

2023

Järvaveckan Research

Perspektiv: Näringslivet

En undersökning genomförd av
Kantar/Sifo på uppdrag av
Järvaveckan Research och PwC.





Innehåll

- 4 Om stiftelsen The Global Village
- 6 Stiftelsen The Global Villages verksamheter
- 8 Förord
- 12 Om undersökningen
- 14 Sammanfattning
- 16 En fjärdedel av svenska företag arbetar aktivt för ökad inkludering och mångfald
- 18 Rekrytering - en väg för att öka mångfalden på företag
- 21 Företagen efterlyser politiskt agerande
- 22 Hälften anser att svenska företag kan göra mer för att förbättra integrationen
- 24 Få företag har en ansvarig person för inkludering- och mångfaldsfrågor
- 26 Attrahera talanger och öka konkurrenskraften är främsta anledningarna till mångfaldsinsatser
- 28 Bara 1 av 100 företag har verksamhet i ett utsatt område
- 30 Nyckelinsikter
- 32 Kontaktuppgifter

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
- 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 består av rapportserierna **“Fakta för förändring”** och **“Perspektiv”**. Järvaveckan Research erbjuder unika undersökningar och fakta rapporter för nya perspektiv och kunskap. Med dessa vill vi skapa förutsättningar för en bättre dialog mellan politiker, myndigheter, näringsliv, civilsamhälle, majoritetssamhälle och de människor som berörs. Vår verksamhet bärs fram av våra grundvärderingar. Vilken

konkreta förändringar, politik eller policy som kan leda till dessa värderingars förverkligande i politik tar vi inte ställning till. Vi är varken en aktivistisk sakfrågerörelse eller ett politiskt parti. Vår roll ligger i steget före: att bidra med bästa möjliga betingelser för upplysta samtal mellan alla slags samhällsaktörer och alla slags människor. Vi vilar därmed på en urgammal svensk erfarenhet: att det är genom folkbildning och dialog som samhället förs framåt.

Förord Ahmed

Det är beklämmande att observera att färre än en fjärdedel av företagen aktivt anstränger sig för att främja inkludering och mångfald på sina arbetsplatser. Dessutom har endast en liten andel av företagen en dedikerad ansvarig för dessa kritiska frågor i sin ledningsgrupp eller styrelse. Kantar Sifo, på uppdrag av Järvaveckan Research och PwC Sverige, har tagit fram en ny undersökning som kastar ljus över dessa pressande frågor.

