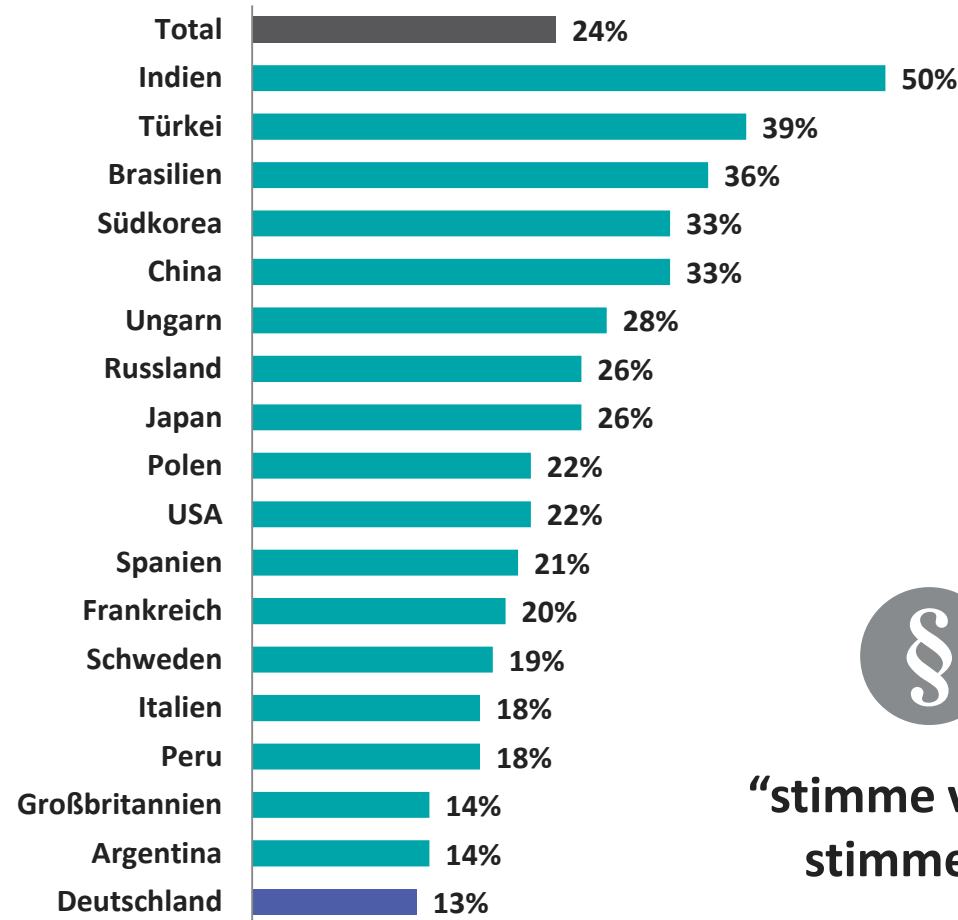


**“stimme voll zu/
stimme zu”**

GLOBAL @DVISOR: GLEICHBERECHTIGUNG IN DER WELT

Inwieweit stimmen Sie der folgenden Aussage zu: “Ich fürchte die Konsequenzen für mich, wenn ich mich für die Rechte der Frauen einsetze”?

Jeder Zweite in Indien hat Angst sich für Frauenrechte einzusetzen



**“stimme voll zu/
stimme zu”**

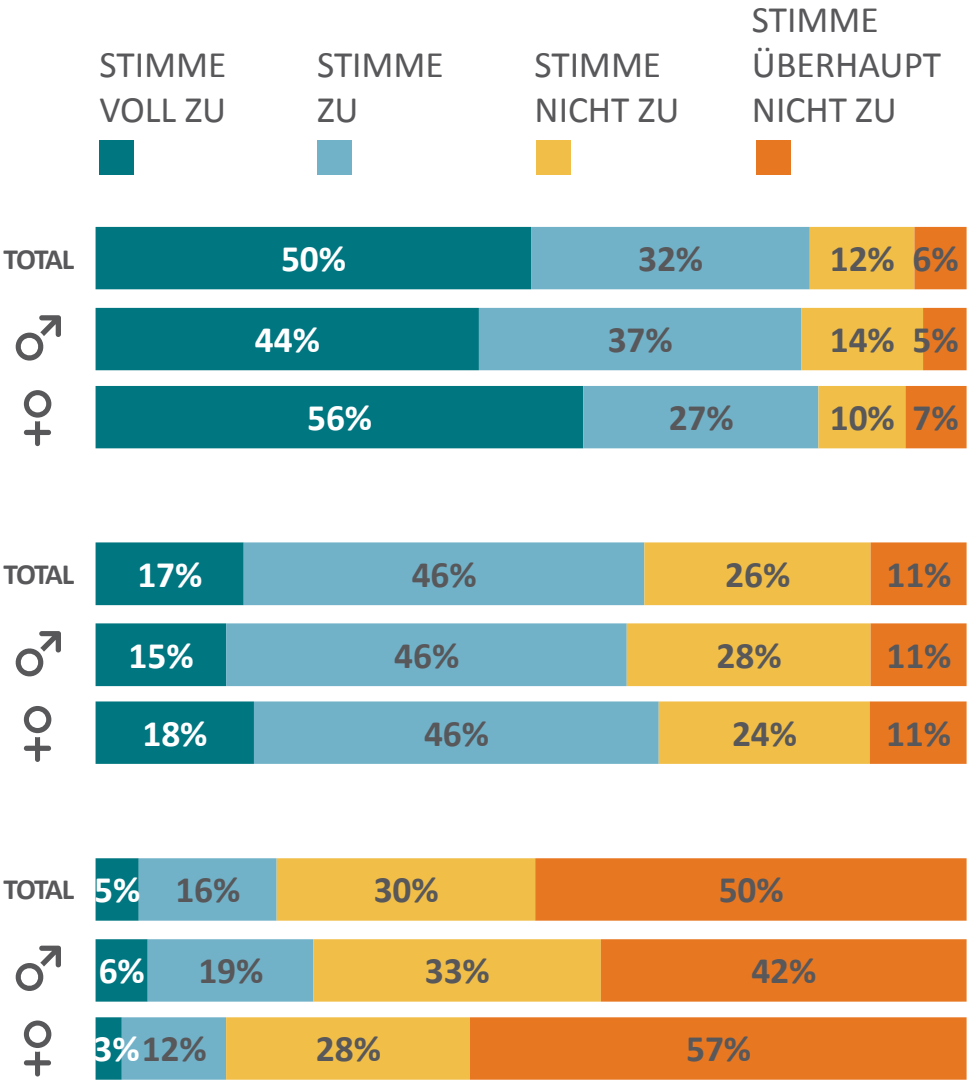
Die Mehrheit glaubt an Gleichberechtigung, aber wenige glauben, dass sie wirklich existiert



