

Järvaveckan Research

Perspektiv: Näringslivet och Mångfald

Undersökningen genomfördes av Kantar Sifo under maj 2023 på uppdrag av **Järvaveckan Research**. Totalt intervjuades 1 046 företagare inom små - och mellanstora företag. Webbpanelen är riksrepresentativt rekryterad utifrån slumpmässiga urval. Det förekommer ingen självrekrytering i Kantar Sifos webbpanel.

Frågorna rörde företagsledare och chefers inställning till mångfald och inkludering, inklusive vilka hinder och möjligheter de ser i detta arbete i det egna företaget. Urvalet bestod av företagare i hela riket, och frågorna besvarades av ägare, VD/beslutsfattare.

Två huvudfrågor ställdes: "**Om och när du träffar kandidater på anställningsintervju, tror du att du påverkas av kandidatens...**" och "**Spelar det någon roll för dig om du bor granne med en person som är..**". De fyra svarsalternativen som de fick var "*Ja, positivt*", "*Ja, negativt*", "*Nej, spelar ingen roll*" och "*Vet ej/ingen uppfattning*".

Deras svar analyserades sedan baserat på flera demografiska kriterier. Dessa inkluderade **företagets storlek**, indelat i tre kategorier: upp till 9 anställda, 10–19 anställda och 20–99 anställda. Respondenternas **kön** togs också i beaktande, med svar från både män och kvinnor som beaktades. Dessutom var deras **geografiska plats i Sverige** ett annat viktigt kriterium. Platsen delades in i tre kategorier: **storstäder** (Stockholm, Göteborg, Malmö), **mellanstora städer och mellanbygd** samt **landsbygd** (tätbygd och glesbygd). Slutligen bröts svaren också ner i **olika regioner i Sverige**, inklusive Stockholm, Östra Mellansverige, Småland med öarna, Sydsverige, Västsverige, Norra Mellansverige, Mellersta Norrland och Övre Norrland.

Denna data kommer att vara avgörande för att förstå hur företagsledares attityder och fördomar kan påverka deras beteende i interaktioner både i och utanför arbetsplatsen, och för att ge insikt i hur vi kan arbeta för att bekämpa diskriminering och fördomar i arbetslivet.

Innehåll

Vad är Järvaveckan Research?	2
Inledning och förord	2
Ditt namn avgör din framtid	4
Dialekt & språkkunskaper	8
Spelar det roll för dig om du bor granne med en person som är...	20
Slutkommentarer till rapporten	25
Om stiftelsen The Global Village	26
Kontaktuppgifter	28

Vad är Järvaveckan Research?

Järvaveckan Research är en gren av Järvaveckan och arbetar för att främja en kunskapsbaserad dialog över samhällsgränser. Genom rapportserierna ”**Fakta för förändring**” och ”**Perspektiv**” tillhandahåller Järvaveckan Research underlag för upplysta samtal mellan alla slags samhällsaktörer och människor. Med sin roll i folkbildning, bidrar Järvaveckan Research till samhällsutveckling genom ny kunskap, nya perspektiv, utbildning och dialog. Vi vilar därmed på en urgammal svensk erfarenhet: att det är genom folkbildning och dialog som samhället förs framåt.

Under våren och sommaren 2023 publicerades sju nya och unika rapporter: **Perspektiv – Näringslivet och Mångfald**, **Perspektiv – Arbetsmarknad**, **Perspektiv – Digital Inkludering**, **Perspektiv – Nyhetsmedia Norge**, **Perspektiv – Nyhetsmedia Sverige**, **Perspektiv – Näringsliv** samt en minirapport av **Fakta för förändring – Valdeltagande & Ekonomisk standard**. Läs samtliga på <https://jarvaveckan.se/jarvaveckan-research/>

Inledning och förord



Denna rapport bekräftar analysen från vår tidigare rapport där vi frågat människor med stor mångfaldsbakgrund deras upplevelser av den svenska arbetsmarknaden. Enligt vår tidigare rapport från Järvaveckan Research i maj 2023 med titeln "**Perspektiv - Arbetsmarknad**", uppgav nästan varannan person av dem som bor i landets 60 utsatta områden att de har upplevt diskriminering på arbetsmarknaden. Av dessa uppgav hela 35% att de har blivit diskriminerade på grund av sin etnicitet. Dessutom angav 25 procent att de blivit diskriminerad på både religiös och etnisk grund.

Dessa två rapporter: **Perspektiv – Arbetsmarknad** och **Perspektiv – näringslivet och mångfald** illustrerar det djupgående problemet med etnisk diskriminering, som sträcker sig långt bortom en enkel preferens för vissa attribut. Detta är frågor som rör hela samhället och som berör individers liv på ett mycket konkret och skadligt sätt.

Det är viktigt att arbeta aktivt med att utbilda och informera arbetsgivare och chefer om de skadliga effekterna av implicita fördomar och diskriminering.

I en tid då människor i ökande grad rör sig över gränser och arbetsmarknaden diversifieras, blir det allt viktigare att vi skapar en arbetsmarknad som är rättvis och öppen för alla, oberoende av utseende och bakgrund. Detta är inte bara en moralisk och laglig skyldighet, det är en nationell angelägenhet för Sverige – för att attrahera globala talanger och vara konkurrenskraftig gentemot andra länder och städer, behöver vi bli skickligare på att inkludera på arbetsmarknaden.

Varje individ som önskar göra rätt för sig och bidra till vårt gemensamma välbefinnande bör få de möjligheter som behövs, och i detta sammanhang ska varken namn, etniskt ursprung, religiös



övertygelse eller kulturell tillhörighet utgöra hinder. Sverige och våra västerländska grannländer representerar endast en liten del av världens befolkning, vilket ytterligare understryker betydelsen av en global synvinkel.

Som en nation behöver vi försäkra oss om att vi fullt ut erkänner och utnyttjar det mänskliga kapitalet i vår mångfaldiga befolkning. Denna breda talangpool har potentialen att ge oss bättre skatteintäkter och välfärd i Sverige och en konkurrensfördel på den globala arenan, men bara om vi kan skapa en arbetsmarknad som är genuint inkluderande och rättvis för alla, oavsett deras namn eller etniska bakgrund.

Att garantera rättvisa och öppna anställningsprocesser är en viktig del av denna ekvation, men det är lika viktigt att vi arbetar på att skapa arbetsplatser som är välkomnande och inkluderande, där alla anställda känner sig värderade och respekterade. På så sätt kan vi locka och behålla de bästa talangerna från hela världen och säkerställa att Sverige förblir en konkurrenskraftig aktör på den globala scenen.

- **Ahmed Abdirahman, vd & grundare, Järvaveckan**

Ditt namn avgör din framtid

Inledning

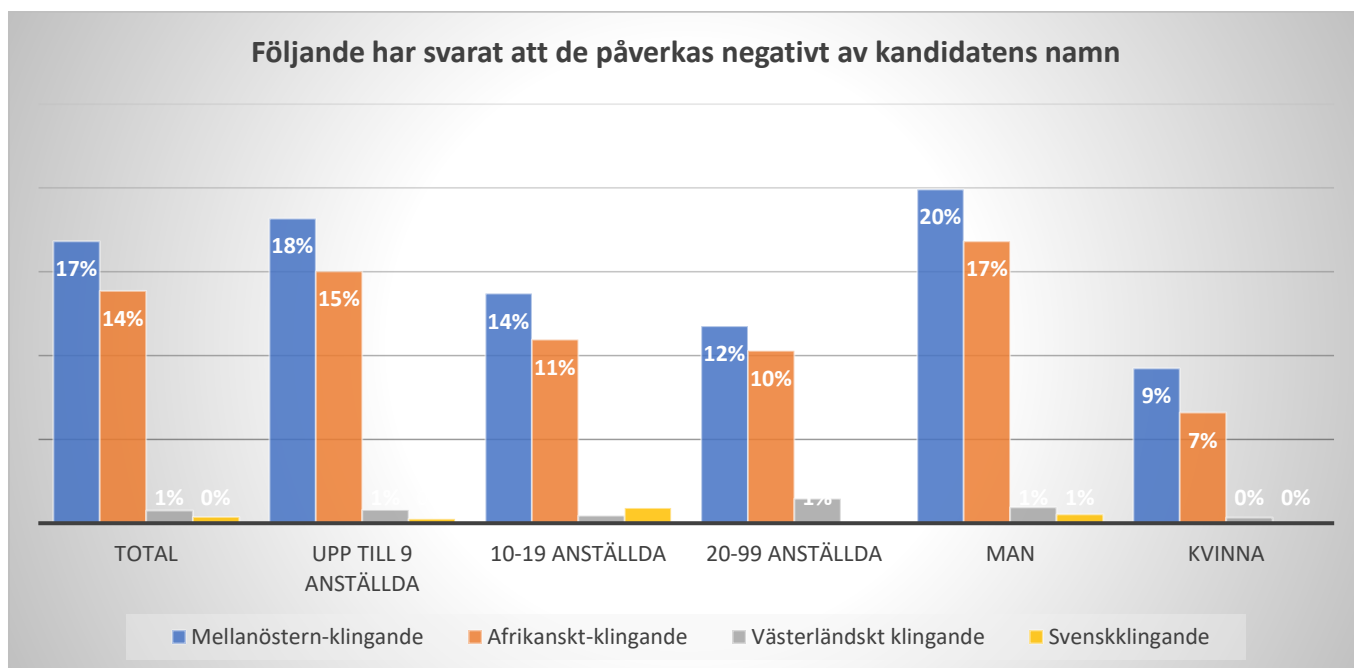
Namnet är ofta det första vi möter när vi lär känna en ny person. Oavsett om vi vill det eller inte, kan namnet påverka våra första intryck och fördomar. I rekryterings-sammanhang kan detta ha allvarliga konsekvenser, eftersom det kan innebära att kvalificerade kandidater inte bedöms rättvist på grund av deras kulturella bakgrund.

Vårt resultat tyder på att namn, särskilt de som har kopplingar till etnicitet, kan ha en betydande påverkan på anställningsbeslut. Det finns skillnader i uppfattning om effekterna av **mellanöstern-, afrikanska-, västerländska-, och svenskklingande namn**. Av företagsledare och chefers tillfrågade, uppgav 17% att de påverkades negativt av mellanöstern-klingande namn och 14% av afrikanskt-klingande namn. Däremot uppgav bara 1% att de påverkades negativt av västerländska namn och ingen uppgav att de påverkades negativt av svenskklingande namn. Dessa siffror visar att det finns en inneboende fördom mot icke-västerländska namn, vilket kan påverka en individs möjligheter på arbetsmarknaden.

Rapporten avslöjar även en betydande andel av företagare som antingen nekar att namn påverkar deras anställningsbeslut eller är osäkra på om det gör det. Detta kan indikera en brist på medvetenhet om egna fördomar, vilket är problematiskt eftersom omedvetna fördomar kan ha en stark inverkan på beslutsprocesser.

Rapporten understryker att även om Sverige är ett av de mest progressiva länderna i världen, finns det fortfarande strukturella och individuella fördomar på arbetsmarknaden som kan påverka personer baserat på deras etnicitet. Dessa resultat pekar på behovet av fortsatta ansträngningar för att öka medvetenheten och utbilda arbetsgivare om effekterna av etnisk diskriminering, och vikten av att arbeta mot en mer inkluderande arbetsmiljö för alla, oavsett deras bakgrund.

Resultat och Analys



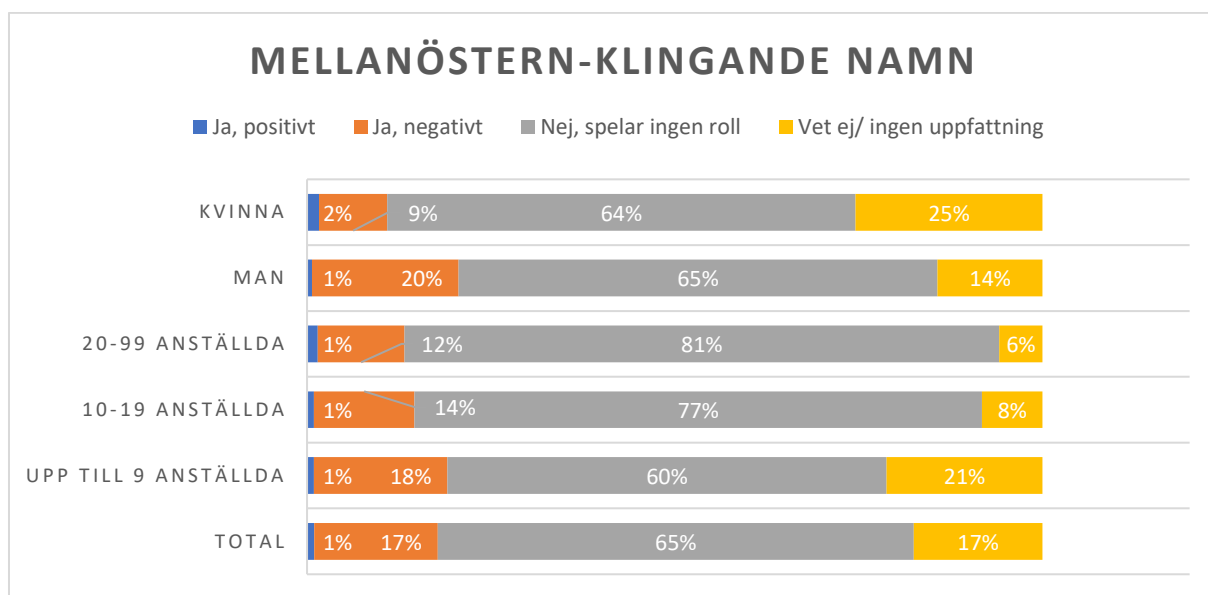
Analysen från rapporten "Järvaveckan Research: Perspektiv - Näringslivet och mångfald" visar vissa skillnader i hur företagare och chefer i Sverige reagerar på namn från olika etniska bakgrunder under anställningsintervjuer. Resultaten av undersökningen baseras på svaren på följande fråga: "**Om och när du träffar kandidater på anställningsintervju, tror du att du påverkas av kandidatens...**"

Vi talar här inte om personens utbildningsnivå, värderingar eller språkkunskaper utan frågan handlar om hur företagsledare och chefer reagerar på personens namn som kvalificerat sig vidare till en intervju.

Mellanöstern-klingande namn

Om och när du träffar kandidater på anställningsintervju, tror du att du påverkas av kandidatens mellanöstern-klingande namn?

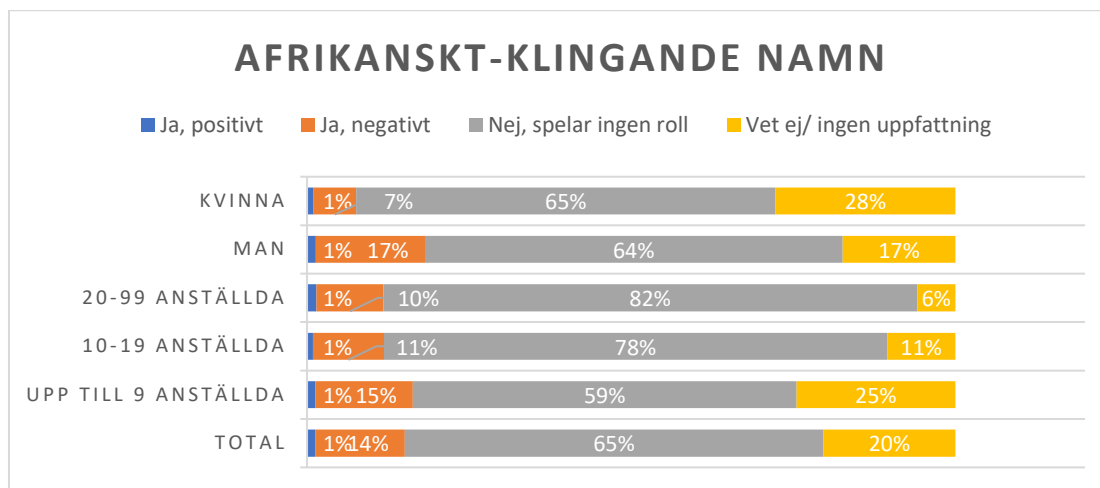
För mellanöstern-klingande namn var det 17% av de totala svarande som ansåg att de påverkas negativt, medan endast 1% upplevde en positiv påverkan. Majoriteten, 65%, uppgav att det inte spelade någon roll, medan 17% angav att de inte visste eller hade någon uppfattning. Män (20%) var mer benägna att rapportera negativ påverkan än kvinnor (9%). Större företag (20–99 anställda) rapporterade mindre negativ påverkan (12%) än mindre företag (upp till 9 anställda: 18%, 10–19 anställda: 14%).



Afrikanskt-klingande namn

Om och när du träffar kandidater på anställningsintervju, tror du att du påverkas av kandidatens afrikanskt-klingande namn?

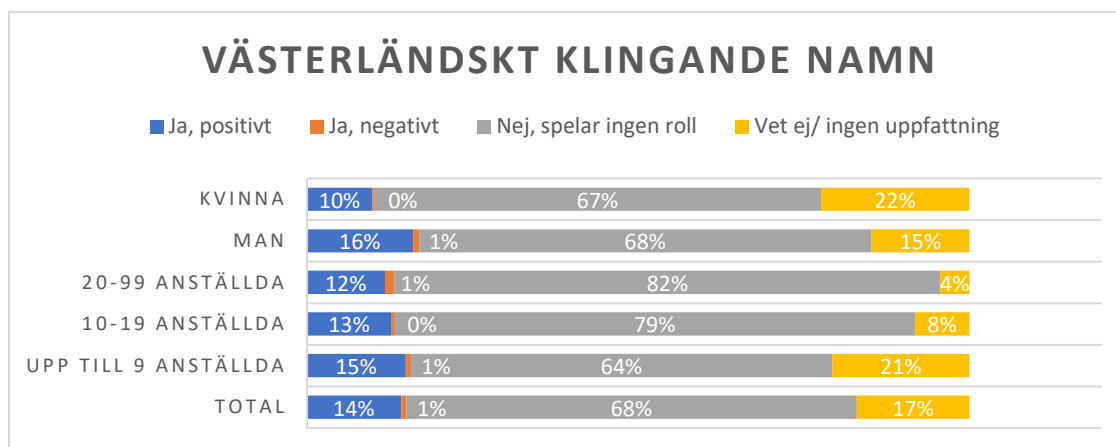
För afrikanskt-klingande namn var andelen negativa svar totalt 14%, medan positiva svar var endast 1%. 65% ansåg att det inte spelade någon roll, medan 20% angav "vet ej/ingen uppfattning". Även här rapporterade män (17%) en högre andel negativ påverkan än kvinnor (7%). Större företag uppvisade mindre negativ påverkan (10–11%) medan minsta företagen angav 15% negativ inverkan.



Västerländskt klingande namn

Om och när du träffar kandidater på anställningsintervju, tror du att du påverkas av kandidatens västerländskt klingande namn?

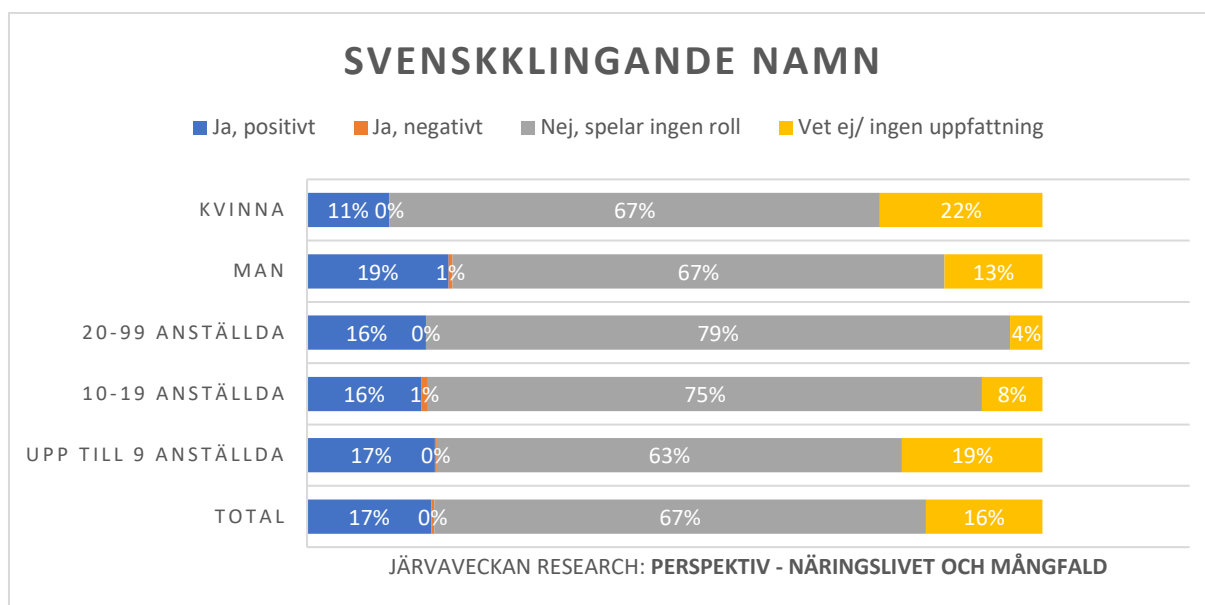
För västerländskt klingande namn uppgav 14% av alla svarande att de påverkas positivt, medan endast 1% rapporterade negativ påverkan. 68% ansåg att det inte spelade någon roll och 17% angav "vet ej/ingen uppfattning". Det fanns en könsskillnad där män (16%) rapporterade högre positiv påverkan än kvinnor (10%). Även bland samtliga företagsstorlek fanns högre positiva svaren – 12 till 15% även om de minsta bolagen svarade i högre grad vet ej/ingen uppfattning.



Svenskklingande namn

Om och när du träffar kandidater på anställningsintervju, tror du att du påverkas av kandidatens svenskklingande namn?

För svenskklingande namn var andelen positiva svar högre, med 17% totalt. Inga svarande rapporterade negativ påverkan utifrån total svarande. 67% ansåg att det inte spelade någon roll, medan 16% angav "vet ej/ingen uppfattning". Även här var det en könsskillnad, där män (19%) rapporterade högre positiv påverkan än kvinnor (11%). Samtliga företagsstorlekar svarade positivt (16–17 procent). Dock fanns högre "vet ej/ingen uppfattning" bland den minsta företagsstorleken.



Resultaten tyder på att det finns en inneboende bias i anställningsprocessen, där mellanöstern- och afrikanskt-klingande namn ses mer negativt och västerländska och svenskklingande namn ses mer positivt. Detta mönster framträder trots att en majoritet av företagsledarna och chefer rapporterar att namnet inte spelar någon roll.

Generellt sett verkar det som att en större andel av de tillfrågade företagsledarna och cheferna är neutrala till namn oavsett ursprung. Samtidigt är det värt att notera att det finns en märkbar mängd osäkerhet där respondenterna inte var säkra eller inte hade någon uppfattning.

Detta kan indikera att trots en generell neutral inställning finns det fortfarande fördomar när det kommer till namn som kan associeras med specifika etniska grupper. Detta blir särskilt tydligt när man jämför hur svenskklingande och västerländska namn upplevs jämfört med afrikanska eller mellanöstern-klingande namn.

Denna analys understryker betydelsen av att fortsätta arbeta för att minska diskriminering och fördomar på arbetsmarknaden och att uppmuntra en ökad mångfald och inkludering i alla typer av företag och organisationer.

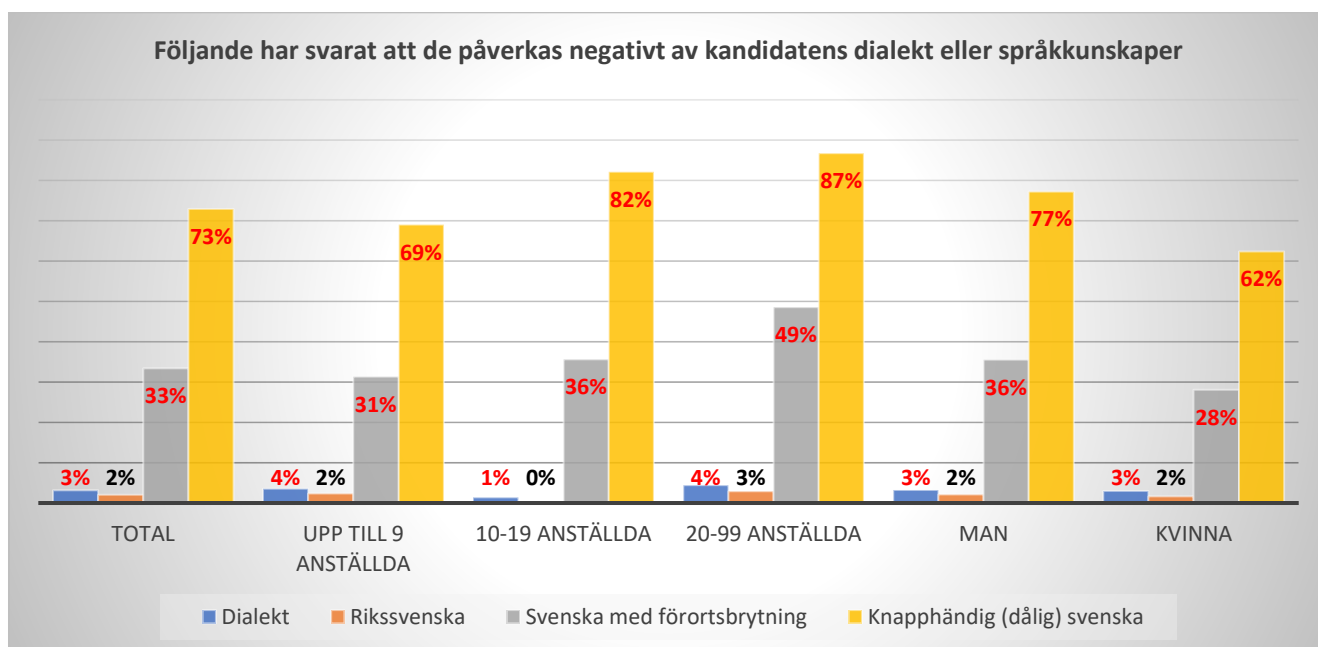
Asiatiskt klingande namn: vi är medvetna om att namn med asiatisk klang inte inkluderades i denna fråga. Vi har lyckats fånga upp gruppen i andra frågor i rapporten, som till exempel "Vilken betydelse har det för dig om du bor nära någon som är... Asiatisk", men av någon anledning föll frågan om namn och etnicitet i intervjusammanhanget bort. Vi beklagar detta. Nästa år kommer vi att säkerställa vi inkluderar denna viktiga demografiska grupp, som utgör en växande del av världens talangreservoar och befolkning.

Dialekt & språkkunskaper

I den här delen av undersökningen frågades om och hur företagsledare påverkas av kandidaters sätt att tala svenska under anställningsintervjuer. Fyra huvudsakliga kategorier diskuteras: **dialekt, rikssvenska, svenska med förortsbrytning (som är en typ av svensk dialekt), och knapphändig (dålig) svenska**. Varje kategori ger en unik inblick i hur språk och svenska dialekter kan påverka rekryteringsprocessen. Det är viktigt att förstå att språket är en viktig del av vår identitet och vår sociala inramning. Det kan vara en indikator på en individs sociala, geografiska eller kulturella bakgrund. Samtidigt, som vi kommer att se, kan det också ge upphov till potentiella snedvridningar i anställningsprocessen.

Resultat

Vårt resultat visar en tydlig trend: företagsledare påverkas negativt av en kandidats dialekt eller språkkompetens under anställningsintervjuer.



För dialekter rapporterade totalt 3% av respondenterna att de påverkas negativt. Företag med upp till 9 anställda och företag med 20–99 anställda rapporterade liknande siffror, med 4% för båda grupperna. Både män och kvinnor rapporterade en negativ inverkan på 3%.

När det gällde rikssvenska var siffrorna ännu lägre. Endast 2% av alla respondenter rapporterade att de påverkas negativt. För företag med upp till 9 anställda och företag med 20–99 anställda var siffrorna samma, 2% respektive 3%. Både män och kvinnor rapporterade en negativ påverkan på 2%.

Dock blev resultaten mer anmärkningsvärda när det gällde svenska med förortsbrytning och knapphändig (dålig) svenska. Totalt 33% av respondenterna rapporterade att de påverkas negativt av svenska med förortsbrytning. Denna siffra var något lägre för mindre företag (31%) men ökade betydligt för större företag (49%). Män rapporterade högre påverkan (36%) jämfört med kvinnor (28%).

För knapphändig (dålig) svenska var siffrorna ännu mer slående. En överväldigande majoritet på 73% av alla respondenter rapporterade att de påverkas negativt. Bland mindre företag (upp till 9 anställda)

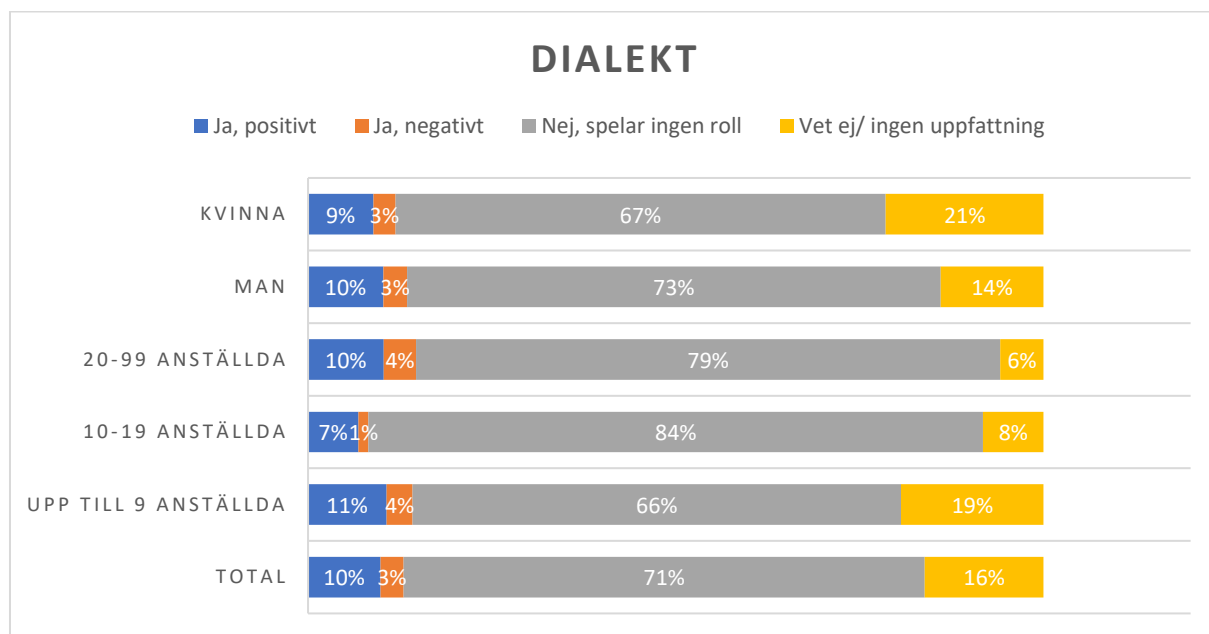
rapporterade 69% en negativ inverkan, medan denna siffra sköt i höjden till 87% för större företag (20–99 anställda). Män rapporterade en högre påverkan (77%) jämfört med kvinnor (62%).

Det är mycket oroande att så många företagsledare och chefer rapporterar en negativ inverkan baserad på denna aspekt av en kandidats bakgrund. I fallet av "svenska med förortsbrytning" talar inte om svenska kunskaper utan en form av svensk dialekt. Den höga frekvensen av negativa svar gällande "Svenska med förortsbrytning" kan tolkas som en reflektion av de strukturella och institutionella snedvridningar som finns inom arbetsmarknaden och samhället i stort. Förortsbrytning associeras oftast med etnisk bakgrund och oftast icke-västerländsk bakgrund. Detta pekar på ett behov av ett mer inkluderande och icke-diskriminerande anställningspraxis, som inte enbart baseras på kandidatens modersmål eller dialekt, utan snarare på deras färdigheter, erfarenheter och potential.

För att främja integration och social rörlighet är det avgörande att arbetsgivare, utbildningsinstitutioner och politiska beslutsfattare fokuserar på att motverka diskriminering, förbättra tillgången till kvalitetsutbildning och skapa fler ekonomiska möjligheter för individer i utsatta områden och med utomeuropeisk bakgrund. Utan dessa insatser riskerar vi att fortsätta och förstärka ett tvådelat samhälle, där ursprung och bostadsort hindrar individers förmåga att helt utnyttja sina förmågor och ambitioner.

Dialekt

Om och när du träffar kandidater på anställningsintervju, tror du att du påverkas av kandidatens dialekt?



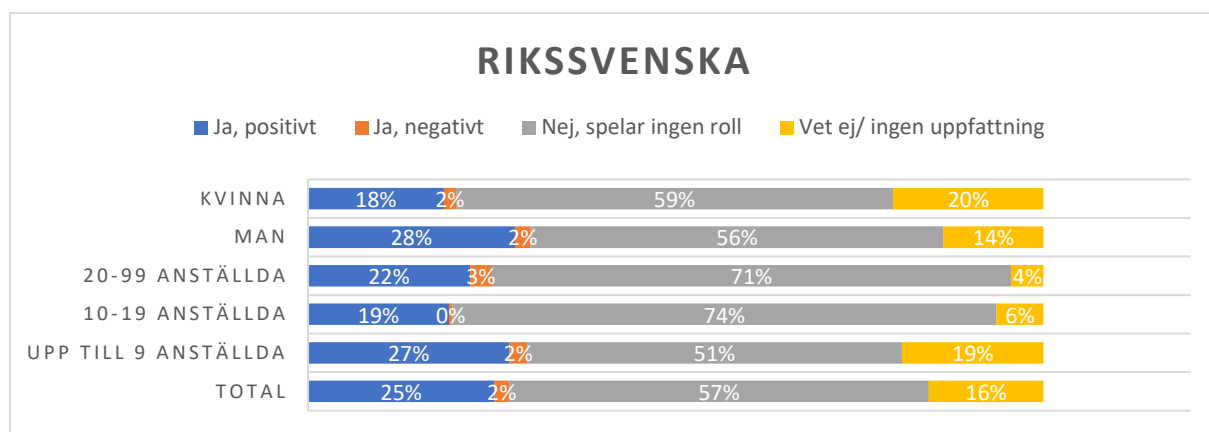
Totalt sett rapporterade endast en mindre andel av företagsledarna (3%) att en kandidats dialekt påverkade deras anställningsbeslut negativt, medan en större andel (10%) upplevde att dialekten hade en positiv påverkan. Majoriteten (71%) ansåg att dialekten inte påverkade deras beslut alls. Dock fanns det en betydande osäkerhet kring denna fråga, med 16% som uttryckte ingen uppfattning.

När vi tittar på företagsstorlek verkar företag med 10-19 anställda vara mest neutrala mot dialekt, med 84% som sa att det inte påverkade deras anställningsbeslut. Å andra sidan visade de minsta företagen, med upp till 9 anställda, störst osäkerhet med 19% som inte kunde bilda en uppfattning.

Beträffande kön, rapporterade män och kvinnor lika sannolikt en negativ påverkan av dialekt (3% för båda). Men det fanns en markant skillnad i osäkerhet, med 21% av kvinnorna som uttryckte ingen uppfattning, jämfört med 14% av männen.

Rikssvenska

Om och när du träffar kandidater på anställningsintervju, tror du att du påverkas av kandidatens rikssvenska?



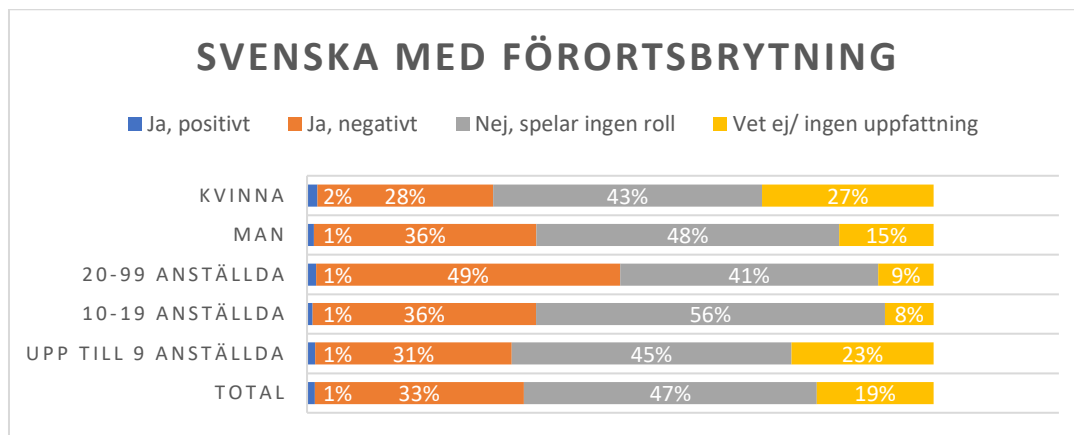
Över lag ansåg företagsledarna att rikssvenska hade en positiv inverkan på anställningsbeslut, med 25% som rapporterade en positiv påverkan och endast 2% en negativ. Trots detta ansåg mer än hälften (57%) att rikssvenska inte påverkade deras beslut, medan 16% var osäkra.

Företag med 10–19 anställda var mest neutrala mot rikssvenska, med 74% som sa att det inte påverkade deras anställningsbeslut. De minsta företagen visade störst osäkerhet med 19% som inte kunde bilda en uppfattning.

När det gäller kön, såg en större andel män än kvinnor rikssvenska som en positiv faktor (28% jämfört med 18%). Dock uttryckte fler kvinnor osäkerhet, med 20% som inte kunde bilda en uppfattning, jämfört med 14% av männen.

Svenska med förortsbrytning

Om och när du träffar kandidater på anställningsintervju, tror du att du påverkas av kandidatens svenska med förortsbrytning?



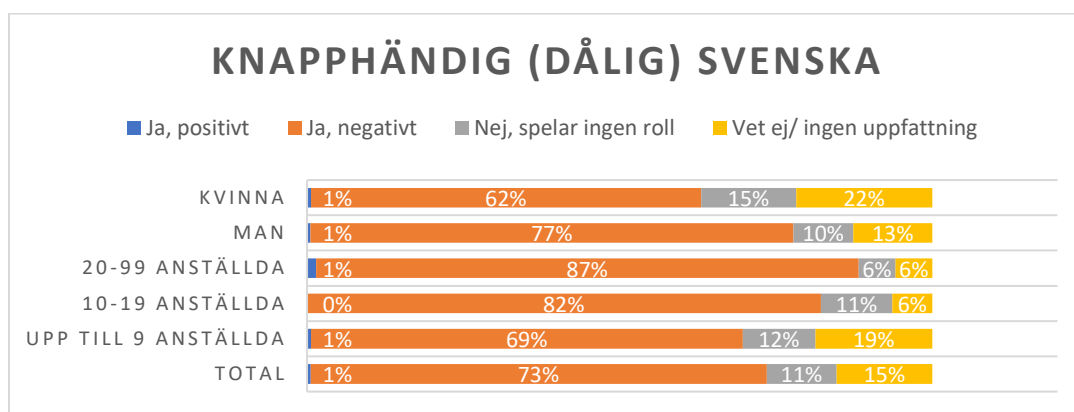
Totalt sett rapporterade en betydande andel av företagsledarna, 33%, att de påverkades negativt av svenska med förortsbrytning. Det var mycket få, endast 1%, som såg det som en positiv faktor. Nästan hälften, 47%, ansåg att det inte spelade någon roll, och 19% uttryckte osäkerhet.

För företag med 20–99 anställda var negativiteten mot förortsbrytning mest framträdande, med 49% som rapporterade en negativ inverkan. De minsta företagen (upp till 9 anställda) visade den största osäkerheten, med 23% som svarade "vet ej/ingen uppfattning".

Bland könen var män mer benägna att se förortsbrytning negativt (36%) jämfört med kvinnor (28%). Men återigen uttryckte kvinnorna mer osäkerhet, med 27% jämfört med 15% hos männen.

Knapphändig (dålig) svenska

Om och när du träffar kandidater på anställningsintervju, tror du att du påverkas av kandidatens knapphändig (dålig) svenska?



När det kommer till effekten av en kandidats knapphändiga svenska under en anställningsintervju, är det tydligt att det har en överväldigande negativ inverkan på företagsledares uppfattning. Totalt sett uppgav 73% av företagsledarna att de påverkas negativt, medan en försvinnande liten procentandel, endast 1%, angav en positiv inverkan. Endast 11% ansåg att det inte spelade någon roll, medan 15% uttryckte osäkerhet.

I den här frågan är det språkkunskaper som gäller. Kandidaten i fråga har i övrigt rätt kvalifikationer eftersom kandidaten kvalificerad sig till en intervju. Frågan är ställd som "när du träffar kandidater på anställningsintervju."

Vid analys av företagsstorlek, står det klart att större företag, särskilt de med 20–99 anställda, var mest benägna att se knapphändig svenska negativt, med 87% som rapporterade en negativ inverkan. Dessa större företag uttryckte också minst osäkerhet, med bara 6% som angav "vet ej/ingen uppfattning". De minsta företagen (upp till 9 anställda), å andra sidan, var något mindre negativa, med 69% som rapporterade en negativ inverkan, men uttryckte också mer osäkerhet (19%).

Beträffande kön fanns det märkbara skillnader. Män var mer benägna att se knapphändig svenska negativt, med 77% jämfört med 62% hos kvinnor. Kvinnor var å andra sidan mer benägna att uttrycka osäkerhet, med 22% jämfört med 13% hos männen, och också mer benägna att se det som neutralt, med 15% jämfört med 10% hos männen.

Analys

Ett viktigt sammanhang som inte får förbises när vi analyserar denna data är den socioekonomiska situationen i Sverige, särskilt i så kallade utsatta områden. Enligt en tidigare rapport från Järvaveckan Research (2019), bor var 18:e person i Sverige i ett utsatt område. Många av dessa invånare är unga (två av tre är under 45 år) och har utländsk bakgrund.

Det är tydligt att boendesituationen i dessa områden inte alltid är ett val, utan snarare ett resultat av olika push- och pull-faktorer. Dessa inkluderar tillgången till hyresrätter, vilka är mer talrika i dessa områden, samt ekonomiska begränsningar. Även om vissa individer kan söka sig till dessa områden för att hitta en kulturell, språklig eller social gemenskap, är ekonomiska faktorer bland de största drivkrafterna bakom varför människor bor där de gör.

I en annan rapport från Järvaveckan Research (2021) framhävs även att runt hälften av de som bor i utsatta områden vill flytta, främst på grund av kriminalitet, men inte har råd att göra det. Detta understryker den ekonomiska och sociala segregationen som finns i Sverige.

Språkets makt

I ljuset av detta sammanhang är förortssvenskan ett resultat av de socioekonomiska förhållandena i Sverige, snarare än ett val av de boende. Med andra ord, eftersom många personer med svensk bakgrund inte bor i dessa områden, blir förortssvenskan ett naturligt resultat av de boendes språkliga interaktioner. I dessa områden bor få med svensk bakgrund och som talar svenska som modersmål. Skolsegregationen är påtaglig.

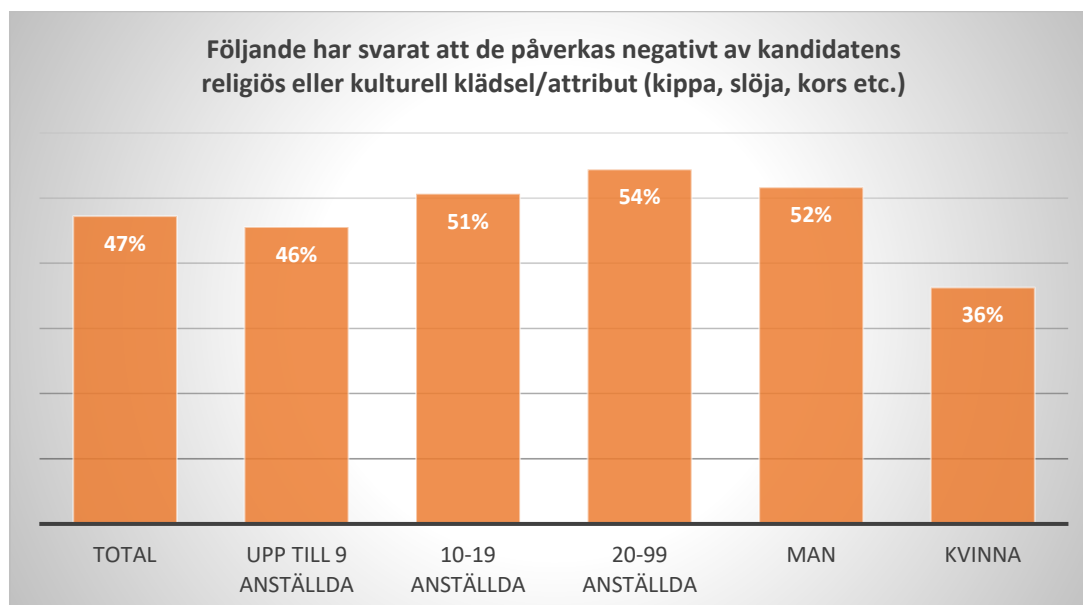
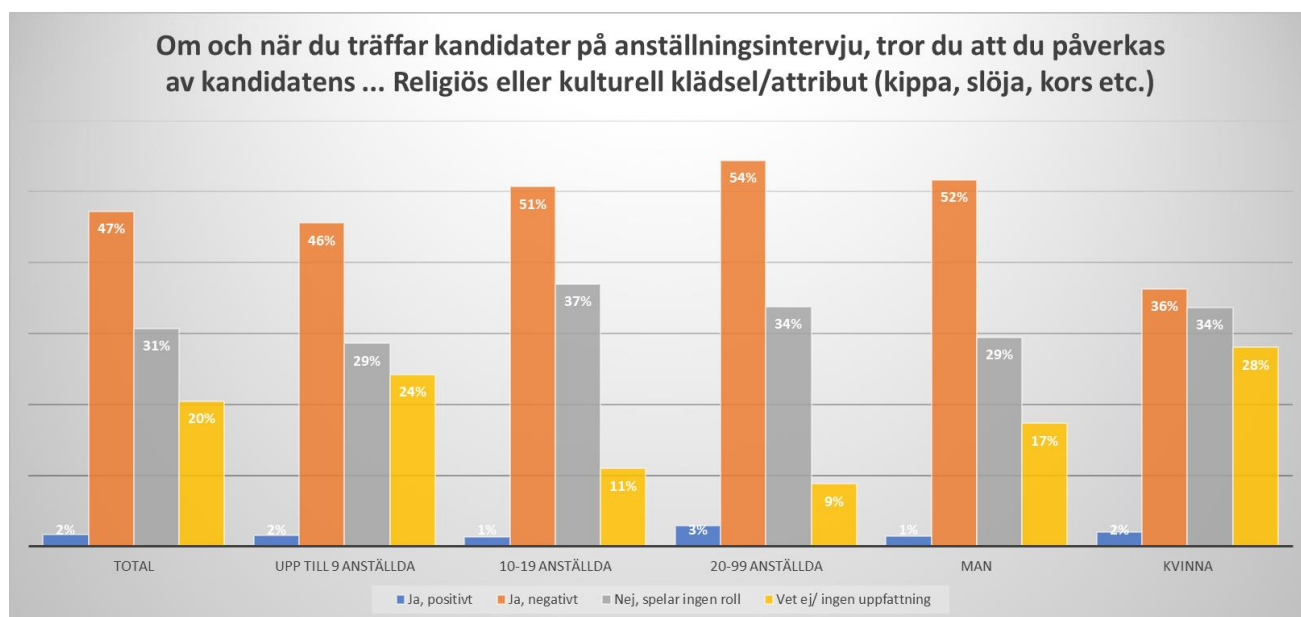
När vi återvänder till resultaten från vår undersökning kan vi se att 33% av de tillfrågade företagen rapporterade att en kandidats "svenska med förortsbrytning" hade en negativ påverkan på anställningsintervjun. Denna negativa effekt var mer uttalad i större företag (49% för 20–99 anställda) jämfört med mindre företag (31%). Det är mycket oroande att så många företagsledare och chefer rapporterar en negativ inverkan baserad på denna aspekt av en kandidats bakgrund.

Detta utgör ett hinder för individer främst med utomeuropeisk bakgrund, från utsatta områden och andra förorter med stor etniskmångfald att komma in på arbetsmarknaden och bryta sig loss från ekonomiska och sociala begränsningar. Det förlänger också utanförskapet för dessa individer och deras framtida barn, och förstärker de socioekonomiska skillnaderna i samhället.

Kan vi då konkludera att dessa företagsledares inställning till förtortssvenska är diskriminerande? Och om så är fallet, vad kan göras för att rätta till detta? När vi funderar på dessa frågor bör vi tänka på vilken roll arbetsgivare spelar i att forma samhället och vilket ansvar de har för att bygga ett mer inkluderande och rättvist samhälle.

Religiös eller kulturell klädsel/attribut

Om och när du träffar kandidater på anställningsintervju, tror du att du påverkas av kandidatens ...
Religiös eller kulturell klädsel/attribut (kippa, slöja, kors etc.)



I denna del av undersökningen framgår det tydligt att 47% av de tillfrågade företagsledarna ansåg att de påverkades negativt om den arbetssökande bär religiösa/kulturellt attribut eller kläder, exempelvis kors, kippa eller slöja till intervjun. Endast 2% såg detta som något positivt och 31% ansåg att det inte spelade någon roll.

En djupare analys av siffrorna visar att det finns tydliga skillnader mellan olika grupper av företagsledare. Ledare för medelstora företag med fler än tio anställda var något mer negativt inställda till religiösa attribut (51–54%) jämfört med de på mindre företag (46%). Manliga företagsledare var också mer negativt inställda än kvinnliga, med 52% mot 36%.

Resultatet är chockerande och oroväckande eftersom respondenterna i denna undersökning inte är genomsnittliga svenskar, utan företagsledare och chefer som har stor makt och inflytande över arbetsmarknaden och integrationen. Den här inställningen kan försvåra för många människor att hitta jobb, trots att de är fullt kvalificerade.

Den här rapporten belyser också en paradox i svensk integrationspolitik. Å ena sidan hävdar många politiker att arbete är nyckeln till framgångsrik integration. Å andra sidan visar resultaten från denna undersökning att nästan hälften av cheferna har fördomar som kan försvåra denna integration. Detta är ett problem som vi behöver ta på allvar.

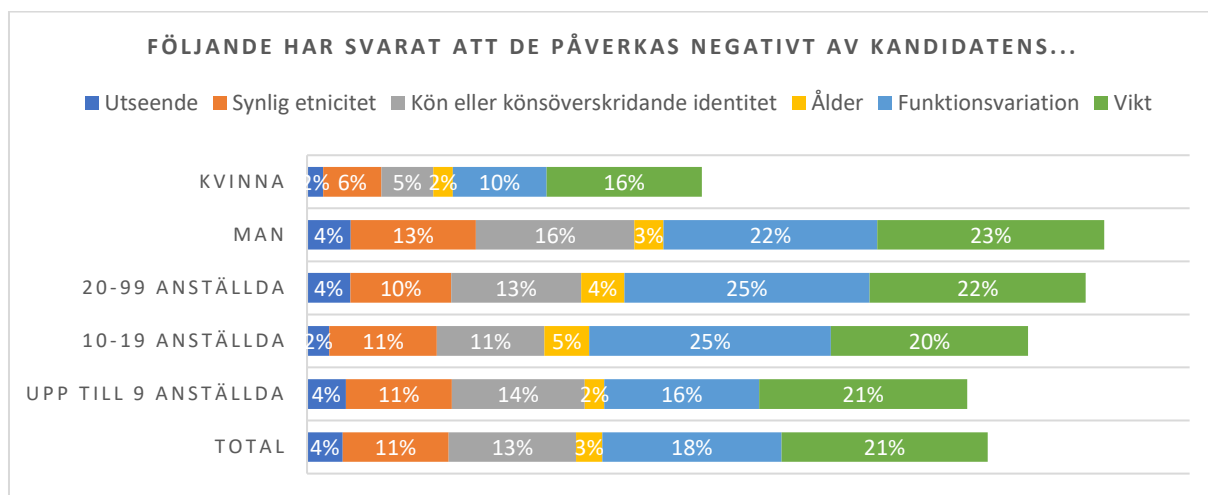
Undersökningen bekräftar Järvaveckan Research tidigare genomförda rapport i år, **Järvaveckan Research: Perspektiv – Arbetsmarknad**. Där uppger nästan hälften av de tillfrågade boende i Sveriges 60 så kallade utsatta områden att de upplevt diskriminering i arbetet på grund av etnicitet eller/och religion. Den här undersökningen bekräftar att det inte bara handlar om en magkänsla. Många känner en knut i magen när de ska söka jobb och nu visar det sig att den knuten är befogad.

Denna undersökning ställde inte några frågor om utbildningsnivå eller värderingar. En del efterlyser anonymiserade ansökningar utan namn, adress och bild. Men i slutändan måste kandidaten komma på intervju. Har du slöja så möter du den här typen av fördomar då. Det är inte lika vanligt att bärande av kors eller kippa ger lika stark reaktion.

Utseende, kön, ålder, vikt och funktionsvariation

Inledning

I den här delen av undersökningen tittar vi på viktiga aspekter som kan påverka arbetsgivares bedömning av kandidater under anställningsintervjuer. Sex distinkta kategorier har undersökts: utseende, synlig etnicitet, kön eller könsöverskridande identitet, ålder, funktionsvariation och vikt.

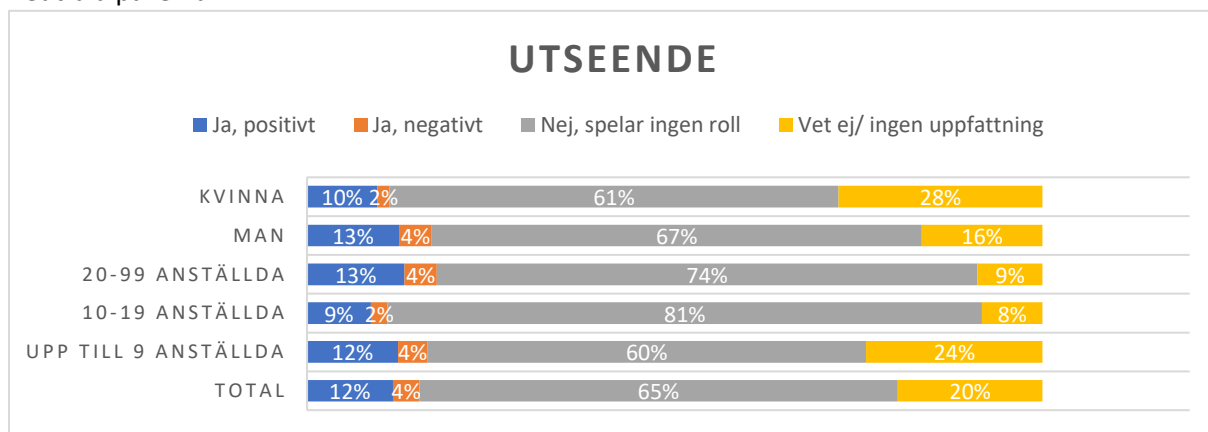


Utseende

Om och när du träffar kandidater på anställningsintervju, tror du att du påverkas av kandidatens utseende?

Beträffande hur kandidatens utseende påverkar företagsledare under anställningsintervjuer, verkar det som att de flesta är likgiltiga, med 65% totalt som hävdar att det inte spelar någon roll. Det är dock viktigt att notera att 12% rapporterar en positiv påverkan, medan 4% rapporterar en negativ. Osäkerheten är också hög i denna fråga, med 20% som uttrycker att de inte har någon uppfattning.

När det kommer till företagsstorlek är större företag (20–99 anställda) minst benägna att låta utseendet påverka deras beslut, med 74% som säger att det inte spelar någon roll. För de minsta företagen är denna siffra något lägre, med 60%. Kvinnor uttryckte högre osäkerhet, med 28% jämfört med 16% hos män, men båda könen rapporterade liknande procentandelar för positiva, negativa och neutrala påverkan.

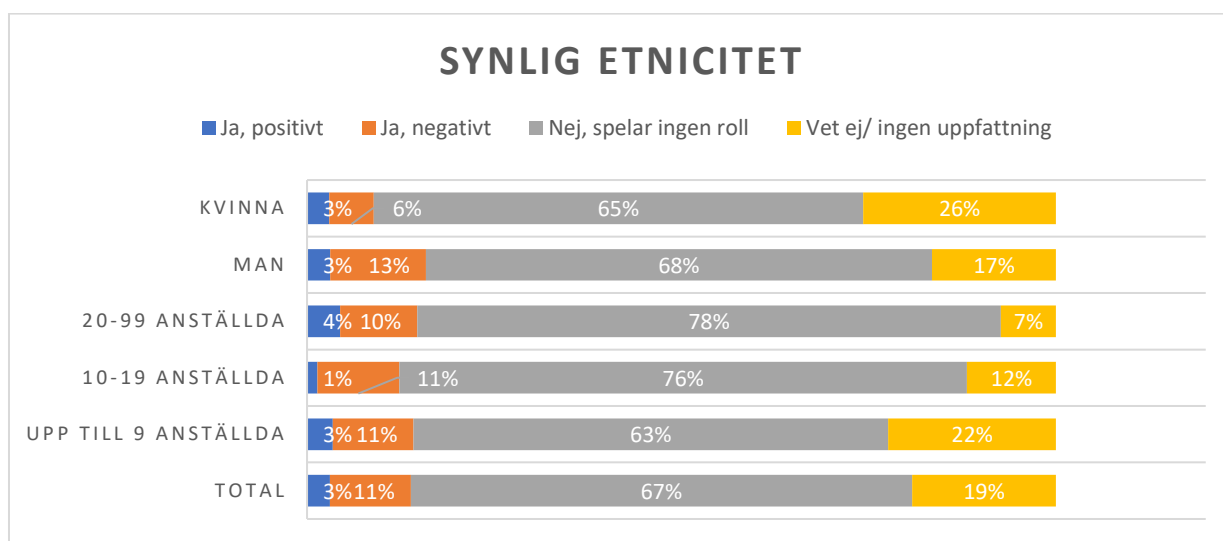


Synlig etnicitet

Om och när du träffar kandidater på anställningsintervju, tror du att du påverkas av kandidaten har synlig etnicitet?

För synlig etnicitet är resultaten liknande, med en majoritet (67%) som säger att det inte spelar någon roll. Emellertid rapporterar 11% en negativ påverkan, medan endast 3% ser det som positivt. Större företag tenderar återigen att vara minst påverkade, med 78% som rapporterar att det inte spelar någon roll.

Män rapporterade en högre frekvens av negativ påverkan (13%) jämfört med kvinnor (6%), och kvinnor var mer osäkra, med 26% som svarade "vet ej/ingen uppfattning" jämfört med 17% av männen.

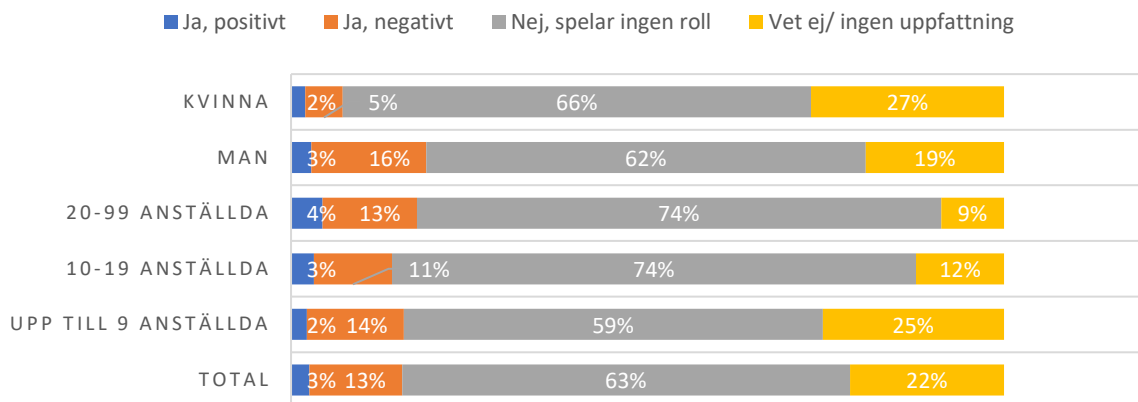


Kön eller könsöverskridande identitet

Om och när du träffar kandidater på anställningsintervju, tror du att du påverkas av kandidatens kön eller könsöverskridande identitet?

När det gäller kön eller könsöverskridande identitet, rapporterade 63% att det inte spelar någon roll. Emellertid noterades en större negativ påverkan, med 13% som rapporterade detta. Företag med 10–19 anställda var mindre benägna att påverkas negativt (11%), medan män rapporterade en högre frekvens av negativ påverkan (16%) jämfört med kvinnor (5%).

KÖN ELLER KÖNSÖVERSKRIDANDE IDENTITET

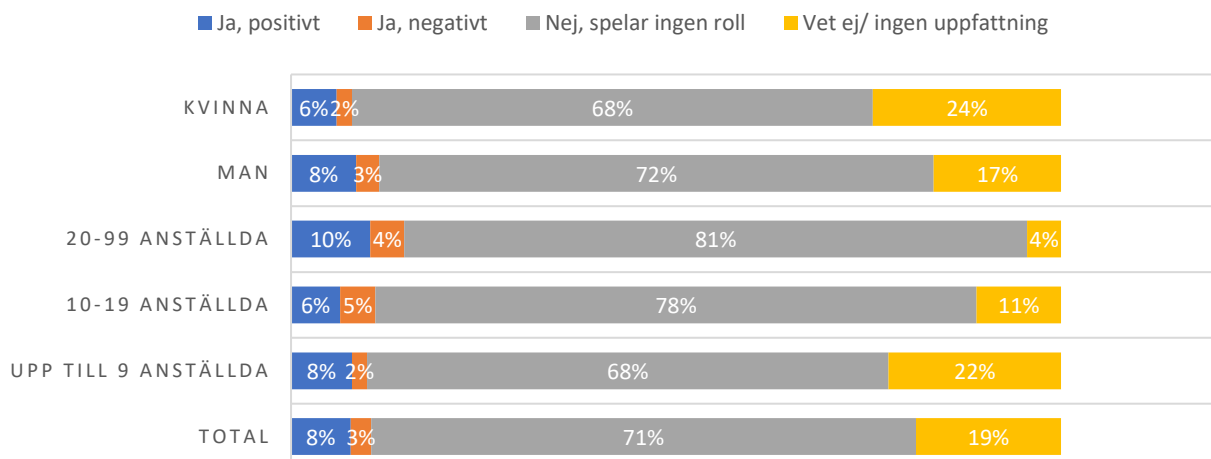


Ålder

Om och när du träffar kandidater på anställningsintervju, tror du att du påverkas av kandidatens ålder?

Ålder påverkade inte de flesta företagsledare, med 71% som rapporterade att det inte spelar någon roll. Endast 3% rapporterade en negativ påverkan och 8% en positiv. Större företag (20–99 anställda) var minst påverkade av ålder, med 81% som rapporterade att det inte spelar någon roll.

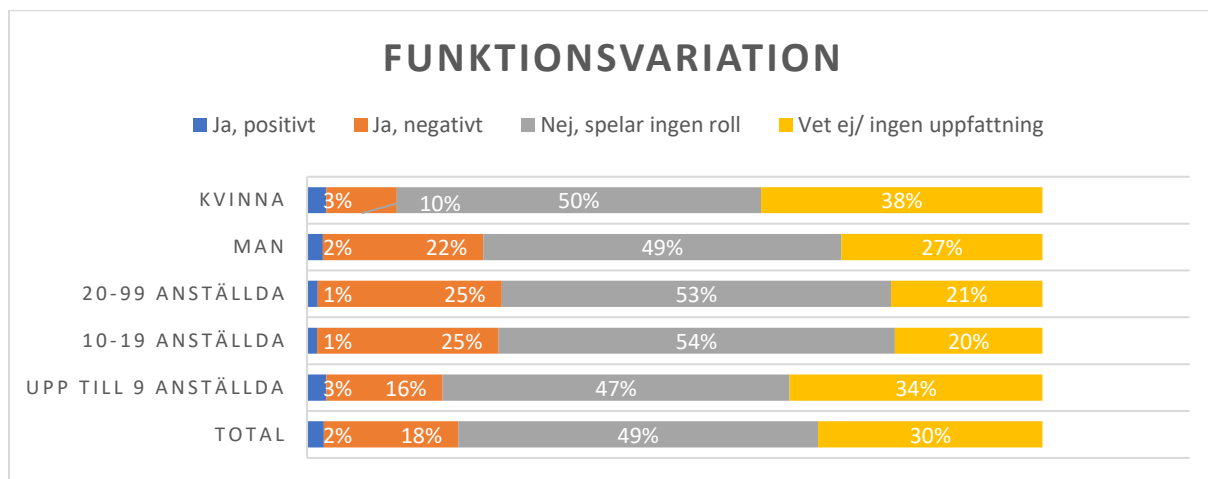
ÅLDER



Funktionsvariation

Om och när du träffar kandidater på anställningsintervju, tror du att du påverkas av kandidatens funktionsvariation?

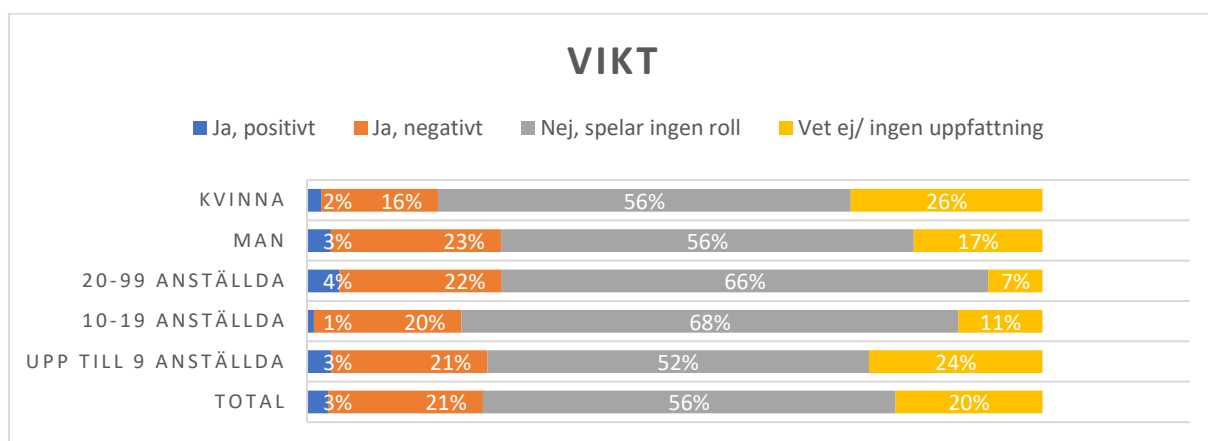
Funktionsvariation påverkade en betydande del av företagsledare, med 18% som rapporterade en negativ påverkan. Trots detta hävdade 49% att det inte spelar någon roll. Större företag var mer benägna att rapportera en negativ inverkan (25%) jämfört med de mindre (16%) likaså män (22%) jämfört med kvinnor (10%).



Vikt

Om och när du träffar kandidater på anställningsintervju, tror du att du påverkas av kandidatens vikt?

Vikt påverkade en betydande del av företagsledare, med 21% som rapporterade en negativ inverkan, och majoriteten (56%) rapporterade att det inte spelar någon roll. Män rapporterade en något högre frekvens av negativ påverkan (23%) jämfört med kvinnor (16%). Både företag upp till 9 anställda och företag med 20–99 anställda svarade 21 respektive 22% negativ inverkan.



Kommentarer

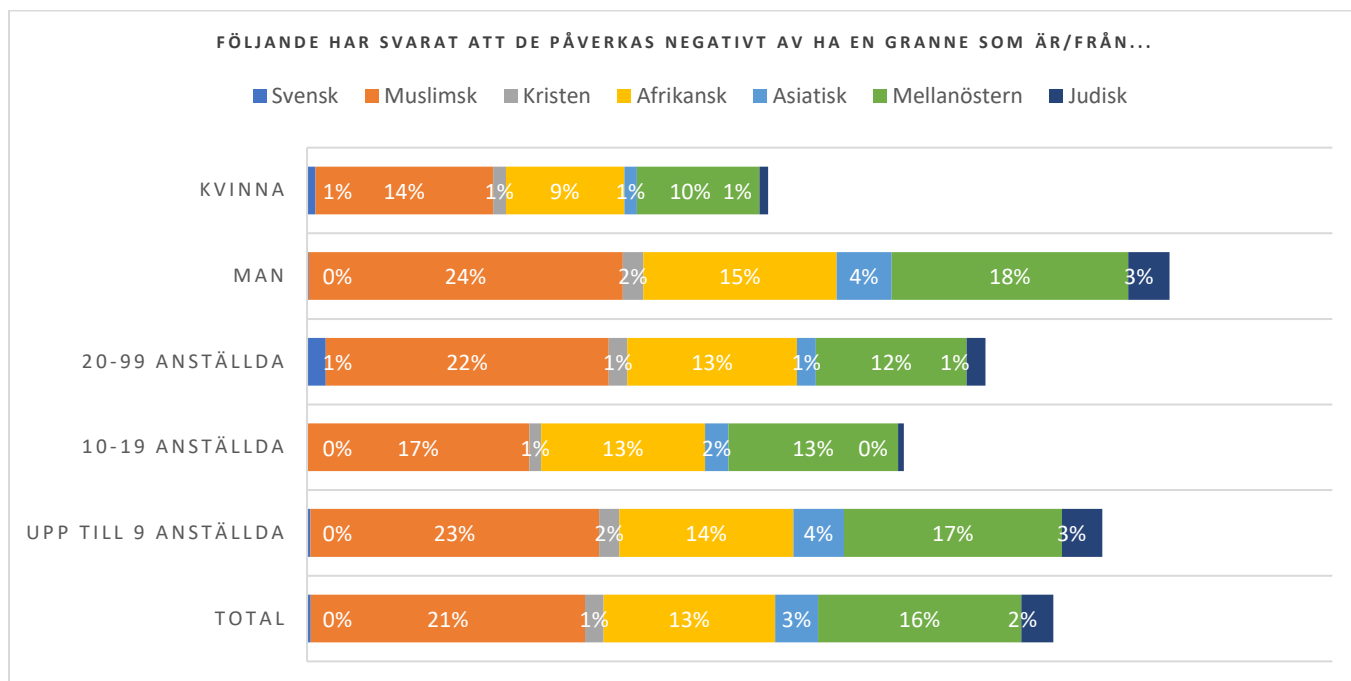
Resultaten från undersökningen avslöjar flera intressanta insikter om företagsledares attityder mot potentiella anställda och de faktorer som kan påverka deras anställningsbeslut.

När vi jämför resultaten mellan olika kategorier, ser vi att vikt och funktionsvariation var de mest framträdande faktorerna för negativ påverkan. Detta är bekymmersamt och tyder på att mer behöver göras för att bekämpa diskriminering baserad på dessa faktorer.

Det är också viktigt att notera att även om majoriteten av respondenterna rapporterade att dessa faktorer inte spelar någon roll vid anställningsintervjun, var det fortfarande en betydande minoritet som rapporterade att de påverkas, antingen positivt eller negativt. Detta indikerar att det fortfarande finns plats för fördomar att spela in i anställningsprocessen.

Det är också notabelt att män var mer benägna än kvinnor att rapportera att de påverkas av faktorer som utseende, synlig etnicitet, kön och vikt. Detta tyder på att kön kan spela en roll i hur fördomar och stereotyper påverkar anställningsbeslut.

Spelar det roll för dig om du bor granne med en person som är...



Denna del av rapporten analyseras respondenternas olika reaktioner på idén om att bo bredvid en granne av olika nationaliteter eller religiösa grupper. Nedan följer en närmare granskning av resultaten av de som svarat negativ påverkan.

Svensk: Det verkar som att nästan ingen (0–1%) sa att de skulle påverkas negativt av att bo granne med en svensk person. Detta var konsekvent över alla företagsstorlekar och mellan både män och kvinnor.

Muslimsk: Detta var kategorin med högst andel negativa svar, med 21% totalt. Andelen var högre bland män (24%) jämfört med kvinnor (14%), samt högre bland företag med upp till 9 anställda (23%) och 20–99 anställda (22%) jämfört med de med 10-19 anställda (17%).

Kristen: Endast 1–2% av respondenter sa att de skulle påverkas negativt av att bo granne med en kristen person. Andelen var något högre bland män (2%) och företag med upp till 9 anställda (2%).

Afrikansk: 13% av respondenterna sa att de skulle påverkas negativt av att bo granne med en person från Afrika. Det fanns en liten skillnad mellan män (15%) och kvinnor (9%), och inga större skillnader över företagsstorlekar.

Asiatisk: Endast 3–4% av respondenterna sa att de skulle påverkas negativt av att bo granne med en asiatisk person. Andelen var något högre bland män (4%) och företag med upp till 9 anställda (4%).

Från Mellanöstern: Totalt sett svarade 16% att de skulle påverkas negativt av att bo granne med en person från Mellanöstern. Andelen var högre bland män (18%) jämfört

med kvinnor (10%), samt högre bland företag med upp till 9 anställda (17%) jämfört med de med 10–19 anställda (13%).

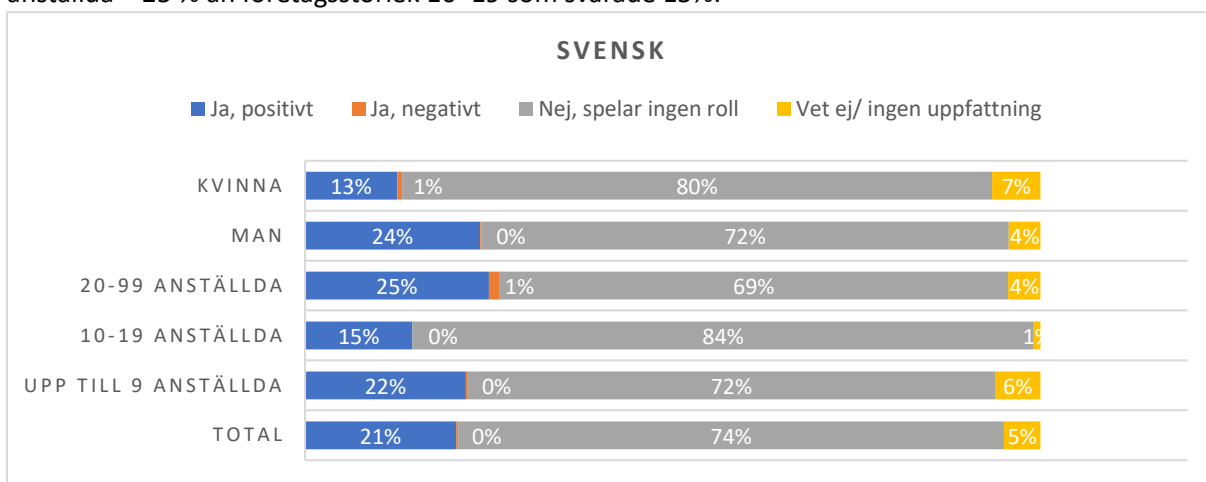
Judisk: Endast 2–3% av respondenterna sa att de skulle påverkas negativt av att bo granne med en judisk person. Andelen var något högre bland män (3%) och företag med upp till 9 anställda (3%).

Sammantaget verkar det finnas vissa etniciteter och religioner som företagsledare i större utsträckning sa att de skulle påverkas negativt av att bo granne med, specifikt muslimer och personer från Afrika eller Mellanöstern.

Svensk

Spelar det någon roll för dig om du bor granne med en person som är...svensk?

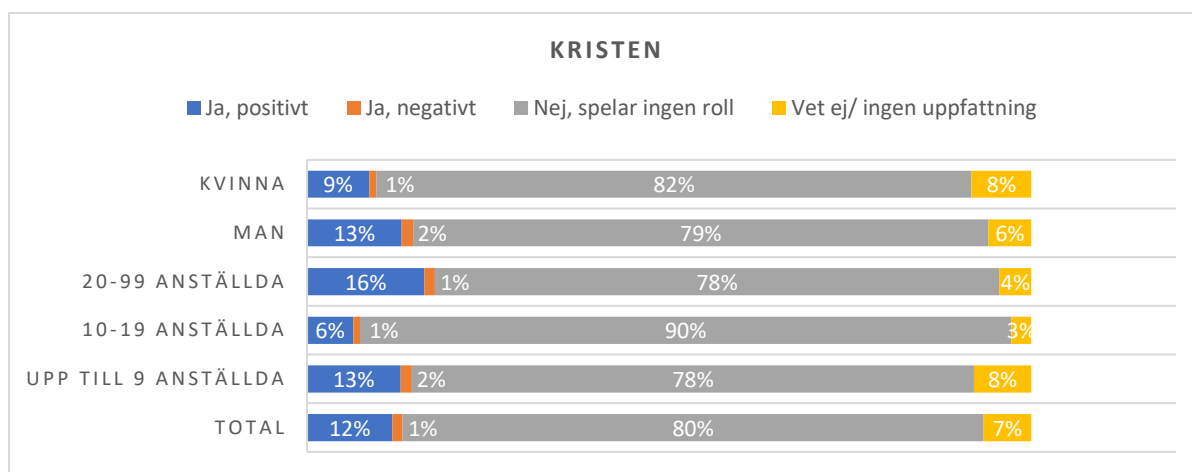
Generellt sett uttryckte 0% av de tillfrågade en negativ syn på att bo granne med en svensk. Vidare visste 5% inte eller hade ingen uppfattning, och en majoritet på 74% hade en neutral inställning. Män visade en högre positiv syn (24%) jämfört med kvinnor (13%), medan kvinnor var mer neutrala (80% jämfört med 72% för män). Positiv påverkan var mer uttalad bland de största företagen: 20–99 anställda – 25 % än företagsstorlek 10–19 som svarade 15%.



Kristen

Spelar det någon roll för dig om du bor granne med en person som är... kristen?

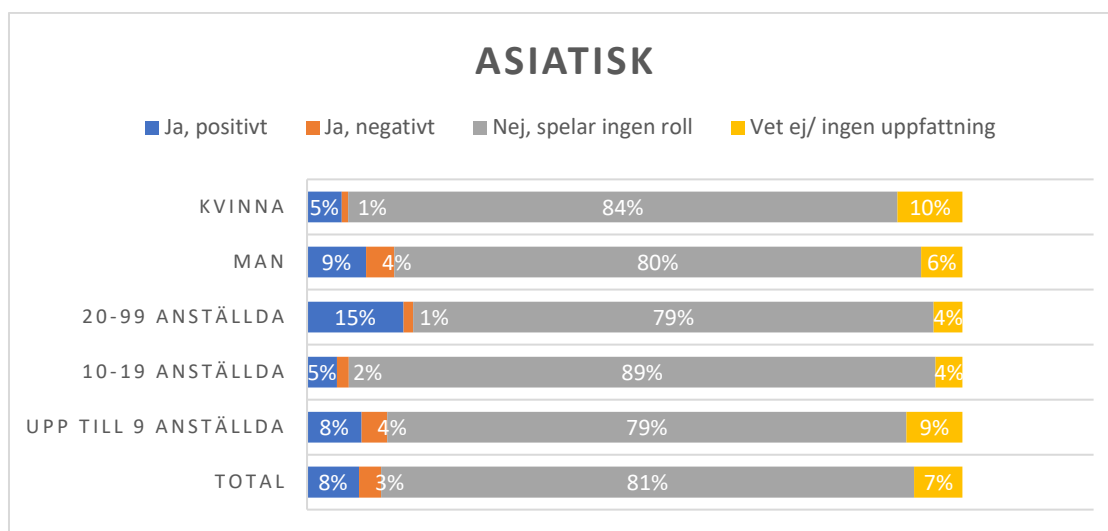
Generellt sett uttryckte 1% av respondenterna en negativ inställning till att bo granne med en kristen, medan 12% uttryckte en positiv inställning. Vidare visste 7% inte eller hade ingen uppfattning, och 80% hade en neutral inställning. Män var något mer positiva (13%) jämfört med kvinnor (9%), medan kvinnor var mer neutrala (82% jämfört med 79% för män). Företag med 20–99 anställda var mer neutrala (90%) jämfört med företag med upp till 9 anställda och företag med 20–99 anställda (78%). Dessa två företagsstorlek var mer positiva (13 respektive 16%).



Asiatisk

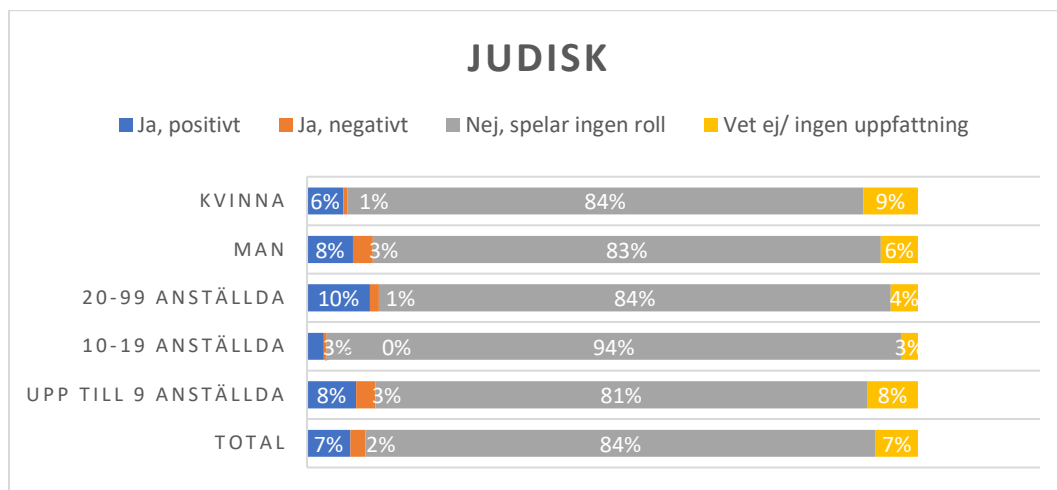
Spelar det någon roll för dig om du bor granne med en person som är... asiatisk?

Generellt sett uttryckte 3% av respondenterna en negativ inställning till att bo granne med en asiatisk person, medan 8% uttryckte en positiv inställning. Vidare visste 7% inte eller hade ingen uppfattning, och 81% hade en neutral inställning. Män visade en något högre negativ (4%) och positiv (9%) inställning jämfört med kvinnor (1% negativ, 5% positiv). Företag med 10–19 anställda var mer neutrala (89%) jämfört med företag med upp till 9 anställda och 20–199 anställda (79%).



Spelar det någon roll för dig om du bor granne med en person som är...judisk?

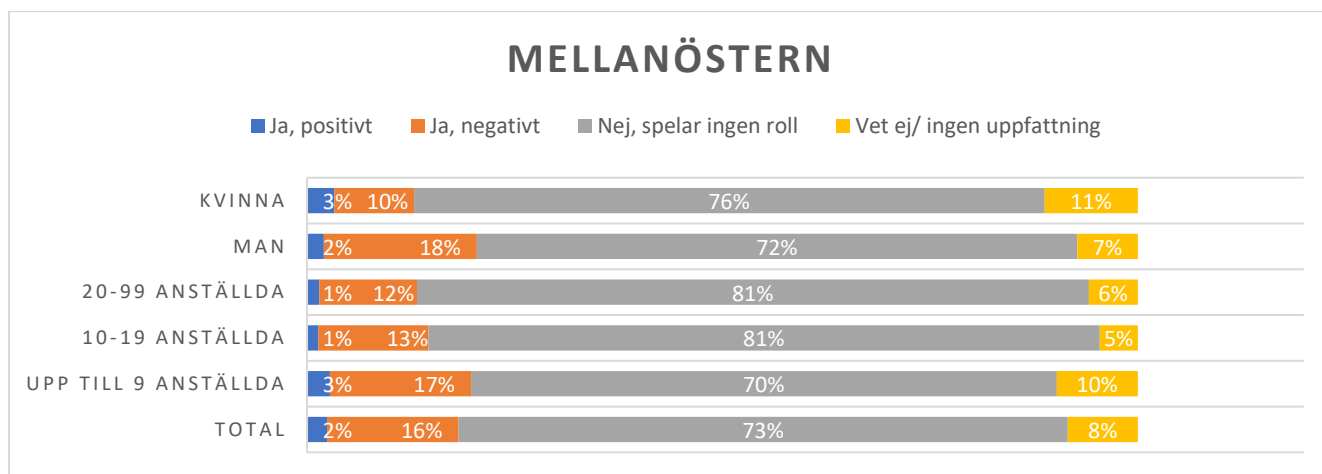
Generellt sett uttryckte 2% av respondenterna en negativ inställning till att bo granne med en judisk person, medan 7% uttryckte en positiv inställning. Vidare visste 7% inte eller hade ingen uppfattning, och 84% hade en neutral inställning. Män var något mer negativa (3%) och positiva (8%) jämfört med kvinnor (1% negativ, 6% positiv). Företag med 20–99 anställda och företag med upp till 9 anställda var mer positiva – 10 respektive 8%.



Mellanöstern

Spelar det någon roll för dig om du bor granne med en person som är...från mellanöstern?

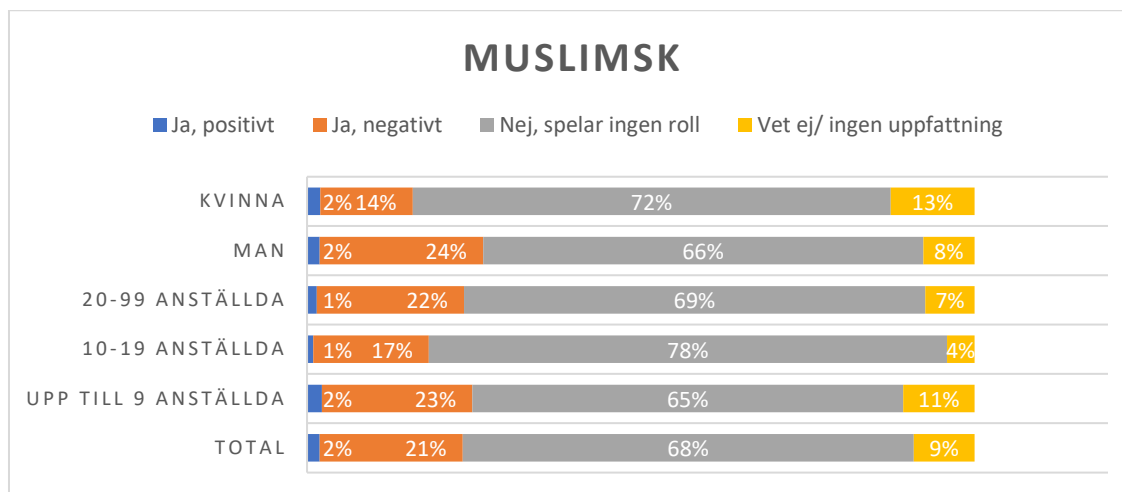
Generellt sett uttryckte 16% av respondenterna en negativ inställning till att bo granne med en person från Mellanöstern, medan 2% uttryckte en positiv inställning. Vidare visste 8% inte eller hade ingen uppfattning, och 73% hade en neutral inställning. Män var mer negativa (18%) jämfört med kvinnor (10%), medan kvinnor var mer neutrala (76% jämfört med 72% för män). Större företag var mer neutrala (81%) jämfört med minsta företagen (70%).



Muslimsk

Spelar det någon roll för dig om du bor granne med en person som är... muslimsk?

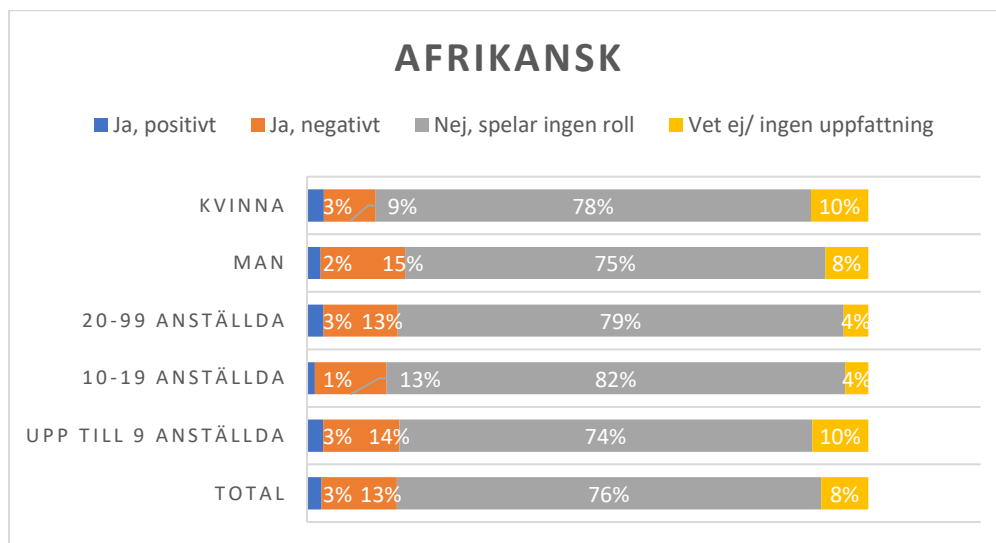
Generellt sett uttryckte 21% av respondenterna en negativ inställning till att bo granne med en muslimsk person, medan 2% uttryckte en positiv inställning. Vidare visste 9% inte eller hade ingen uppfattning, och 68% hade en neutral inställning. Män var mer negativa (24%) jämfört med kvinnor (14%), medan kvinnor var mer neutrala (72% jämfört med 66% för män). Företag med 10–19 anställda var mer neutrala (78%) jämfört med minsta företagen (65%).



Afrikansk

Spelar det någon roll för dig om du bor granne med en person som är... afrikansk?

Generellt sett uttryckte 13% av respondenterna en negativ inställning till att bo granne med en afrikansk person, medan 3% uttryckte en positiv inställning. Vidare visste 8% inte eller hade ingen uppfattning, och 76% hade en neutral inställning. Män var mer negativa (15%) jämfört med kvinnor (9%), medan båda könen var nästan lika neutrala (78% jämfört med 75% för män). Större företag var mer neutrala (79–82%) jämfört med små företag (74%).



Analys och kommentarer

Bland respondenterna uttryckte 16% en negativ inställning till att bo granne med en person från Mellanöstern, 21% var negativt inställda till att bo granne med en muslim, och 13% hade negativa åsikter om att bo granne med en person från Afrika. Detta trots att respondenterna inte fick någon information om dessa hypotetiska grannars utbildning, yrke, inkomst, värderingar, brottsregister eller andra faktorer som kunde ha bidragit till deras åsikter.

Slutkommentarer till rapporten

Resultaten i denna rapport indikerar att trots de framsteg och acceptans vi uppnått, finns det fortfarande djupt rotade fördomar och negativa attityder mot vissa etniska och religiösa grupper. Om vi verkligen vill skapa ett inkluderande samhälle och arbetsplatser, måste vi ta itu med dessa attityder.

Denna negativitet utgör en risk för att vi inte utnyttjar all potential och talang som finns i Sverige. Varje individ, oavsett deras etnicitet eller religion, har potential att bidra till vårt samhälle och vår ekonomi. Genom att stänga ut människor baserat på deras ursprung eller tro riskerar vi att gå miste om värdefulla bidrag och insikter.

För att riva ner dessa barriärer och fördomar, måste vi börja med att lära känna varandra bättre. Det kan vara så enkelt som att bo granne med någon från en annan kulturell eller religiös bakgrund. Genom att interagera och lära känna människor på ett personligt plan kan vi börja bryta ner stereotyper och missförstånd.

För att nå målet om verklig mångfald och inkludering inom svensk näringsliv - och mer allmänt, i våra skolor, bostadsområden, arbetsplatser, vår representativa demokratiska församling och civilsamhället - är det avgörande att vi tar itu med de negativa attityderna som identifierats i denna rapport. Frågan står inför oss: hur ska vi uppnå inkludering i dessa olika delar av vårt samhälle om en av de viktigaste aktörerna för egenmakt och integrationsmotor - näringslivets ledare - hyser dessa fördomar?

Vi har länge hört företagsledare och partiledare i Sverige hävda att meriter och talang ska vara det som är avgörande för framgång, att det är "vart du är på väg" som är viktigt, inte "vart du kommer ifrån". Vi har hört att alla som vill bidra till vår gemenskap och välfärd ska få samma chans. Men de resultat vi presenterar i denna rapport skildrar en annan verklighet.

Sverige har traditionellt setts som ett land som är "färgblind", där religion och kultur inte spelar samma roll som i många andra delar av världen. Men den verkliga bilden är tyvärr inte så enkel. För att uppnå verklig mångfald och inkludering, räcker det inte med att vi bara tolererar varandra - vi behöver ett samhälle där vi aktivt lever med varandra, uppskattar och lär av våra olikheter och gemenskaper.

Därför behöver vi mer än bara tomma ord och politisk retorik. Vi behöver handling, engagemang och konstant arbete för ett bättre morgondagens Sverige. Vi behöver investera i utbildning och främja inkludering på arbetsplatser. Vi behöver ledare som inte bara pratar om inkludering, utan som visar genom deras handlingar att de värderar och uppskattar mångfald.

Det är dags för näringslivet att verkligen se möjligheterna och omfamna mångfald och inkludering, inte bara i ord utan i handling. Vi bör alla sträva efter att skapa ett samhälle där alla individer känner sig värdefulla och accepterade oavsett deras ursprung. Det är inte bara rätt sak att göra, utan det är



också smart affärspraxis. I ett alltmer globaliserat och mångkulturellt samhälle, är företag som kan utnyttja en bred talangbas och diversifierad arbetsstyrka mer sannolikt att trivas och lyckas.

På Järvaveckan Research kommer vi att fortsätta att utforska dessa frågor, och vi hoppas att våra rapporter kan bidra till en större förståelse och samtal med varandra än om varandra för att främja inkludering och mångfald. Men vi kan inte göra detta arbete ensamma. Vi behöver hjälp från företag, regering, myndigheter och civilsamhället och individer över hela landet. Vi måste alla vara en del av lösningen. För det är bara genom gemensamt arbete som vi kan skapa det inkluderande och framgångsrika samhälle som vi alla strävar efter.

Om stiftelsen The Global Village

Stiftelsen The Global Village är en ideell, partipolitiskt och religiöst obunden organisation, vars ändamål är att stärka delaktigheten, demokratin och gemenskapen i samhället, i synnerhet i socioekonomiskt utsatta områden. Vi vill ha en lösningsorienterad diskussion om förbättrad integration.

All vår verksamhet utgår från drivkraften att bidra till en socialt hållbar samhällsutveckling i Sverige. Bland FN:s 17 globala mål fokuserar vi särskilt på delmål 10: att möjliggöra och verka för alla människor oavsett ålder, kön, funktionsnedsättning, etnicitet, ursprung, religion eller ekonomisk eller annan ställning, blir inkluderade i det sociala, ekonomiska och politiska livet.

Vi strävar efter att öka inkluderingen i alla delar av samhället genom att knyta samman det etablerade samhället och utanförskap, innerstad och ytterstad, centrum och periferi. Vi fokuserar på att främja öppenhet och bygga konstruktiva dialoger mellan samhällsaktörer.

Vi är övertygade om att forskning och vetenskap är en grundbult i samhället och därför presenterar vi årligen olika rapporter för att bidra till en lösningsorienterad integrationsdebatt i Sverige. Vi tror också på att främja möten mellan människor. Därför anordnar vi bland annat seminarier, nätverksträffar och Järvaveckan.

Vi tror att lösningarna på dagens och framtidens stora utmaningar kräver delaktighet från olika samhällsaktörer och därför uppmuntrar vi tvärssektoriella samarbeten med den offentliga sektorn, näringslivet, civilsamhället och medborgarna.

Stiftelsen The Global Village finansieras delvis av privata donationer, kommunala bidrag samt gåvor från företag och stiftelser.

Vår övertygelse

Vår övertygelse är att vägen dit måste inbegripa öppna samtal som vilar på kunskap om det svenska samhället och som bygger på respekt för varandra. Denna övertygelse ligger till grund för all vår verksamhet. Vi tror på öppenheten som vägen framåt.



Vår roll

Vår roll är att vara en kraft för brobyggande och ny kunskap. Som stimulerar människor att vidga perspektiven i samhällsfrågor och utveckla sin syn på sig själva och andra. Ett brobyggande som uppmuntrar samarbete i nästa led. Vår verksamhet utgår från tre inriktningar. Tillsammans ska de bidra till långsiktig förändring:

Vi organiserar mötesplatser för öppna samtal. **Möjliggörare** för människor att mötas över alla gränser.

Vi initierar och sprider ny kunskap som ger nödvändiga insikter om det svenska samhället för upplysta samtal och offentlig debatt. **Experter** dit man vänder sig för att få nya insikter.

Vi genomför egna aktiviteter som stödjer enskilda människor i sin utveckling genom att upptäcka nya verkligheter och därmed kunna bryta barriärer. Så är vi **förändringsagenter** som förverkligar förnyelse.

Vi gör det i hela Sverige.

Vårt syfte

Den största likheten mellan människor är att vi alla är olika. Det är på den människosynen som målen om social hållbarhet och inkludering ytterst vilar. Vårt syfte är att bidra till ett samhälle där mångfalden är en allmänt erkänd styrka. Ett samhälle där alla kan vara med och påverka samhällsutvecklingen. Vi ska bidra till att mångfalden på arbetsmarknaden, i boendet och i skolan skapar möjligheter och inte begränsningar. Vi ska bidra till att fler röster blir hörda så att fler perspektiv blir kända. Vi ska bidra till mer nyfikenhet, respekt och empati hos människor i Sverige, att var och en har möjlighet att påverka sin egen framtid.

Läs mer om oss på www.jarvaveckan.se

Stiftelsen The Global Villages verksamheter

Stiftelsen The Global Village driver två verksamheter: Järvaveckan och Järvaveckan Research.

Järvaveckan finns till för att minska avståndet mellan medborgare, politiker, myndigheter och företagsledare. Järvaveckan är en mötesplats där människor från alla samhällsskikt kan komma samman och utforska de gemensamma mål och värderingar som förenar oss, oavsett bakgrund, kultur eller yrke. Vi bygger broar över klyftorna och inspirerar till förändring som gynnar alla. Vi vill visa att mångfald och inkludering inte bara berikar våra liv, utan även är nyckeln till framgång och en hållbar framtid för vårt land och dess invånare.

Järvaveckan Research är en gren av Järvaveckan och arbetar för att främja en kunskapsbaserad dialog över samhällsgränser. Genom rapportserierna "Fakta för förändring" och "Perspektiv" tillhandahåller Järvaveckan Research underlag för upplysta samtal mellan alla slags samhällsaktörer och människor. Med sin roll i folkbildning, bidrar Järvaveckan Research till samhällsutveckling genom kunskap, nya perspektiv, utbildning och dialog. Vi vilar därmed på en urgammal svensk erfarenhet: att det är genom folkbildning och dialog som samhället förs framåt.



Kontaktuppgifter

Ahmed Abdirahman

vd och grundare, Järvaveckan

+46 73 907 75 09

ahmed.abdirahman@jarvaveckan.se