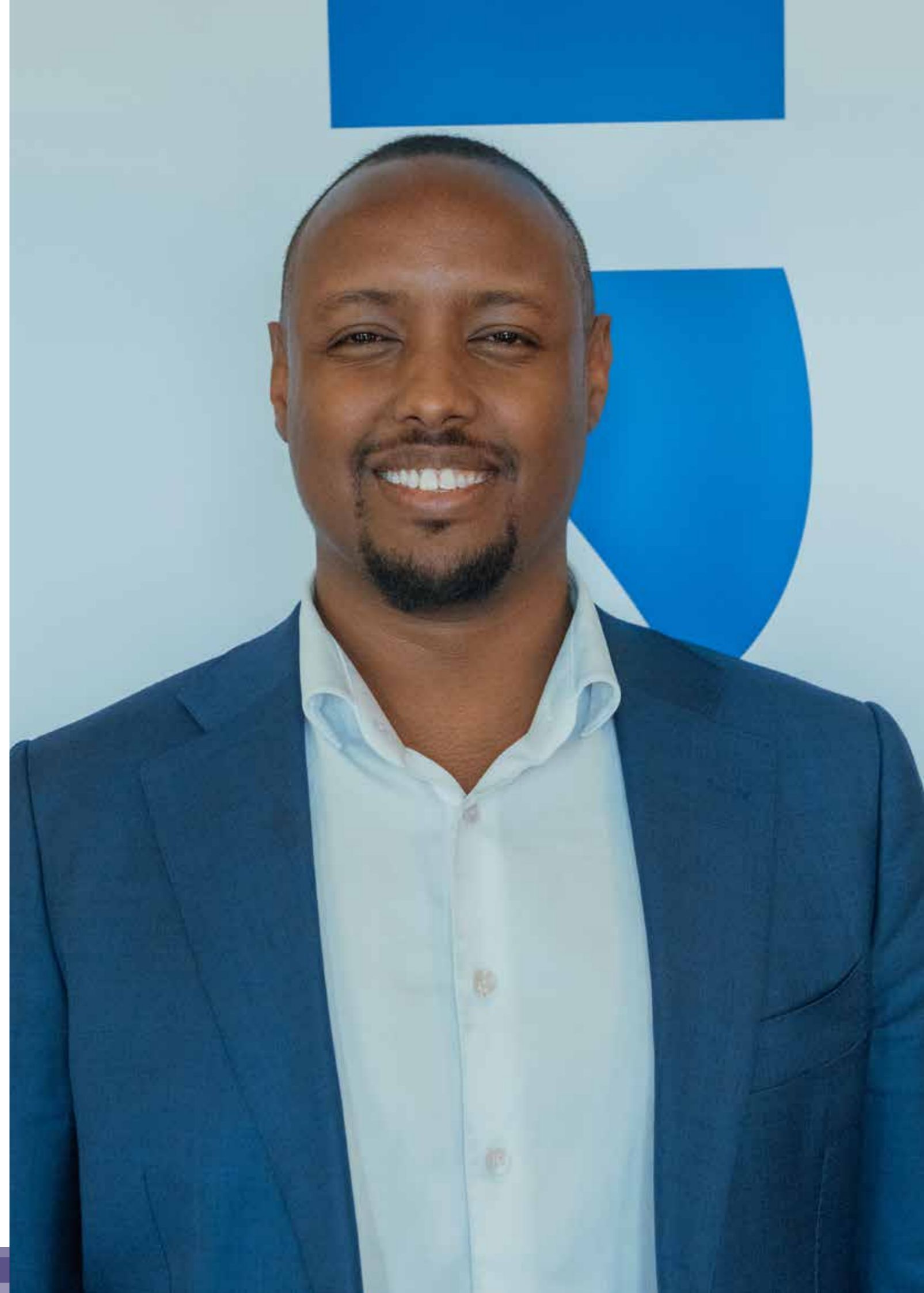
Bara fyra procent av företagen har en person med ansvar för mångfald och inkludering i sin ledningsgrupp. Detta är mycket bekymmersamt, eftersom arbetet för att öka inkludering och mångfald måste starta på ledningsnivå. Det är där företagets riktning bestäms och mål sätts för vad organisationen strävar efter att uppnå i fråga om mångfald. Ytterligare en oroande aspekt är att få företag erbjuder sommarjobb i utsatta områden. Vi kan inte bortse från potentialen och talangen i dessa områden.

Undersökningens resultat visar att vi står inför stora utmaningar, men det framkommer också att det finns en stark vilja att förbättra och en förståelse för vikten av att arbeta med inkludering och mångfald. Nästan hälften av företagen ser ingen motsättning mellan att rekrytera baserat på meriter samtidigt som de strävar efter att öka den etniska mångfalden. Undersökningen visar också att 39 procent av deltagarna upplever att den växande polariseringen utgör ett hot mot företagets tillväxt. Bland företag på landsbygden och i mindre tätorter delar 47 procent denna uppfattning.

Dessa frågor är direkt kopplade till företagets överlevnad och framtid. För att lyckas måste vi integrera mångfald och inkludering i företagets strategi och inte behandla det som ett separat initiativ. Det är tillsammans vi kan lösa dessa utmaningar och komma ut starkare på andra sidan.

Min förhoppning är att denna undersökning kommer att inspirera till handling och bidra till att vi alla arbetar hårdare för att skapa mer inkluderande arbetsplatser och samhällen.

Ahmed Abdirahman
Vd och grundare
Järvaveckan



Förord Sofia

Att fokusera på inkludering och mångfald borde egentligen inte vara en fråga idag. Vi ser dock fortfarande exempel både på svenska arbetsplatser och i samhället i stort där detta inte prioriteras. Det ger även den här rapporten en tydlig signal om. Samtidigt visar den att företag som arbetar aktivt med inkludering och mångfald ser att det ger positiva effekter på många områden som är viktiga för företags lönsamhet och tillväxt – bland annat att attrahera nya medarbetare samt att öka både konkurrenskraften och innovationsförmågan.

Jag är övertygad om att när vi välkomnar fler perspektiv kan vi som företag ta fram produkter och tjänster som är bättre anpassade efter olika kundbehov.

Sammantaget leder det till ett bättre samhälle för oss alla att leva och verka i.



Sofia Götmar Blomstedt,
vd PwC Sverige

Om undersökningen

Undersökningen genomfördes av Kantar Sifo under maj 2023 på uppdrag av Järvaveckan Research och PwC Sverige. 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.

Respondenterna fick besvara frågor om arbete med inkludering och mångfald, inklusive vilka hinder och möjligheter de ser i detta arbete i det egna företaget. Resultatet presenteras främst på en övergripande nivå där svaren från alla respondenter ingår. Men även resultat baserat på storlek på företag, utifrån kön samt om företaget redan idag arbetar aktivt med inkludering och mångfald redovisas. I de fall deras svar är snarlikt det som rör den totala respondentgruppen är det inte presenterat.

Antal respondenter i respektive grupp

- Upp till nio anställda: 759
- Tio eller fler anställda: 287
- Företag som arbetar aktivt med inkludering och mångfald: 256
- Företag som inte arbetar aktivt med inkludering och mångfald: 490
- Storstad (Sthlm, Gbg, Malmö): 425, Mellan: 514, Landsbygd: 107
- Kön: 743 män, 303 kvinnor

Sammanfattning


- 24 procent av företagen arbetar aktivt för att öka inkludering och mångfald på sin arbetsplats.
- Endast 12 procent av företag har satt mål för sitt arbete för att öka inkludering och mångfald.
- 53 procent anser att svenska företag bör göra mer för att förbättra integrationen i samhället.
- Bara 1 procent av företagen har engagerat sig genom att öppna upp kontor eller verksamhet i utsatta områden.
- 59 procent menar att lägre arbetsgivaravgifter eller annat ekonomiskt stöd vid anställning av personer som står långt från arbetsmarknaden kan öka mångfalden.
- 76 procent anser att det behövs politiskt stöd för språkutbildning av anställda som inte kan svenska.
- 49 procent ser ingen motsättning mellan att rekrytera på meriter och samtidigt verka för att öka etnisk mångfald.
- 4 procent har en mångfalds- och inkluderingsansvarig i ledningsgruppen.
- 26 procent anser att svenska butiker och affärer bör uppmärksamma fler kulturella högtider för att bidra till och öka kunskapen om inkludering och mångfald.

Endast en fjärdedel av svenska företag arbetar aktivt för ökad inkludering och mångfald

Undersökningen visar att bara 24 procent av företagen arbetar för att öka inkludering och mångfald på sin arbetsplats, men endast 16 procent har en strategi för hur de ska bli en mer inkluderande arbetsplats och öka mångfalden. Samtidigt uppger så få som 12 procent att de har målsatt arbetet.

Det är vanligare att större företag har ett strukturerat arbete för att öka inkludering och mångfald. Bland företag med tio eller fler anställda uppgav 37 procent att de arbetar aktivt med detta, medan 20 procent av de mindre företagen gav samma svar.

57 procent av företagen som arbetar aktivt med att öka inkludering och mångfald har även en strategi för detta arbete och 46 procent har målsatt det. Motsvarande andel bland det totala antalet deltagare är 16 respektive 12 procent.



En förutsättning för att på riktigt öka inkludering och mångfald på svenska företag är att man arbetar kontinuerligt med detta. Och för det krävs att företagsledningarna pekar ut riktningen och sätter mål för vad man vill uppnå. Den hemläxan behöver fler företag göra för att vi ska få till en förändring på riktigt, säger Ahmed Abdirahman, vd och grundare Järvaveckan.

Rekrytering en väg för att öka mångfalden på företag

32 procent av företagen i undersökningen uppger att endast meriter som matchar tjänsten är avgörande när de rekryterar. Samtidigt anställer sju av tio enbart utifrån erfarenhet och kunskap.

Bland företag med tio eller fler anställda uppger så många som 40 procent att endast meriter avgör, jämfört med 29 procent bland mindre företag. Bland männen i undersökningen uppger 36 procent att det enda som avgör är meriter, medan 23 procent av kvinnorna gav samma svar.

Samtidigt ser 49 procent ingen motsättning mellan att rekrytera på meriter och samtidigt verka för att öka etnisk mångfald. Bland företag som arbetar aktivt för inkludering och mångfald är det så många som 65 procent som ger samma svar.

Undersökningen visar också att 73 procent enbart anställer personer utifrån deras erfarenhet och kunskap, bland företag med tio eller fler anställda är det

ännu fler, 80 procent som ger det svaret. 59 procent anställer helst personer som passar in i företagets kultur och existerande team. Bland företag med tio eller fler anställda ger 75 procent det svaret.

38 procent anger att de gärna anställer personer som tillför så kallad synlig mångfald som ålder, etnicitet, kön eller utseende. Bland företag som aktivt arbetar för inkludering och mångfald är det hela 64 procent som gärna anställer personer som kan tillföra synlig mångfald och 68 procent av dem anställer gärna utifrån personlighet och inre kompetens, så kallad osynlig mångfald. Bland företag upp till nio anställda och de som inte arbetar aktivt med inkludering och mångfald är det betydligt färre, 41 respektive 37 procent.

	Instämmer i hög grad + i viss grad	Instämmer inte alls + i låg grad
Anställer gärna personer som kan tillföra synlig mångfald som ålder, etnicitet, kön eller utseende	38%	36%
Anställer gärna personer som tillför osynlig mångfald utifrån personlighet och inre kompetens	45%	27%
Anställer helst/oftast personer som passar in i företagets kultur och existerande team	59%	20%
Anställer enbart personer utifrån deras erfarenhet och kunskap	73%	12%

Företagen efterlyser politiskt agerande

En majoritet av företagen anser att det behövs politiskt stöd för språkutbildning och riktat ekonomiskt stöd. Samtidigt upplever fyra av tio att polariseringen i samhället är ett hot mot företagets tillväxt.

Bland företagen i undersökningen instämmer hela 76 procent i hög eller viss grad att det behövs politiskt stöd för språkutbildning till anställda som inte kan svenska. 59 procent instämmer helt eller delvis i påståendet att lägre arbetsgivaravgifter eller annat ekonomiskt stöd kan öka den etniska mångfalden på företag.

“Det är visserligen två konkreta åtgärder som kan leda till jobb för fler. Men för att det ska ge effekt behöver ju även företag och organisationer vara beredda att anställa. Samtidigt finns det många arbetsplatser idag där exempelvis engelska fungerar lika bra som svenska, så det är viktigt att inte se hinder där de inte finns”, säger Ahmed Abdirahman.

På frågan om det finns en polarisering i samhället som hotar tillväxten i det egna företaget, instämmer 39 procent i hög eller viss grad i det. På landsbygd och i mindre tätorter ger 47 procent samma svar medan så många som 51 procent av företagen som aktivt arbetar för inkludering och mångfald instämmer i detta.

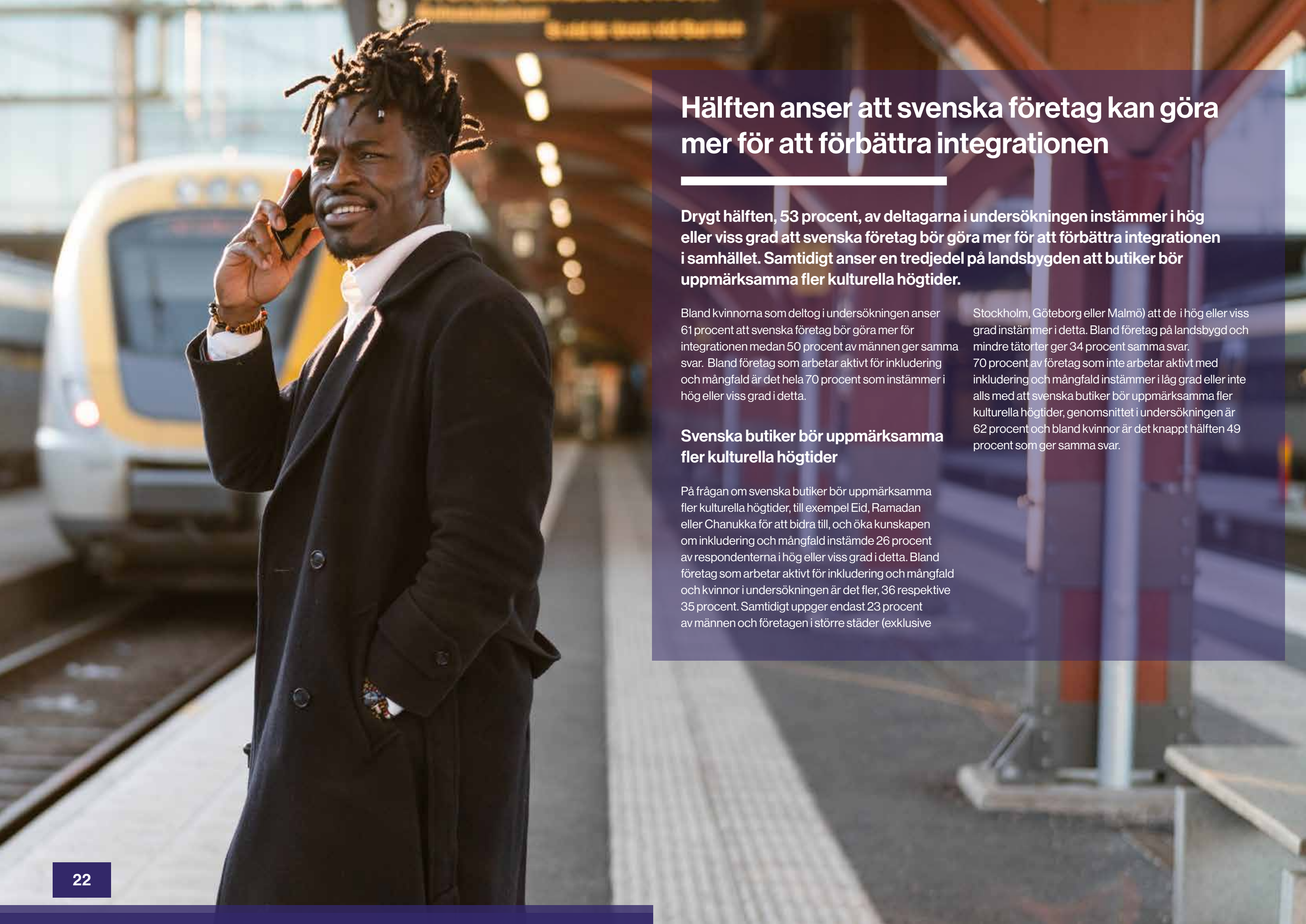
Samtidigt svarar 41 procent av alla respondenter att de endast i låg grad eller inte alls ser att det finns en polarisering som hotar deras tillväxt.

Det behövs politiska stöd för språkutbildningar för anställda som inte kan svenska

	Totalt:	Arbetar aktivt för inkludering & mångfald	Arbetar inte aktivt för inkludering & mångfald
Instämmer i hög grad + i viss grad	76%	80%	74%
Instämmer inte alls + i låg grad	18%	15%	20%

Lägre arbetsgivaravgifter eller annat ekonomiskt stöd vid anställning av personer som står långt från arbetsmarknaden kan öka etniska mångfalden på företag

	Totalt:	Arbetar aktivt för inkludering & mångfald	Arbetar inte aktivt för inkludering & mångfald
Instämmer i hög grad + i viss grad	59%	71%	53%
Instämmer inte alls + i låg grad	30%	23%	20%



Hälften anser att svenska företag kan göra mer för att förbättra integrationen

Drygt hälften, 53 procent, av deltagarna i undersökningen instämmer i hög eller viss grad att svenska företag bör göra mer för att förbättra integrationen i samhället. Samtidigt anser en tredjedel på landsbygden att butiker bör uppmärksamma fler kulturella högtider.

Bland kvinnorna som deltog i undersökningen anser 61 procent att svenska företag bör göra mer för integrationen medan 50 procent av männen ger samma svar. Bland företag som arbetar aktivt för inkludering och mångfald är det hela 70 procent som instämmer i hög eller viss grad i detta.

Svenska butiker bör uppmärksamma fler kulturella högtider

På frågan om svenska butiker bör uppmärksamma fler kulturella högtider, till exempel Eid, Ramadan eller Chanukka för att bidra till, och öka kunskapen om inkludering och mångfald instämde 26 procent av respondenterna i hög eller viss grad i detta. Bland företag som arbetar aktivt för inkludering och mångfald och kvinnor i undersökningen är det fler, 36 respektive 35 procent. Samtidigt uppger endast 23 procent av männen och företagen i större städer (exklusive

Stockholm, Göteborg eller Malmö) att de i hög eller viss grad instämmer i detta. Bland företag på landsbygd och mindre tätorter ger 34 procent samma svar. 70 procent av företag som inte arbetar aktivt med inkludering och mångfald instämmer i låg grad eller inte alls med att svenska butiker bör uppmärksamma fler kulturella högtider, genomsnittet i undersökningen är 62 procent och bland kvinnor är det knappt hälften 49 procent som ger samma svar.

