

Fördomar kopplade till etnicitet och religion ökar i rekryteringssammanhang

Fördomar kopplade till svenska med förortsdialekt, religion och religiösa uttryck riskerar att påverka kandidater negativt under anställningsintervjuer, och dessa fördomar ökar. Det visar en ny rapport från Järvaveckan Research och PwC Sverige, som nu genomförs för fjärde året i rad. Dessutom rekryterar många företag fortfarande genom informella nätverk, vilket ytterligare försvårar vägen in på arbetsmarknaden för personer med utländsk bakgrund.

Årets rapport visar att en allt större andel företagsledare uppger att kulturella och religiösa attribut, som klädsel och symboler, påverkar deras uppfattning om en kandidat negativt i en intervjusituation – trots att kandidaten bedöms ha de formella kompetenskraven för rollen. Andelen som påverkas negativt har ökat från 51 till 61 procent. Dessutom uppger hela 37 procent att de påverkas negativt av kandidater som talar flytande svenska med förortsdialekt.

– Att fördomarna ökar är djupt problematiskt. En person som tagit sig så långt som till en intervju har bevisligen de efterfrågade kvalifikationerna. Men i nästa steg kan kandidatens chanser att få jobbet påverkas negativt till följd av exempelvis en förortsdialekt eller religion. Då handlar det inte längre om bara fördomar, utan något som potentiellt kan utgöra grund för diskriminering. Det är en utveckling som går åt fel håll och som försvårar integrationen, säger Ahmed Abdirahman, vd och grundare av Stiftelsen Järvaveckan.

Rekrytering sker främst genom personliga nätverk

Företagsledarna i undersökningen svarar att de i stor utsträckning rekryterar via personliga kontakter och befintliga nätverk. Det gäller både små och stora företag, även om omfattningen skiljer sig något. För den som saknar etablerade kontakter, vilket ofta gäller nyanlända och personer med utländsk bakgrund i högre grad, innebär detta att möjligheten att hitta ett jobb kraftigt begränsas.

Allt fler företag arbetar för att öka mångfald och inkludering på arbetsplatsen

Den största ökningen syns bland de större företag där 45 procent uppger att de i hög utsträckning arbetar för att öka inkludering och mångfald på arbetsplatsen, jämfört med 34 procent förra året. Dessutom har andelen stora företag som har en tydlig strategi för hur de ska öka mångfald och inkludering stigit från 16 till 25 procent.

– Det är positivt att allt fler företag prioriterar mångfald och inkludering, särskilt i en tid när de politiska vindarna i delar av världen blåser i en annan riktning. Samtidigt ser vi att det finns arbete kvar att göra. Många arbetsgivare rekryterar till exempel genom sina nätverk, sannolikt eftersom det går snabbt och kan upplevas tryggare. För att stärka sin konkurrenskraft och den långsiktiga kompetensförsörjningen behöver företag bredda sin rekryteringsbas så att fler kandidater får en möjlighet att komma in på arbetsmarknaden, säger Helena Kaiser de Carolis, vd PwC Sverige.

Mer om undersökningen

Näringslivet: Mångfald och inkludering publiceras för fjärde året i rad. Undersökningen genomfördes av Verian på uppdrag av Järvaveckan Research i samarbete med PwC Sverige. Målgruppen i undersökningen är företagsledare som jobbar på ett företag med minst en anställd. De innehar rollen vd, CFO/ekonomi-/eller finanschef, HR-chef eller egenföretagare. Intervjuerna samlades in via en webbenkät i den slumpmässigt rekryterade Sifo-panelen. Totalt besvarade 500 företagsledare undersökningen – 182 på företag med 10 eller fler anställda och 318 på företag med 1-9 anställda. Rapporten är en del av Stiftelsen Järvaveckans och PwC Sveriges samarbete för att belysa frågor kring integration, jämställdhet och demokrati. För att ta del av rapporten besök jarvaveckan.se.

För att läsa mer om PwC:s samarbete med Järvaveckan besök www.pwc.se/jarvaveckan-rapport

För mer information

Ahmed Abdirahman, vd och grundare Stiftelsen Järvaveckan
Ahmed.Abdirahman@jarvaveckan.se
073-907 75 09

Jenny Lilljeqvist, presschef PwC Sverige
jenny.lilljeqvist@pwc.com
070-818 82 55

Mer om PwC Sverige och Järvaveckan Research

PwC Sverige är marknadsledande inom rådgivning och revision med cirka 3200 medarbetare runt om i landet. PwC:s syfte är att skapa förtroende i samhället och lösa viktiga problem och våra värderingar genomsyrar allt vi gör. Järvaveckan Research fördjupar insikter och debatt genom att ta fram och publicera faktarapporter och ge utrymme åt de röster och perspektiv som traditionellt förbises. Järvaveckan Research är del av Stiftelsen Järvaveckan.