

MAJ 2020

# TECH LEVER GRABBMYTEN



ALLBRIGHT

**“Ledningsgruppen är väldigt vit och väldigt svensk, det finns ett tydligt glastak där.”**

# JAKTEN PÅ STJÄRNGLANS HINDRAR KVINNOR

---

Grabbmyten från Silicon Valley tycks vara en het dröm bland unga techkillar. Tre pluggkompisar med en häftig idé som sätter sig i en källare och kodar. Vips har de byggt en enhörning, blivit kända, rika och hyllade. Men i jakten på stjärnglans glöms arbetsplatskulturen bort. Röster inifrån internationellt omsusade techbolag vittnar om en ovälkommande tillvaro för kvinnor och icke-vita medarbetare.

---



Techbolagen är grundade av moderna, framåtlutade män med fräscha värderingar. Tror man. Men i Allbrights kartläggning av 14 svenska bolag är det tyvärr lite som tyder på att de unga männen bidrar särskilt mycket till jämlikhet. Trots att dessa bolag bara har tio år på nacken så utgör kvinnor endast en dryg fjärdedel av ledningsgrupperna. Och kvinnorna som väl är på plats förväntas inte arbeta med teknik utan ska helst vara omhändertagande kontorsmammor som kokar kaffe och tar anteckningar.

I en enkät som gått ut till anställda på de kartlagda bolagen uppger mer än var tredje kvinna att denne har blivit utsatt för diskriminering. Diskrimineringen stannar inte vid kön, 33 procent upplever sig ha blivit diskriminerade på grund av sin ålder, och hela 59 procent av de som upplevt diskriminering menar att de blivit utsatta på grund av sin hudfärg, nationalitet eller sitt språk. Situationen är illavarslande. Ojämställdhet är uppenbarligen inte bara något som präglar gamla tunga börsbolag grundade av Leif, Göran och Anders. Strukturerna är också djupt rotade bland yngre och lever vidare genom Daniel, Jacob och Sebastian. Den stora skillnaden är egentligen fler sneakers och pingisbord, och färre kostymer.

Techbolagens grundare har förvisso talang för att få saker att hända snabbt. Nyckeln till snabbheten är slarviga rekryteringsprocesser som slutar med att kvinnor förbises till förmån för killkompisar. Att tänka lika leder ofta till rappa beslut, men snabbhet och liktänkande leder sällan till långsiktig tillväxt. Många techbolags akilleshäla är istället att de växer för fort. Tjoff så har medarbetarna gått från fem till femhundra och helt plötsligt slår kvinnor och minoriteter larm om oschyssta förhållanden.

Det leder till problem. Dåligt rykte gör det svårt att behålla och rekrytera talanger. Vilket leder till tappad innovation. Vilket leder till bolagsdöd. Många techbolag kommer inte ens så långt utan går i graven innan vi hör talas om dem.

Drivkraften till att bygga bolag verkar mer vara en fråga om snabba pengar och prestige istället för långsiktighet. Detta återspeglas inte minst i den slappa synen på likabehandlingsarbetet. Alltför ofta förläggs jämlikhetsarbetet på en eldsjäl som får den otacksamma uppgiften att utträta underverk utöver sina ordinarie arbetsuppgifter. En smart strategi om målet är att göra inkludering till en garderobsfråga.

Techbolagen är experter på att knäcka kod, men mångfaldskoden har de fortfarande kvar att knäcka. Att vita män dominerar innovationsteamerna har redan fått konsekvenser. Ansiktsigenkänning som inte tar hänsyn till icke-vita ansikten, taltjänster som har svårt att tyda kvinnors röster och röstassistenter som Siri och Alexa, som svarar flörtigt på sexuella trakasserier är bara några skräckinjagande exempel från verkligheten.

Techbolagen sitter på stor makt att forma vårt samhälle. Att exkludera hela målgrupper är oacceptabelt - och rimmar illa med lovord om nytänkande och innovation.

---

AMANDA LUNDETEG,  
VD ALLBRIGHT

# INNEHÅLL

---

3	Jakten på stjärnglans hindrar kvinnor
5	Unga män bevarar mansdominans
6	Diskriminering drabbar var fjärde
7	Gräddfil för grabbar
8	Mångfald ingen garant för inkludering
9	Tech prioriterar ej organisation
10	Kvinnor väntas vårda tech
11	Kvinnor som grundare motas i dörren
12	Snabba affärer går före mångfald
13	Eldsjälar får otacksam uppgift
14	Likriktning leder till sämre kvalitet
15	Råd för en diversifierad techbransch
16	Tidigare rapporter
17	Data

# UNGA MÄN BEVARAR MANSDOMINANS

Fler sneakers och något färre kostymer. Bakom ytan i den unga, snabba techbranschen frodas däremot samma mansdominans som i det gamla näringslivet. Visserligen är männen yngre, men ändå missar techbolagen konsekvent kompetens genom att tacka nej till kvinnor i ledande positioner. Endast två techbolag har en jämställd ledningsgrupp och bara ett av bolagen har en kvinna som vd.