Få företag har en ansvarig person för inkludering- och mångfaldsfrågor

I undersökningen ställdes frågor om företagens funktioner för inkludering och mångfald. Företagen fick också svara på i vilken utsträckning de följer upp ålder, kön, upplevd inkludering och etnicitet.

Få företag uppger att de har någon utsedd person för inkluderings- och mångfaldsfrågor. De företag som sticker ut är de som arbetar aktivt med inkludering och mångfald, där har 13 procent en mångfalds- och inkluderingsansvarig i företagets ledningsgrupp och 9 procent uppger att de har det i styrelsen. Bland företag som inte har ett aktivt inkluderings- och mångfaldsarbete ger endast 1 procent samma svar.

Andel män och kvinnor följs upp regelbundet

När företagen i undersökningen fick svara på vad de följer upp regelbundet uppger 15 procent åldersfördelning och grad av upplevd inkludering, medan hela 64 respektive 61 procent svarar att de aldrig följer upp någon av dessa parametrar.

Bland företag med tio eller fler anställda uppger 26 procent att de regelbundet följer upp grad av upplevd inkludering samt 23 procent att de följer upp köns- och åldersfördelning.

Samtidigt svarar 43 procent av företagen som arbetar aktivt med inkludering och mångfald, att de följer upp grad av upplevd inkludering. Motsvarande andel bland företag som inte arbetar aktivt med detta är endast 7 procent.

Företag som arbetar aktivt med inkludering och mångfald är de som i störst utsträckning följer upp utländsk bakgrund och utomeuropeisk bakgrund, vilket 25 respektive 21 procent av dessa företag gör. Motsvarande andel bland alla deltagarna är endast 9 respektive 8 procent.



Attrahera talanger och öka konkurrenskraften är främsta anledningarna till mångfaldsinsatser

Att attrahera talanger ses som den främsta anledningen till att arbeta för ökad inkludering och mångfald, vilket 22 procent av alla företag uppger.

Bland företag med tio eller fler anställda är det 30 procent och bland företag som arbetar aktivt med att öka inkludering och mångfald är det hela 38 procent som ger det svaret. Samtidigt anser endast 19 procent av företag med upp till nio anställda att det är den främsta anledningen.

19 procent av alla respondenter uppger att öka företagets konkurrenskraft är en anledning. Bland företag med tio eller fler anställda är det 23 procent och bland företag som arbetar aktivt med att öka inkludering och mångfald är det så många som 30 procent som ger det svaret. För de senare är även samhällsansvar (26 procent), att spegla sin marknad (25 procent) och öka företagets innovationskraft (23 procent) starka drivkrafter.

25 procent av företagen på landsbygden och i mindre tätorter uppger att samhällsansvar är främsta anledningen till att de arbetar för att öka inkludering och mångfald. Motsvarande andel i storstäderna Stockholm, Göteborg och Malmö är 11 procent. Samtidigt är det fler företag i Stockholm som jobbar med detta för att stärka konkurrenskraften, möta nya kundbehov och spegla sin marknad än företag på landsbygden/mindre tätort.

Rätt kompetens är den största utmaningen för ökad inkludering och mångfald

Undersökningen visar att hela 28 procent av företagen med tio eller fler anställda uppger att rätt kompetens saknas bland jobbsökande som skulle kunna bidra till att öka mångfalden på arbetsplatsen, medan endast 14 procent av de mindre företagen ger samma svar. Genomsnittet bland alla respondenter är 18 procent.

Även om det inte är en majoritet svarar ändå 10 procent att de inte förstår nyttan eller värdet för deras företag att öka inkludering och mångfald. Samtidigt anser 12 procent att det tar för mycket tid att integrera personer och lika stor andel uppger att det inte finns pengar eller resurser avsatta för att driva dessa frågor.

På frågan "Vilket stöd behöver du i ditt uppdrag för att främja ökad inkludering och mångfald inom ditt företag?" är det vanligaste svaret just att det finns avsatta pengar för det.

