

03.11.2022 - 17:19 Uhr

Tata Communications will bis 2024 die Rechte von 5 Millionen Frauen stärken

Mumbai, Indien (ots/PRNewswire) -

Start von Phase 2 des Projekts „School of Hope and Empowerment“ in Zusammenarbeit mit The Better India, Ausweitung der Reichweite auf die Bundesstaaten Bihar und Odisha

[Tata Communications](#), ein weltweit tätiger Anbieter von digitalen Ökosystemen, startet heute die zweite Phase seines Projekts „School of Hope and Empowerment“ (S.H.E.), das bis 2024 fünf Millionen Frauen in den indischen Bundesstaaten Bihar und Odisha eine unternehmerische Ausbildung und Berufsberatung bieten soll. Die erste Phase des Projekts hat die Frauen dazu motiviert, die Ausbildungsreihe abzuschließen und sich das Wissen und die Fähigkeiten anzueignen, um ein eigenes Unternehmen zu gründen und zu leiten. Auf diese Weise wurde der Zugang zu hochwertiger Bildung für alle sichergestellt.

„Die erste Phase des Projekts *School of Hope and Empowerment* hat sich positiv auf das Wohlergehen der Frauen in Jharkhand ausgewirkt und sie dazu befähigt, eine entscheidende Rolle bei der Förderung ihrer Familie und der größeren Gemeinschaft zu spielen“, erklärte Aadesh Goyal, Chief Human Resources Officer von Tata Communications. „In Phase 2 weiten wir das Projekt nun um das Zehnfache aus, um auch Frauen in den indischen Bundesstaaten Bihar und Odisha zu helfen. Mit diesem Projekt erweitern wir den Zugang zu selbstbestimmten Lernmodulen, einem lokalen Unterstützungsnetzwerk und Mikrogemeinschaften, um das Entwicklungsgefälle im ländlichen Raum und zwischen den Geschlechtern zu überwinden.“

Phase 1 des Projekts, das im Rahmen der UNESCO-Weltkonferenz 2021 ins Leben gerufen wurde, hat sein Ziel bereits übertroffen und mehr als einer Million Frauen im Bundesstaat Jharkhand in nur einem Jahr und damit deutlich früher als in den geplanten drei Jahren zu einer unternehmerischen Ausbildung verholfen.

Die in diesem Projekt geförderten Frauen verkörpern Mut und Zuversicht und überwinden strukturelle Hindernisse wie Geschlechterklischees, Haushaltspflichten, finanzielle Zwänge und sozialen Druck. Das Projekt ist eine medienübergreifende Kommunikationsinitiative, an der mehrere Interessengruppen beteiligt sind und die von Tata Communications und The Better India gemeinsam entwickelt wurde, um Frauen in ländlichen Gebieten Indiens zu unterstützen und auszubilden. Wie im [Sustainable Development Report 2022](#) von Tata Communications dargelegt, basiert Nachhaltigkeit auf der Prämisse, dass positive wirtschaftliche Ergebnisse möglich sind, wenn wir unser Engagement in den Bereichen Umwelt, Soziales und Unternehmensführung (ESG) effektiv steuern und diese Maßnahmen in Politik und Praxis mit den Zielen für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen (UN SDG) in Einklang stehen. Das Projekt „School of Hope and Empowerment“ entspricht den UN-Entwicklungszielen Nummer 5 (Gleichstellung der Geschlechter) und Nummer 8 (Wirtschaftswachstum). Es stärkt die Jugend und die ländlichen Gemeinschaften (insbesondere Frauen) wirtschaftlich und sozial durch berufliche und unternehmerische Ausbildung sowie durch die Vermittlung von Lebenskompetenzen, die den Zugang zu Ressourcen, neuen Technologien und Finanzdienstleistungen verbessern, und unterstützt sie so dabei, einen aktiven Beitrag zur Wirtschaft zu leisten.

Um den Erfolg der ersten Phase des Projekts zu feiern und zu honorieren, haben die beiden Partner eine Reihe von Lehrvideos veröffentlicht, in denen echte Unternehmerinnen mit ihren Geschichten vorgestellt werden. Eine dieser Geschichten ist die von Kalawati Kumari, einer Bewohnerin des Dorfes Kurumdegi im Bezirk Simdega in Jharkhand. Als Begünstigte des Projekts erhielt sie einen Zuschuss für die Gründung einer Getreidemühle, die sie heute mit eigenen Mitteln betreibt. Sie knüpft und pflegt auch die Kontakte zu ihren Kunden und betreibt die Mühle. „Das Seminar befasste sich mit Themen wie Buchführung, Umgang mit Kunden, Ladengestaltung und der Bedeutung des Sparens“, erzählte Kalawati.

Weitere Informationen finden Sie auf www.tatacommunications.com

Informationen zur School of Hope and Empowerment (S.H.E.)

Die School of Hope and Empowerment ist eine von Tata Communications mitentwickelte und unterstützte Gemeinschaftsinitiative, die Mobiltechnologie einsetzt, um Gemeindemitglieder mit dem Wissen, den Fähigkeiten und den Werkzeugen auszustatten, die sie benötigen, um einen nachhaltigen Lebensunterhalt bestreiten zu können. Es handelt sich um eine medienübergreifende, über mehrere Kanäle laufende und von mehreren Interessengruppen getragene Kommunikationsinitiative, die die Möglichkeiten der digitalen Vernetzung und Partnerschaften nutzt, um Frauen in abgelegenen Regionen Zugang zu unternehmerischer Bildung zu bieten. Unser Ziel ist es, ein Umfeld zu schaffen, in dem sich Frauen durch Inspiration, Bildung und Mentoring als lokale Führungskräfte und Unternehmerinnen etablieren können. Dazu gehören auch Beispiele, in denen Investitionen des Privatsektors, gemeindebasierte Organisationen, Nichtregierungsorganisationen und staatliche Aufgaben zur Sicherung des Lebensunterhalts zusammenkommen, um die nicht-formale Bildung zu erweitern und gleichzeitig Fortschritte bei anderen ineinandergreifenden SDGs (SDG 5 und 8) zu erzielen.

Informationen zu Tata Communications

Tata Communications (NSE: TATACOMM; BSE: 500483) gehört zur Tata Group und ist ein weltweites digitales Ökosystem, das die schnell wachsende digitale Wirtschaft in mehr als 190 Ländern und Regionen vorantreibt. Als vertrauenswürdiger Wegbereiter ermöglicht das Unternehmen die digitale Transformation von Unternehmen auf der ganzen Welt mithilfe von Collaboration- und

Connected-Lösungen, Core- und Next-Gen-Konnektivität, Cloud-Hosting- und Sicherheitslösungen sowie Mediendiensten. 300 der Fortune-500-Unternehmen zählen zu seinen Kunden und das Unternehmen verbindet Unternehmen mit 80 % der weltweiten Cloud-Giganten. Weitere Informationen finden Sie auf www.tatacommunications.com

Zukunftsgerichtete Aussagen und Vorsichtshinweise

Bestimmte Begriffe und Aussagen in dieser Mitteilung, die Tata Communications und seine Aussichten betreffen, sowie andere Aussagen, einschließlich jener, die sich auf die voraussichtliche Finanzlage von Tata Communications, die Geschäftsstrategie, die künftige Entwicklung der Geschäfte von Tata Communications und die allgemeine Wirtschaft in Indien beziehen, sind zukunftsgerichtete Aussagen. Solche Aussagen beinhalten bekannte und unbekannte Risiken, Ungewissheiten und andere Faktoren, einschließlich finanzieller, regulatorischer und umweltbezogener Faktoren sowie Faktoren, die sich auf das Wachstum der Branche und Trendprognosen beziehen, die dazu führen können, dass die tatsächlichen Ergebnisse, Leistungen oder Errungenschaften von Tata Communications oder die Ergebnisse der Branche wesentlich von denen abweichen, die in solchen zukunftsgerichteten Aussagen ausgedrückt oder impliziert werden. Zu den wichtigen Faktoren, die dazu führen könnten, dass die tatsächlichen Ergebnisse, Leistungen oder Errungenschaften wesentlich von solchen zukunftsgerichteten Aussagen abweichen, gehören unter anderem das Versäumnis, das Datenvolumen im Netz von Tata Communications zu erhöhen; das Versäumnis, neue Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln, die den Kundenanforderungen entsprechen und akzeptable Gewinnspannen erzielen; das Versäumnis, die kommerzielle Erprobung neuer Technologien und Informationssysteme zur Unterstützung neuer Produkte und Dienstleistungen, einschließlich Sprachübertragungsdiensten, erfolgreich abzuschließen; das Versäumnis, den Preisdruck bei bestimmten Kommunikationsdiensten des Unternehmens zu stabilisieren oder zu verringern; das Versäumnis, strategische Akquisitionen und Änderungen der indischen Regierungspolitik oder -vorschriften und insbesondere Änderungen in Bezug auf die Verwaltung der Branche von Tata Communications zu integrieren; sowie die allgemeinen Wirtschafts-, Geschäfts- und Kreditbedingungen in Indien. Weitere Faktoren, die dazu führen könnten, dass die tatsächlichen Ergebnisse, Leistungen oder Errungenschaften wesentlich von solchen zukunftsgerichteten Aussagen abweichen, und von denen viele nicht im Einflussbereich von Tata Communications liegen, sind unter anderem die in den Jahresberichten von Tata Communications Limited genannten Risikofaktoren.

Die Jahresberichte von Tata Communications Limited finden Sie unter www.tatacommunications.com. Tata Communications ist nicht verpflichtet, seine zukunftsgerichteten Aussagen zu aktualisieren oder zu ändern, und lehnt dies ausdrücklich ab.

© 2022 Tata Communications Ltd. Alle Rechte vorbehalten.

TATA COMMUNICATIONS und TATA sind Marken oder eingetragene Warenzeichen von Tata Sons Private Limited in Indien und bestimmten Ländern.

View original content: <https://www.prnewswire.com/news-releases/tata-communications-will-bis-2024-die-rechte-von-5-millionen-frauen-starken-301668017.html>

Pressekontakt:

Arati Mukerji,
Tata Communications,
+91 9958895759,
arati.mukerji@tatacommunications.com // Viswakumar Menon,
Tata Communications,
+91 9820069928,
viswa.menon@tatacommunications.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100086763/100897797> abgerufen werden.