Ich glaube an Chancengleichheit und dass Frauen und Männer in allen Bereichen nach ihrer Kompetenz und nicht nach ihrem Geschlecht beurteilt werden müssen

Ich glaube es gibt derzeit in Deutschland eine Ungleichheit zwischen Männern und Frauen in Bezug auf soziale, politische und/oder wirtschaftliche Rechte

Ich glaube, dass Männer fähiger sind als Frauen, wenn es ums Arbeiten, Geld verdienen, um Bildung und Lehre geht





GLOBAL @DVISOR: POWER TO THE PEOPLE?

Methodology

- These are the findings of a Global @dvisor survey into attitudes towards feminism and gender equality around the world. The survey instrument is conducted monthly in 24 countries via the Ipsos Online Panel system. The countries reporting herein are Argentina, Australia, Belgium, Brazil, Canada, China, France, Great Britain, Germany, Hungary, India, Italy, Japan, Mexico, Peru, Poland, Russia, Serbia, South Africa, South Korea, Spain, Sweden, Turkey and the United States of America.
- For the results of the survey presented herein, an international sample of 17,551 adults aged 18-64 in the US and Canada, and age 16-64 in all other countries, were interviewed between January 20th and February 3rd, 2017. Approximately 1000+ individuals participated in each country with the exception of Argentina, Belgium, Hungary, India, Mexico, Peru, Poland, Russia, Serbia, South Africa, South Korea, Sweden and Turkey, where each have a sample approximately 500+. The precision of Ipsos online polls are calculated using a credibility interval with a poll of 1,000 accurate to +/- 3.5 percentage points and of 500 accurate to +/- 5.0 percentage points. For more information on the Ipsos use of credibility intervals, please visit the Ipsos website.
- In countries where internet penetration is approximately 60% or higher the data output generally reflects the overall population. 16 of the 24 countries surveyed generate nationally representative samples in their countries (Argentina, Australia, Belgium, Canada, France, Germany, Great Britain, Hungary, Italy, Japan, Poland, Serbia, South Korea, Spain, Sweden, and United States).
- Brazil, China, India, Mexico, Peru, Russia, South Africa and Turkey produce a national sample that is more urban & educated, and with higher incomes than their fellow citizens.
- Where results do not sum to 100, this may be due to computer rounding, multiple responses or the exclusion of don't knows or not stated responses.
- Data are weighted to match the profile of the population.

ABOUT IPSOS

Ipsos ranks third in the global research industry. With a strong presence in 87 countries, Ipsos employs more than 16,000 people and has the ability to conduct research programs in more than 100 countries. Founded in France in 1975, Ipsos is controlled and managed by research professionals. They have built a solid Group around a multi-specialist positioning – Media and advertising research; Marketing research; Client and employee relationship management; Opinion & social research; Mobile, Online, Offline data collection and delivery.

In Germany Ipsos is present with approximately 600 employees at five locations: Hamburg, Frankfurt, Munich, Berlin and Moelln.

Ipsos is listed on Eurolist - NYSE-Euronext. The company is part of the SBF 120 and the Mid-60 index and is eligible for the Deferred Settlement Service (SRD).

www.ipsos.de | www.ipsos.com

GAME CHANGERS

At Ipsos we are passionately curious about people, markets, brands and society. We deliver information and analysis that makes our complex world easier and faster to navigate and inspires our clients to make smarter decisions.

We believe that our work is important. Security, simplicity, speed and substance applies to everything we do.

Through specialisation, we offer our clients a unique depth of knowledge and expertise. Learning from different experiences gives us perspective and inspires us to boldly call things into question, to be creative.

By nurturing a culture of collaboration and curiosity, we attract the highest calibre of people who have the ability and desire to influence and shape the future.

“GAME CHANGERS” - our tagline - summarises our ambition.

GAME CHANGERS