Varför arbetar ert företag med att öka inkludering och mångfald? (främsta anledningarna)

	Totalt:
Attrahera/behålla talanger	22%
Öka konkurrenskraften	19%
Företagets samhällsansvar	15%
För att möta nya potentiella kundbehov	15%
Spegla vår marknad/våra kunder	13%
Öka företagets innovationskraft	13%

Bara 1 av 100 företag har verksamhet i ett utsatt område

Endast 1 procent av respondenterna uppger att de har öppnat kontor eller verksamhet i ett utsatt område*. Så få som 2 procent av företagen har besökt en skola belägen i ett utsatt område. På frågan om det egna ansvaret för inkludering och mångfald anser en tredjedel att de har ett delansvar för det.

Knappt hälften, 46 procent, uppger att deras företag inte har någon form av engagemang i dessa områden.

Endast 7 procent uppger att de erbjuder sommarjobb och praktikplatser och lika få att de ger ekonomiskt bidrag till föreningar. Bland företag som arbetar aktivt med att öka inkludering och mångfald uppger 18 procent att de erbjuder sommarjobb och praktikplatser, samt 13 procent att de ger ekonomiskt bidrag till föreningar. Även bland dem är det få som öppnat kontor eller verksamhet (3 procent) eller som har besökt en skola (4 procent).

Bland företag som satt mål för sitt arbete med inkludering och mångfald erbjuder fler, 22 procent, sommarjobb och praktikplatser. 18 procent av dessa företag ger ekonomiskt bidrag till föreningar. Motsvarande andel bland de företag som inte har satt mål för detta arbete är 4 respektive 6 procent.

(Utsatt område, polisens definition: Utsatta områden är geografiskt avgränsade områden som karakteriseras av en låg socioekonomisk status och där de kriminella har en inverkan på lokalsamhället.)

Tre av tio anser att de har ett ansvar för ökad inkludering och mångfald

Trots att 33 procent anser att arbetet med att öka inkludering och mångfald på arbetsplatsen är en del av deras ansvar, har endast 6 procent mätbara mål för uppgiften, och 2 procent har det målet kopplat till företagets belönings-/bonusprogram. Bland respondenterna på företag som aktivt arbetar för att öka inkludering och mångfald anser hela 64 procent att det är en del av deras ansvar och 18 procent har dessutom mätbara mål.

Samtidigt uppger 37 procent att de inte anser att arbetet med att öka inkludering och mångfald på arbetsplatsen är deras ansvar. Bland företag som inte arbetar aktivt med inkludering och mångfald är det hela 54 procent som ger samma svar medan endast 19 procent bland de som har ett aktivt inkluderings- och mångfaldsarbete inte känner ansvar för denna fråga.



Nyckelinsikter

Utifrån svaren i undersökningen kan vi framför allt konstatera att:

De företag som arbetar aktivt med att öka inkludering och mångfald på sin arbetsplats ligger längre fram inom de flesta av områdena som rapporten belyser.

Politiskt och ekonomiskt stöd är en viktig del för att såväl förbättra språkkunskaper som för att anställa människor som står långt från arbetsmarknaden.

Inkluderings- och mångfaldsarbetet ligger på väldigt få ledningsgruppers och styrelser bord. Utan prioritering högt upp i företagets organisationer är det svårt att få hela organisationen med sig i det här arbetet.

Att avsätta resurser i form av pengar men även ha personer i organisationen som har ansvar för inkludering och mångfald samt att stärka den egna kompetens är viktiga delar för att få till en högre grad av inkludering och mångfald på svenska arbetsplatser.

Att inkluderings- och mångfaldsarbetet är det viktigaste för att attrahera talanger och behålla företagets konkurrenskraft pekar på att många företag i teorin har insikter om att de behöver arbeta med detta. Att omsätta det i praktiskt arbete är en större utmaning som behöver delas upp för att lyckas. Ett första steg är att ha dialoger om det på arbetsplatsen och att sätta mål.

Fler företag måste gå från ord till handling och ta en tydligare position i mångfaldsfrågorna, men också aktivt arbeta på plats i utsatta områden.

Kontaktuppgifter

Järvaveckan

info@jarvaveckan.se

Ahmed Abdirahman

Vd och grundare

073-907 75 09

ahmed.abdirahman@jarvaveckan.se

PwC Sverige

Johan Eriksson

Kommunikationschef

072-880 95 08

johan.eriksson@pwc.com