Techbranschen är ung och ska vara nytänkande. Ändå upprepas samma mönster som hos de äldre bolagen på börserna. Totalt når techbolagen endast upp till 29 procent kvinnor i ledande positioner. Tech är därmed bara snäppet

ANDEL KVINNOR PÅ LEDANDE  
POSITIONER I TECHBOLAG

# 29%

bättre än näringslivet i stort, där snittet ligger på 24 procent. Ett annat skäl till oro är att techbolagen är betydligt sämre än börsgiganterna på att se kompetensen i hela befolkningen.

Bland techbolagens linjeförare är kvinnorna nämligen mycket få. På linjeposterna återfinns magra 12 procent kvinnor - att jämföra med 16 procent för börserna i stort. Faktum är att endast en tredjedel av bolagen överhuvudtaget har en kvinna som linjeförare. Detta är oroande då linjeposterna är en erkänd rekryteringsbas för vidare karriär som vd. Pernilla Ekman, tidigare vd för Zound Industries och en av få vd-kvinnor inom tech, fick tidigare i år lämna bolaget mitt under föräldradaglighet. Signalen kan lätt tolkas som att ledarkvinnor inte är efterfrågade.

Av samtliga bolag som Allbright har granskat uppvisar endast två en jämställd ledningsgrupp. Det är modeföretaget Na-kd och ljudboksförlaget Storytel. Trots att Storytel återfinns i toppen har de bara en enda kvinna i linjeförarposition. Linjeförarna pekar i högsta grad ut bolagets framtida riktning. Om kvinnor inte finns representerade på högsta nivå riskerar bolag att missa kvinnors perspektiv, något som kan sätta krokben för framtida utveckling.

Listans enda vd-kvinna återfinns hos spelbolaget Paradox Interactive. Det är förvissat uppfriskande att se vd Ebba Ljungerud leda ett bolag inom ett historiskt mansdominerat fält. Paradox Interactive snubblar dock alltså på mållinjen och når inte helt upp till en jämställd ledningsgrupp, med 33 procent kvinnor i ledande position.

ALLBRIGHTS VD AMANDA LUNDETEG KOMMENTERAR:

“Att endast fem av fjorton bolag har kvinnor representerade i linjen är genant. Från andra branscher vet vi på Allbright att bästa receptet för att få fler kvinnor i linjen är att ha en kvinna på vd-posten. Vd-kvinnor tenderar nämligen att utklassa vd-männen när det kommer till att hitta kompetenta kvinnor.”

## ALLBRIGHTS TECHRANKING

#	Bolag (andel kvinnor i ledningsgruppen)		
1	Na-kd (40%)	8	Boozt (29%)
2	Storytel (40%)	9	King (25%)
3	Spotify (38%)	9	Zound Industries (25%)
4	Paradox Interactive (33%)	11	Truecaller (20%)
5	Izettle (31%)	12	Klarna (17%)
6	Voi (30%)	12	Tobii (17%)
7	Kry (29%)		
			Mojang har ej delgett information om ledningsgruppen.

Bolagen har rankats utifrån närhet till jämställd representation (40/60). Rankingens utförande i följande prioriteringsordning: könsfördelning i ledningsgruppen och könsfördelning bland linjeförare inom ledningsgruppen.

# DISKRIMINERING DRABBAR VAR FJÄRDE

Var fjärde medarbetare har utsatts för diskriminering. Det visar den enkät som anställda på techbolagen besvarat. Bland de kvinnor som svarat har över en tredjedel blivit utsatta för diskriminering. Tydligt är att kvinnor och icke-vita medarbetare är överrepresenterade bland de som riskerar att drabbas.

Diskriminering är tyvärr ett fortsatt stort problem bland de annars nytänkande techbolagen. I en anonym enkät som skickats ut till de anställda på techbolagen i fråga anger hela 27 procent att de utsatts för diskriminering. Bland de kvinnor som fyllt i enkäten är siffran ännu högre - 36 procent uppger sig ha utsatts. Mest alarmerande är dock att hela 58 procent av de icke-vita kvinnor som besvarat enkäten har upplevt diskriminering.

Tydligt är att den som utsätts för diskriminering riskerar att bli det av fler skäl än ett. Bland de som uppger sig ha diskriminerats anger 82 procent att deras kön varit skälet. 33 procent anger sig ha drabbats av åldersbaserad diskriminering och hela 59 procent menar att de blivit utsatta på grund av sin etniska bakgrund, i form av hudfärg, nationalitet eller språk.

Enkäten uppvisar även tydliga skillnader bland de anställdas framtidsutsikter. Av samtliga svaranden upplever 77 procent att det företag de arbetar på erbjuder lika möjligheter för anställda, oavsett identitet

ANDEL KVINNOR  
SOM UPPGER ATT DE  
UTSATS FