

JÄMSTÄLLDHETSINDEX FÖR BYRÅBRANSCHEN

2014

TEMA: MAKTEN ATT FÖRÄNDRA OCH ANSVARET ATT AGERA

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

Miniordlista	sidan 2
Sammanfattning	sidan 3
Om jämställdhetsindex	sidan 4
Nytt för 2014	sidan 7
Redovisning av byråjämställdhetsindex 2014	sidan 9
Jämställdhetstrender i byråbranschen	sidan 9
Intressanta resonemang från årets enkätsvar	sidan 12
Bästa balansen	sidan 15
Bästa strukturen	sidan 16
Bästa kulturen	sidan 17
Vilka åtgärder genomförs?	sidan 18
Årets tema – makt och ansvar	sidan 22
Slutord från Add Gender	sidan 25

MINIORDLISTA

Här redovisas de mest centrala begreppen.

Mångfald är ett så kallat paraplybegrepp som används för att beskriva ett tillstånd där det råder en variation bland individer - gällande bland annat bakgrund, erfarenhet, ålder, kön, funktionalitet, sexuell läggning och etnicitet. Det handlar mindre om att särskilja olika grupper och mer om strategier för att skapa en inkluderande miljö där mångfald främjas.

Jämställdhet innebär att kvinnor och män har samma rättigheter, skyldigheter och möjligheter inom alla väsentliga områden i livet.

Jämlikhet är ett bredare begrepp och specificerar inte kvinnor och män utan ringar in alla människors lika värde och likhet inför lagen, samt lika möjligheter, rättigheter och skyldigheter.

Jämställdhet innebär att kvinnor och män har samma rättigheter, skyldigheter och möjligheter inom alla väsentliga områden i livet.

Nationalencyklopedin 2012

Kön och genus handlar om det biologiska könet (kön) och det socialt formade könet (genus). Kön är den könstillhörighet vi har – man eller kvinna och genus är benämningen för vad som anses kvinnligt respektive manligt – och ett **genusperspektiv** kan hjälpa oss att förstå förväntningar och föreställningar kring hur en individ eller hur kvinnor respektive män förväntas se ut och agera.

SAMMANFATTNING AV ÅRETS JÄMSTÄLLDHETSINDEX

Tidningen Resumé genomför tillsammans med Add Gender AB ett jämställdhetsindex för byråbranschen. I år, 2014, sker detta för andra året i rad. Syftet med Byråjämställdhetsindex är att kartlägga branschen för att kunna lyfta fram fakta och framgångsfaktorer och på så sätt skapa lösningar för att branschen ska bli mer jämställd.

Denna rapport redovisar resultaten från indexet utifrån den enkät som skickats ut. Indexeringen är uppbyggd utifrån de tre variabler som på bästa sätt kan sammanfatta både kvantitativ och kvalitativ jämställdhet: bästa balansen (kartlägger könsbalansen), bästa strukturen (kartlägger planeringen och det strategiska arbetet) och bästa kulturen (kartlägger vad som verkligen görs i företaget).

Trender för 2014

I 2014 års jämställdhetsindex kan vi se att något har hänt sedan förra året:

- en ökning i antalet som anser att jämställdhet är en konkurrensfördel
- ansvaret ligger inte längre enbart hos VD eller dylikt – även HR eller specifika grupper har inkluderats i arbetet
- arbetet med jämställdhetsplanerna har tagit fart

Men det finns alltid rum för utveckling. Vissa saker, som vem som grundat ett företag, kan man inte ändra – hur stor viljan än må vara för en jämställd bransch.

Precis som i förra årets undersökning var det en försvinnande liten del som hade budgeterat för sitt jämställdhetsarbete och få svarade att de ansåg att jämställdhet var en fördel i affärerna i produktion och i arbetet mot kunder. Detta och den avsaknad av rutiner och kunskap kring hur medarbetarnas engagemang ska förvaltas är de viktigaste problemen att adressera.

Årets indexering stora bolag 75-120 anställda

- Bästa balansen innehas av: **Prime – United Minds**,
- Bästa strukturen innehas av (delad 1:a plats): **Prime – United Minds, Forsman & Bodenfors och Åkestam & Holst**
- Bästa kulturen innehas av: **MEC**

Årets indexering medelstora bolag 31-74 anställda

- Bästa balansen innehas av: **INGO**
- Bästa strukturen innehas: **Garbergs Reklambyrå & Great Works**
- Bästa kulturen innehas av: **Garbergs Reklambyrå**

Årets indexering små bolag 10-30 anställda

- Bästa balansen innehas av: **Westander**
- Bästa strukturen innehas av: **Essen International**
- Bästa kulturen innehas av: **Essen International**

OM ADD GENDER AB

Add Gender AB är ett analys- och rådgivningsföretag inom jämställdhet. Från Add Gender har **Jessica Areborn**: expert på mångfald och projektledning, **Hannah Lemoine**: expert på kommunikation och perspektivanalys, samt **Pernilla Alexandersson**: expert på strategiskt jämställdhetsarbete och innovation, genomfört kartläggningen, analysen samt sammanställningen av indexet. Kontaktuppgifter finns i slutet av dokumentet.

OM JÄMSTÄLLDHETSINDEX

Kartläggningen genomfördes genom att en enkät skickades ut till de 50 största aktörerna i branschen, baserat på samma urval som vid förra årets enkät. Av dessa har 25 inkommit med fullständiga svar, ett tillräckligt stort urval för att kunna dra slutsatser och se trender. Det är några färre än 2013 års 29 svarande. Vilket bl.a. kan bero på kortare svarstid och att enkäten skickades ut senare, maj istället för april, under en period med

många röda dagar. Svarstiden förlängdes även för att säkerställa att det kom in tillräckligt med svar. I år var det nio nya företag som svarade medan fem som hade svarat förra året inte deltog i år. De företag som inte har svarat på enkäten eller som inte lämnat in fullständiga svar finns *inte* med i indexet.

Några företag har inte svarat alls. Om du upplever att du hade velat vara med i indexet men inte fått möjlighet så kontakta oss på Add Gender för att få mer information.

Jämställdhet innebär jämlikhet och likabehandling mellan kvinnor och män, och i detta index ligger fokus på jämställdhet i arbetslivet.

Majoriteten av frågorna i indexet är frågor där svaren ska finnas i en jämställdhetsplan. Det innebär att informationen för svaren bör finnas i företaget. Undantaget är de företag som är färre än 25 anställda – där finns inte kravet på en jämställdhetsplan på samma sätt i lagens mening. Detta är en av de nya inriktningar som vi har valt att fokusera analysen på detta år.

Byråerna som svarade samma dag som enkäten gick ut:

- Granath Havas VW
- CP+B
- NY Reklambyrå
- Nansen
- Essen International
- Tre Kronor

Indexeringen består av tre huvuddelar:

- Bästa balansen kartlägger könsbalansen
- Bästa strukturen kartlägger planeringen och det strategiska arbetet
- Bästa kulturen kartlägger vad som verkligen görs i företaget

Det finns också en **fjärde del** som fokuserar på drivkrafter och behov. Denna del ingår inte i indexet men används för att skapa förståelse för

branschaktörernas utmaningar samt för att ta fram förslag för framtida jämställdhetsarbete i branschen.

Så här har vi räknat

Svaren inom de tre huvuddelarna är poängsatta utifrån följande kriterier:

- rådande lagstiftning gällande arbetsgivarens ansvar utifrån organisationens storlek
- rutiner kring jämställdhetsplan och lönekartläggning
- aktiva åtgärder både internt och externt
- könsbaserad statistik gällande anställda, ägare, styrelse, ledningsgrupp, osv.

Variablerna balans och struktur redovisas på varsin axel i indexet och variabeln kultur som en färgskala från ljusgrönt till mörkgrönt. Ju bättre struktur på jämställdhetsarbetet, desto högre upp på 'y'-axeln hamnar företaget, ju bättre balans mellan könen på alla nivåer, desto längre åt höger på 'x'-axeln, och ju fler åtgärder som görs för att skapa jämställdhet både internt (arbetsmiljö) och externt (mot kunden), desto mörkare grön färg innehåller företagens diagrambubbla.

Indexet visar därmed både indikatorer på internt såväl som externt arbete och medvetenhet om jämställdhet. Små och stora företag har olika utmaningar och olika resurser som kan påverka de faktiska möjligheterna till aktiv jämställdhetskultur. För att säkerställa rättvisa mellan de större och mindre företag som deltagit har resultaten delats upp i tre storlekar beroende på antal anställda. Detta framkommer dock inte i diagrammet där storleken på företaget representeras av storleken på bubblan.

Balansen har räknats ut enligt flera variabler, med större fokus på bestämmande aktörer inom företagen än förra året. De värden som ligger till grund för uträkningen är den totala könsbalansen bland de anställda samt medelvärdet av könsbalansen i specificerade maktpositioner (styrelse, ägare, ledningsgrupp, chefer). Balanspoäng har utdelats utifrån differensen inom varje nivå, där bäst poäng tilldelats de som håller sig inom en 40/60-fördelning, och sämst till de som ej klarar "den magiska gränsen" på 30/70.

Då vissa företag har en struktur som innebär avsaknad av styrelse eller ägare, samt i de fall då någon av maktpositionerna på grund av företagets storlek enbart innehas av en enda person, har det tagits hänsyn till detta i uträkningen.

NYTT FÖR 2014

Årets uppföljning har fördjupat sig kring kulturerna på byråerna samt inriktat sig på makt och ansvar, branschöverskridande samt byråfokuserat. I årets index har vi även valt att göra en uppdelning mellan små (0-30 anställda), medelstora (31-74 anställda) samt stora (75-120 anställda) bolag, som leder oss in på det val att i år ge indexeringen ett specifikt tema.

Frågorna som indexet detta år därför svarar på är:

- Vem eller vilka är det som egentligen ska ta stafettpipen för att öka jämställdheten i branschen och öka takten på arbetet?
- Var ligger makten att förändra och ansvaret att göra detsamma?

Dessa frågeställningar följer med från 2013 års indexering, där en tydlig trend i svaren var just ansvarsförskjutning samt en avsaknad av branschgemenskap.

Två av förra årets tydliga trender i indexet:

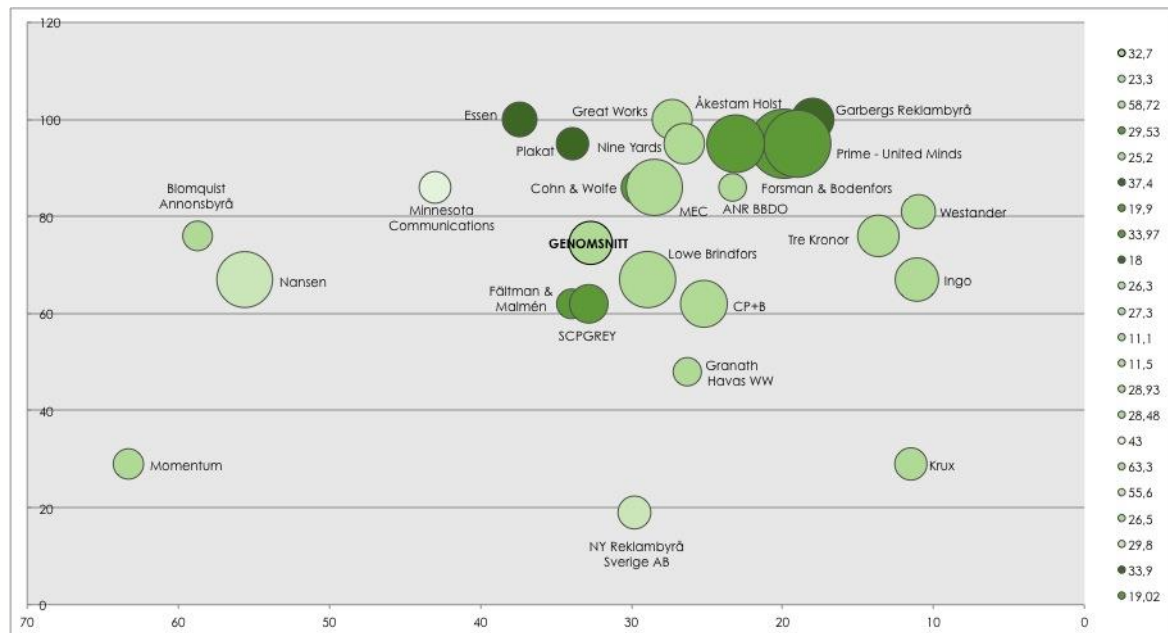
- Företagen har överlag svårt att se jämställdhet som en succéfaktor och svårt att se hur de kan bidra till en mer jämställd bransch. Branschsammanhang saknas.
- I enkätens kommentarsfält var en vanlig tendens en ansvarsflytt där ansvaret istället lades på skolorna, uppdragsgivarna, och kvinnorna.

Detta baserade sig i att det var många svaranden som skrev att "*vi är inte tillräckligt stora i antalet anställda för att kunna göra något*" eller "*det är på utbildningarna det börjar – det är där ansvaret ligger*" och "*det är kvinnorna som behöver ta för sig mera*" och så vidare. Därför presenterar vi i år hur branschen gemensamt ska kunna föra en dialog kring att *ta makt* och att *ta ansvar* i jämställdhetsfrågan – både för små och stora branschaktörer.

De stora bolagen har mycket större ansvar utifrån diskrimineringslagstiftning samt jämställdhet gällande könsbalans och kvalitativ jämställdhet, såsom föräldraskap, kultur m.m. Men makten att skapa förändring ligger hos de som väljer att vara innovativa, branschledande och de nyfikna branschaktörerna. Detta är förstas oberoende av storlek och där har de små bolagen en större flexibilitet – då de slipper det hårdare lagstadgade ansvaret men ändå har makten att påverka och engagera sig fritt i jämställdhetsfrågorna.

Frågorna som rörde 'specifika tjänster' fick förra året många kommentarer i indexet, flera ansåg att det "inte passar med våra tjänster". Därför gavs byråerna i år möjligheten att själva ange fyra tjänsteområden, dock resulterade detta i en för stor bredd av tolkningar i svaren. Denna del har därför tagits ur indexeringen, för samtliga företag, vilket därför inte påverkar jämförelsen mellan den årliga indexeringen.

REDOVISNING AV BYRÅJÄMSTÄLLDHETSINDEX 2014



Balans redovisas på 'x'-axeln och struktur på 'y'-axeln i indexet. Variabeln kultur redovisas som en färgskala från ljusgrönt till mörkgrönt. Ju fler åtgärder som görs för att skapa jämställdhet både internt (arbetsmiljö) och externt (mot kunden), desto mörkare grön färg innehåller företagets diagrambubbla.

JÄMSTÄLLDHETSTRENDER I BYRÅBRANSCHEN

I indexet år 2014 har könsbalansen inte ändrats från föregående år. VD och delägare är fortfarande i huvudsak män och den övergripande balansen mellan kvinnor och män av alla anställda hamnar igen inom 40-60% ramen som kan klassas som jämställd. Däremot har ansvaret för jämställdhetsarbetet i många fall förflyttats från VD till HR/personal eller en specifik jämställdhets-grupp, och i år uppger även att de uppfattar jämställdhet som en konkurrensfördel. Fler vill jobba med jämställdhet för att följa diskrimineringslagen än vad som uppgavs 2013. Utifrån ett maktperspektiv är det fortfarande männen som innehar makten. Här följer en redovisning av 2014 års övergripande trender, framgångsfaktorer samt branschens huvudsakliga problembild.

Övergripande trender för byråjämslälldhetsindex 2014:

- Männen sitter på makten även i år: Grundare av de företag som svarat är en eller flera män. Bland de företag som hade flera grundare än en fanns kvinnor med i två av fallen, inget av de deltagande företagen hade grundats av en kvinna. VD liksom delägare är även i år en man.
- Byråerna har tagit ett mer strukturerat ansvar för jämslälldhetsarbetet: Ansaret för jämslälldhetsarbetet ligger hos en specifik jämslälldhetsgrupp, eller personalavdelningen/HR, medan det förra året visade på att ansaret låg hos VD:n.
- Könsbalansen överlag är fortsättningsvis jämsläll: Könsbalansen på de företagen som har medverkat visar på en väldigt jämn fördelning mellan könen bland de totalt antal anställda och i ledningsgrupperna på företagen är det likadant.
- Jämslälldhett går att konkurrera med: Jämslälldhett ses av ungefär hälften som en konkurrensfördel.
- Jämslälldhett är inte integrerat i affären: Bara ett fåtal anser att jämslälldhett kan vara en ekonomisk fördel i sin produktion och väljer att redovisa det i sin årsredovisning.
- Jämslälldhett är inte integrerat i arbetet med kunderna: Könsuppdelad statistik används i det interna arbetet men har inte fått genomslag i arbetet med kunder.
- Jämslälldhetsplanerna är delvis på plats: Majoriteten av de svarande har upprättat en jämslälldhetsplan för mer än ett år sedan. En liten del upprättade en plan för mindre än ett år sedan medan en än mindre andel håller på att upprätta en plan för första gången. En knapp majoritet svarar att de uppdaterar sin jämslälldhetsplan "minst vart tredje år" och en knapp fjärdedel svarar "varje år".
- Personalen är mer delaktig: En tredjedel av de svarande uppger att de har tagit fram sin jämslälldhetsplan med HR/Personal, lika många har tagit fram den med ett urval av personalstyrkan. Mindre än en fjärdedel uppger att de inte alls har involverat personalen när de tagit fram sin jämslälldhetsplan.

Framgångsfaktorer för byråbranschens jämställdhet 2014:

- Lönekartläggningar genomförs: Positivt är att se att majoriteten av de deltagande företagen har genomfört en lönekartläggning utifrån kön för mindre än ett år sedan. Av de resterande uppger hälften att de har genomfört en lönekartläggning för mindre än tre år sedan.
- Diskrimineringslagen har aktualiserats: Viljan att följa diskrimineringslagen som motiv till företagens jämställdhetsarbete har ökat sedan förra året.
- Normbrytande har blivit trendigt: Att bryta trender och utmana stereotyper ses som viktigt bland företagen och de vill vara delaktiga för att skapa en jämställd bransch.
- Kompetensen har ökat: Det finns en kunskap om rutiner kring diskriminering som ett lagstadgat krav, samt jämställd rekrytering.
- Rutinerna upplevs som levande: Rutiner och kartläggningar för könsuppdelning av yrkesroller, chefsrepresentation och föräldraledighet finns hos fyra av fem av de deltagande företagen.
- Balansen i branschen är god: Branschen som helhet har bra representativ jämställdhet räknat på totalt antal anställda.
- Ledningarna är mer balanserade än styrelserna: Representationen i ledningsgrupperna är att anse som jämställda inom 40-60% skalan.

Problembilden för jämställdhet byråbranschen:

- Lönekartläggningen innehåller inte en handlingsplan: som sig bör enligt Diskrimineringslagen, då hälften uppger att de inte har upprättat en handlingsplan som följd av lönekartläggningen.
- Makten är obalanserad: Kvinnorepresentationen på makt- och beslutsfattande positioner är i relation till branschens könsbalans i övrigt mycket snedfördelad, såsom även konstaterades under föregående år. Styrelserna visar på en sned fördelning mellan könen och majoriteten av de svarande har en styrelse med många fler män än kvinnor.
- Obalans leder till obalans: Finns det en övervikt av män som är anställda så fortsätter detta mönster upp på chefsposition, är det en övervikt av kvinnor så avspeglas inte detta lika tydligt på chefsnivå eller i ägarskap.

- Kvinnor lyser med sin frånvaro i grundarrollen: Kvinnor är underrepresenterade i att starta byråer, vilket kan förklara snedfördelningen på de högre nivåerna.
- Många rutiner återstår att få på plats: Det saknas frågor kring jämställdhet och föräldraskap i medarbetarsamtal och undersökningar vilket skulle kunna skapa en djupare förståelse kring dessa behov.
- Kunskap saknas: Kompetens om hur en förvaltar medarbetare samt deras kompetens från jämställt perspektiv saknas av en kritisk massa av de svarande. De kan inte uppge att de har rutiner och kunskap om jämställdhetsarbete kring lång- samt korttids frånvaro, anställningsformer, VAB med mera.
- Jämställdhetsarbetet saknar resurser: Budget för jämställdhetsarbetet saknas överlag i branschen, att avsätta budget för arbetet är den åtgärd som görs minst. En trend som tyvärr håller i sig från förra året och ger arbetet dåliga förutsättningar för att bli integrerat i vardagen.

INTRESSANTA RESONEMANG FRÅN ÅRETS ENKÄTSVAR

Innebär fler kvinnor att det blir mer jämställt? "Vi ger kvinnor högre lön", eller "vi har fler kvinnor än män" är rop en kan höra i diskussioner som rör jämställdhetsfrågan. En överrepresentation av endera könet skapar

Nya trender och skillnader 2013 - 2014

- Fler ser jämställdhet som en konkurrensfördel
- I år syns mer av ett branschsammanhang och engagemang för en jämställd bransch, vilket saknades förra året
- Att följa diskrimineringslagen är i år ett motiv för ett jämställdhetsarbete hos över hälften av företagen vilket i förra årets indexering kom längst ner på listan
- Ansvar för jämställdhetsarbetet har flyttats från VD till en specifik jämställdhetsgrupp eller HR/personalavdelningen i årets undersökning

inte mer jämställdhet, den uppstår mellan 40-60%. För har en mer av det ena än det andra så blir det inte jämmt. Fler kvinnor ger därför inte nödvändigtvis

bättre jämställdhet – om de inte har någon möjlighet till makt och påverkan i verksamheten.

Vem har makten och vad gör man med den? Att ha den underrepresenterade individen i en styrelse eller dylikt hjälper inte om personen i fråga inte får komma till tals i samma utsträckning, eller har samma faktiska makt. En observation är att män överlag är de som har startat byråerna och i och med detta kan den delen i maktbalansen inte ändras, historien är redan skriven.

Däremot kan företagen påverka hur de väljer att dela den övriga makten mellan könen. Att ha en grupp som arbetar med jämställdhet är en bra början, så länge den gruppen får sitta med och påverka det strategiska arbetet, VD och eller ägare bör fortfarande äga och stödja frågan fullt ut.

Trenden med att det har upprättats grupper med det specifika ansvaret

TOTAL BRANSCHBALANS			
	Män/ kvinnor 2014	Män/Kvinnor 2013	
ANSTÄLLDA	49/ 51%	51/49%	marginellt fler kvinnor än män bland anställda
LEDN.GRUPP	55/ 45%	60/40%	jämnare fördelning än förra året
STYRELSE	76/ 24%	81/19%	fortfarande ojämnt men bättre!
DEL/ÄGARE	84/ 16%	78/22%	sämre än förra året
CHEFER	54/ 46%	52/48%	marginell försämring men fortfarande mycket jämnt!

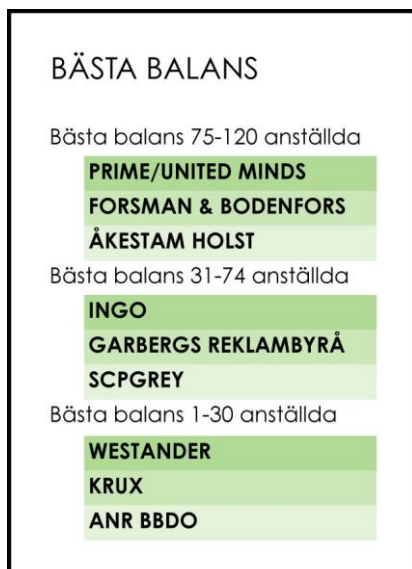
att hantera frågorna kring jämställdhet är en positiv utveckling. Att låta jämställdhetsarbetet ligga hos HR/personal kan dock medföra att det hamnar för långt bort från kärnverksamheten (i de fall där HR exempelvis inte sitter med i ledningsgrupp) och ges inte samma möjlighet till att bli en strategisk konkurrensfördel i företaget och i större utsträckning

genomsyra arbetet. För att jämställdhetsarbetet ska få bli en succé måste det få utrymme genom hela organisationen.

Medarbetare med chefsansvar, som sitter på beslutsfattande positioner har även de ett stort ansvar i sina roller som förebilder samt i vilka förväntningar man har på sina anställda, förebilder och förväntningar har stor påverkan på kultur. Det finns även spelrum i arbetet i talangoptimering och ansvar för medarbetare. Arbetet med en jämställd rekrytering har rört sig framåt vilket syns i svaren, men hur arbetar företagen med jämställdhet när de anställda väl är inne i företaget? Finns det rutiner som säkerställer att kvinnor och män ges samma karriärmöjligheter, hur ser befodringsvägarna ut med mera? Att glömma denna del i personalarbetet kan bli en dyr affär om denna svaghet genomskådas och viktiga talanger lämnar företaget.

Sammanfattningsvis blir bilden att byråföretag i relativt stor utsträckning arbetar med det som förväntas av dem från ett lagstadgat krav, men att arbetet slutar där. Vilka väljer att ta ansvar för ett mer omfattande jämställdhetsarbete som går längre än det som lagen kräver? Där har vi framtiden!

BÄSTA BALANSEN



Balans kan med största sannolikhet antas vara den del som är lättast att ta till sig i jämställdhetsfrågor, det är det första en mäter, och det lättaste. Det är kvantitativt och visar svart på vitt en tydlig bild på fördelningen mellan könen inom en organisation. Vi har kartlagt andelen kvinnor och män på företaget, den totala mängden anställda likväl som fördelningen på ledande positioner; i ledningsgruppen, styrelsen, ägare och delägare, samt chefer. Detta redovisas i

indexet på Y-axeln.

Ju fler kvinnor desto mer jämställt? Nej, en överrepresentation av endera könet skapar inte mer jämställdhet, den uppstår inom ramen av 40-60%, vilket också gett bäst poäng i indexeringen. För har en mer av det ena än det andra så slutar det att vara jämnt. Den magiska gränsen går vid 30%. Då har man uppnått en kritisk massa och den underrepresenterade

Fakta om Diskrimineringslagen

Alla arbetsgivare med minst 25 anställda har enligt Diskrimineringslagen skyldighet att upprätta en jämställdhetsplan. Arbetsgivare är dessutom skyldiga att genomföra lönekartläggning och upprätta en handlingsplan för jämställda löner. Jämställdhetsplanen ska innehålla en hänvisning till lönekartläggningen och en policy och beredskapsplan för sexuella trakasserier. Jämställdhetsplanen ska även innehålla en beskrivning för hur planen ska presenteras och förankras bland medarbetare och hur den ska utvärderas. Både jämställdhetsplan och lönekartläggning ska revideras minst var tredje år. Det finns några områden som ska undersökas enligt lagen: arbetsförhållanden, det vill säga fysisk och psykosocial arbetsmiljö, hur arbetet organiseras och arbetstidsfrågor, möjligheter och hinder att kombinera arbete och föräldraskap, förekomsten av trakasserier och sexuella trakasserier, rekryteringsrutiner, utbildning och kompetensutveckling, i vilka arbeten och yrkeskategorier det är en ojämn könsfördelning. Tillsynsmyndighet är Diskrimineringsombudsmannen (DO) och om företaget inte kan visa upp en laglig jämställdhetsplan vid granskning så riskerar det vite.

gruppen blir individer snarare än representanter för sitt kön. Det är även när en når över denna gräns som lönsamheten blir synlig. Balans är lätt att se och förstå, men för det inte alltid lätt att uppnå. För bakom de hårda variablerna ligger de mjuka värderingarna som alltid är mer utmanande att jobba med och förändra.

BÄSTA STRUKTUREN

Vill en skapa förändring behöver en göra aktiva åtgärder för att nå dit. Framtiden skapas utifrån de val som vi gör idag. Vi på Add Gender tror på en jämställd framtid, den kommer dock inte av sig självt. Varje arbetsgivare har ett ansvar för att skapa jämställdhet och följa diskrimineringslagen. Den kräver att arbetsgivaren ska genomföra en lönekartläggning minst vart tredje år. Utifrån den ska sedan en handlingsplan upprättas. När ett företag uppgår till 25

anställda ökar även ansvaret för ett strukturerat jämställdhetsarbete. Då ska en jämställdhetsplan upprättas, med vissa kriterier att uppfylla, där lönekartläggningen ska redovisas. Denna ska också uppdateras minst vart tredje år och vara ett levande dokument som driver jämställdhetsarbetet framåt på företaget. Mål och visioner ska stämmas av och göras om vart tredje år. Arbetsgivare ska även ha en policy och handlingsplan för att hantera trakasserier.



I indexet redovisas strukturen i X-axeln och är baserat på graden av struktur inom företaget. Finns en jämställdhetsplan, har en lönekartläggning gjorts och har en handlingsplan upprättats efter det? Här ser en även den struktur som har tagits fram för hur arbetet med jämställdhet ska bedrivas. Var har frågan lagts? Ägs den av en person eller flera, ligger den nära det strategiska arbetet eller ej? Förra året visade det sig att små företag, som inte hade några lagstadgade krav på jämställdhetsplan och dylikt, trots det hade jobbat aktivt med frågan och kunde visa på höga poäng.

BÄSTA KULTUREN



I kulturdelen har vi mätt ett urval av de delar som ligger inom arbetsgivarens ansvar och som, baserat på vår erfarenhet, är viktiga för att skapa jämställdhet. Denna del är uppdelad på en intern del (arbetsmiljö) samt en extern del (arbetet mot kunderna). Denna del mäter inte bara det som genomförts utan även utifrån de visioner som företagen jobbar emot. Denna del ger mer utrymme för mål och vilja som företagen besitter utan att de nödvändigtvis har haft tid, resurser eller prioriterat att genomföra det arbetet.

Företagen visar här på ambition och insikt i frågan och en stark vilja! Jämställdhet ses som en konkurrensfördel vid rekryteringar, gentemot kunder och för en ökad innovation likväl som en viktig aspekt i byggandet av varumärket.

VILKA ÅTGÄRDER GENOMFÖRS?

Åtgärder för det interna arbetet

Åtgärder kring att underlätta föräldraskap är viktigt för jämställdhetsarbetet, då det ofta kan finnas olika förväntningar på kvinnor och män i hur de tar ansvar för barnen. Förväntningar som i sin tur kan påverka jämställdhetsarbetet negativt. Det saknas även en struktur för hur karriärvägar organiseras för personalen då de väl har kommit in på företaget. Medvetenheten kring jämställd rekrytering är relativt hög, men en struktur kring jämställd intern-rekrytering, successionsplanering samt befodringsvägar har utrymme för förbättring. Har man inte en plan för hur man tar hand om branschens viktigaste tillgångar, medarbetarna, så finns det en risk att företaget läcker viktiga resurser. Något som är extra kritiskt i en bransch vars huvudsakliga tillgång är just medarbetarna. I år ser vi att könsfördelningen av de olika yrkesrollerna har kartlagts av fler företag än vid förra årets index.

Internt arbete: Vilka av följande åtgärder genomför ni på ert företag?

Här nedan redovisas i fallande ordning vilka interna jämställdhetsåtgärder som är vanligast (1) respektive minst vanligast (21) inom branschen.

1. Vi har kartlagt könsfördelningen inom olika yrkesroller på företaget
2. Vi uppmuntrar både män och kvinnor att vara föräldralediga i samma utsträckning
3. Vi har rutiner för hur småbarnsföräldrar kan kombinera arbetslivet med familjelivet
4. Vi har kartlagt chefsrepresentationen för kvinnor respektive män på företaget
5. Vi har ett aktivt arbete mot diskriminering
6. Vi har rutiner för en jämställd rekrytering
7. Vi har tagit in extern kompetens för utbildning eller föreläsning de senaste tre åren
8. Vi har medarbetarsamtal regelbundet på företaget och i frågorna ingår minst en fråga om jämställdhet och/eller föräldraskap

9. Vi har rutiner för hantering vid anmälan om sexuella trakasserier
10. Vi genomför medarbetarundersökningar regelbundet på företaget och i frågorna ingår minst en fråga om jämställdhet och/eller föräldraskap
11. Vi har rutiner för en jämställd befordran
12. Vi har kartlagt korttidsfrånvaron för kvinnor respektive män på företaget
13. Vi har kartlagt anställningsform för kvinnor respektive män på företaget
14. Vi har kartlagt långtidssjukskrivningarna för kvinnor respektive män på företaget
15. Vi har kartlagt VAB-fördelningen mellan kvinnor och män på företaget
16. Vi har rutiner för en jämställd successionsplanering
17. Vi har kartlagt rekryteringsvägar för kvinnor respektive män inom företaget
18. Vi har kartlagt befordransvägar för kvinnor respektive män inom företaget
19. Vi har kartlagt övertidsuttag för kvinnor respektive män på företaget
20. Vi använder oss av begåvningstester som mäter problemlösning vid rekryteringar till företaget (kvalificerade tjänster)
21. Vi har en budget för jämställdhetsarbetet

Åtgärder för det externa arbetet

I det externa arbetet är den vanligaste åtgärden viljan att utmana stereotyper och generaliseringar. Däremot är det få som ser den koppling som finns mellan jämställdhet och lönsamhet i sina produktioner. När den inte är synlig för ett så stort antal är frågan vem som vinner av jämställdheten och ekonomin om de två skulle ställas mot varandra? Det är även förvånande att så få väljer att redovisa sitt jämställdhetsarbete i sin årsredovisning, att göra något men sedan inte berätta om det verkar motsägelsefullt – speciellt i denna bransch som jobbar med just att synliggöra. Företagen behöver även fortfarande jobba med att förstå hur de själva framgångsrikt kan driva frågan om jämställdhet i sina produktioner gentemot kund som kan vara givande för alla parter.

Externt arbete: Vilka av följande åtgärder genomför ni i ert utåtriktade arbete?

Här nedan redovisas i fallande ordning vilka externa jämställdhetsåtgärder som är vanligast (1) respektive minst vanligast (11) inom branschen.

1. Vi utmanar stereotyper och generaliseringar i våra produktioner
2. Vi är delaktiga som företag för att branschen ska bli mer jämställd
3. Vi diskuterar stereotyper och generaliseringar i våra produktioner
4. Vi granskar våra produktioner för att undvika stereotyper och generaliseringar
5. Vi ser jämställdhet som en möjlighet att nå ut med våra produktioner eller tjänster till en större målgrupp
6. Vi utgår från fakta och forskning när vi marknadsför produkter eller tjänster till kvinnor eller män specifikt
7. Vi ser jämställdhet i våra produktioner som en konkurrensfördel gentemot andra i branschen
8. Vi har riktlinjer för hur vi framställer kvinnor och män i våra produktioner
9. Vi använder oss till största delen av könsuppdelad statistik vid målgruppsanalyser
10. Vi ser jämställdhet som en ekonomisk fördel i våra produktioner
11. Jämställdhet redovisas i vår årsredovisning

BEHOV OCH DRIVKRAFTER

Den sista delen i kartläggningen inkluderas inte i själva indexmätningen. Här har vi dock gett fritt utrymme för de företag som vill att berätta om sina behov för att komma igång med eller upprätthålla arbetet med jämställdhet (både internt och externt). Utrymme för att redovisa motivationskrafter för jämställdhetsarbetet lämnades också samt en möjlighet att drömma fritt kring hur det skulle se ut i branschen om "jämställdhet vore en succé".

Detta är självklart den absolut svåraste delen att kartlägga via en enkät, och därför använder Add Gender sig oftast av metoder i form av observation eller intervjuer när vi arbetar med dessa frågor annars, men indexet ger ändå en första bild av branschens jämställda arbetskulturer i form av kulturdelen i enkäten i kombination med denna del som listar behov och drivkrafter.

För att komma igång med det interna jämställdhetsarbetet anger de som har valt att svara att de inte har det behovet alls då de anser sig redan vara jämställda. En svarande anger den lilla storleken på organisationen som en orsak till att arbetet inte kommit igång eller upprätthållits.

Hur blir jämställdhet en succé i branschen, hur skapas möjligheter?

- Vissa anser att den rådande strukturen behöver utmanas, "*Skaka om ordentligt hos reklambyråerna*" anser en svarande.
- Vikten av att synliggöra samt mätning och uppföljning angavs också som en åtgärd.
- "*Fortsätta med denna typ av index!*" uppmanar en annan svarande.
- En tredje svarar att jobbet kommer att göras av sig självt då det finns indikationer på att de "traditionella byråerna går sämre".
- Andra lägger över ansvaret på "kvinnorna" och identifierar att kvinnor inte har startat företag i samma utsträckning eller att de behöver ta för sig mer för att synas. En ansvarsförskjutning vilket är just detta års tema på indexeringen.

Vilka av följande motiv driver ert jämställdhetsarbete på företaget?

Här nedan listas vad företagen själva anger som motiv för arbetet där (1) är vanligaste motivet och (14) är minst vanlig.

1. Vi vill ha en mångfald av infallsvinklar på våra projekt
2. Vi vill vara en attraktiv arbetsgivare
3. Vi är ett modernt företag som vill ligga i framkant och vi anser att en jämställd miljö

är en sådan fråga

4. Vi vill ha en arbetsplats som genererar innovativa idéer genom en jämn fördelning mellan kvinnor och män
 5. Vi värnar om vårt varumärke
 6. Vi tror att en jämn fördelning mellan kvinnor och män är en strategisk fördel för vårt företag
 7. Vi vill ha en arbetsplats med kompetens och erfarenhet i fokus
 8. Vi värnar om våra uppdragsgivares varumärke
 9. Vi vill ha en könsbalans på vårt företag som speglar samhället
 10. Vi vill öka vår trovärdighet hos våra målgrupper
 11. Vi vill följa Diskrimineringslagen
 12. Vi vill öka vår trovärdighet i vår bransch
 13. Vi vill öka företagets lönsamhet genom jämställdhet
 14. Vi vill ha en könsbalans i våra team som speglar våra målgrupper
-

ÅRETS TEMA - OM MAKT OCH ANSVAR

Årets tema kring "makt och ansvar" ter sig naturligt när man sätter sig in i både 2013 och 2014 års indexeringar. Den rådande ansvarsförskjutningen blir nämligen pinsamt tydlig, där ansvaret bl.a. läggs på individer eller bara någon annanstans än hos en själv. Det blir dock ett cirkelargument. För om andra inte ska vänta på att någon annan arbetar för jämställdhet utan att en ska börja hos sig själv, varför bör företagen själva då inte göra det? Vad kan då göras för att skapa förändring, skapa en branschgemenskap, synergier och utveckling mot en mer jämställd bransch? Branschen kan bl.a. inspireras av IT-branschens initiativ att starta TechEq för att få in fler kvinnor. Utbyte av idéer, lärdomar och mål ger inte enbart snabbare resultat inom branschen men kan även göra att den blir mer attraktiv att arbeta inom om den anses vara progressiv i sitt jämställdhetsarbete. Idag

får många svarande bra resultat i strukturdelen, de arbetar efter de lagstadgade krav som finns kring lönekartläggning samt jämställdhetsplan, men det arbetet har inte översatts i balansen på företagen. Alla delar; struktur, kultur samt balans är viktiga för att kunna övertyga i sitt engagemang samt skapa varaktig förändring..

Hur kan vi se på makt och ansvar för att skapa jämställdhet?

För att förstå hur makt och ansvar bOLLAS runt i en bransch kan vi se det ur två olika perspektiv: branschtradition samt branschprocess. Det här är en modell som branschen fortsättningsvis kan välja att arbeta efter för att skapa resultat inom jämställdhet.

Branschtradition – de ramar och traditioner som finns inom branschgemenskapen för att skapa förändring – i detta fall för att skapa en mer jämställd bransch. Vem eller vilka är ansvariga för att bryta ny mark? Skapa innovativa lösningar, identifiera problembild och ta sig framåt? Traditioner skapas utifrån de val vi gör, och byråbranschen kan göra valet att skapa nya traditioner som inkluderar fler medarbetare utifrån ett vidare spektrum av erfarenheter. Byråbranschen kan inte förvänta sig att kvinnor tar för sig, att utbildningarna förändras om de själva inte är redo att skapa den förändring de vill se. De kan välja att vara ledare, eller följare. Hur framtiden ser ut bestämmer du – idag.

Branschprocess – de vägar och tillvägagångssätt vi väljer i vårt mål att skapa eller omskapa en branschtradition inom ett område, i detta fall jämställdhet. Tonfall, stämning och samspel mellan de olika branschaktörerna. De modiga och mest innovativa aktörerna inom branschen kommer att vara de som tar det första steget och visar vägen. Dessa har möjlighet att skapa och forma framtiden i större utsträckning samt sätta de 'regler' för hur arbete ska komma att utföras och se ut. I

förra årets index visade det sig bl.a. att de som låg bäst till i indexet även var de som var branschledande. Frågan är, finns det utrymme att *inte* jobba för jämställdhet i en bransch beroende av mod och innovation?

Makten att förändra

Makt och ansvar kan i detta ljus få ett helt nytt perspektiv. Enligt diskrimineringslagstiftningen så ökar ansvaret för organisationer med fler än 25 anställda, lagstiftningen bör även tolkas på så sätt att ansvaret ökar i relation till hur mycket större företaget är. Detta innebär att de stora bolagen rent anställningsmässigt har ett mycket större ansvar än de medelstora eller små byråerna. Detta ska dock inte blandas ihop med makten att förändra. Makt att bryta branschtraditioner och skapa nya branschprocesser har samtliga branschaktörer – alltifrån enskilda konsulter till större bolag.

Liten är stark

Det som är intressant att lyfta fram här är att det finns en unik position att vara ett mindre bolag med mindre ansvar – eftersom de har större flexibiliteten i att kunna förändra. Det kan därmed ändra tonen i branschprocessen och på så sätt påverka branschens strukturer och traditioner utan att behöva ta hänsyn till diskrimineringslagens paragrafer. Men i dagens indexering ser de flesta mindre byråer deras storlek som något negativt inom jämställdhetsfrågan, trots att det är lättare att vända en roddbåt än en atlantångare.

Balans är mindre viktigt

Detta ser vi som en direkt konsekvens av att man inom branschen traditionellt kretsat kring indexeringens kvantitativa del, bästa balansen, istället för kring indexeringens mer kvalitativa delar, bästa strukturen och bästa kulturen. Att vikten i jämställdhetsarbetet läggs vid just balans är

även det en direkt konsekvens av att det är det område som är lättast att mäta. I media är det just detta som diskuteras, speciellt ledningsgrupper, vilket är det första som ger resultat. De områden som man diskuterar, belyser och följer upp är de som ger resultat, så även här.

SLUTORD FRÅN ADD GENDER

Det enda vi vet om framtiden är slutsatser vi kan dra från historien, och med det sagt kan vi sluta oss till att framtiden är jämställd. Motivationen och medvetenheten ökar. Genom att lyfta frågan och diskutera lösningar möjliggörs utveckling, ett första steg fram är att våga erkänna att det finns rum för utveckling. Vi är *stolta och glada* över alla som har varit modiga nog att dela med sig av sitt företags arbete i frågan för att kunna komma vidare.

KONTAKTUPPGIFTER

Add Gender och våra experter tackar för inblicken i branschen och ett gott samarbete med tidningen Resumé. Vi tar gärna emot ytterligare frågor utifrån branschens behov och jämställdhetsläge och mer om indexets variabler och våra slutsatser så tveka inte att höra av dig!

Jessica Areborn

Projektledare för Byråjämställdhetsindex 2014

0736-226979 - jessica.areborn@addgender.se

www.addgender.se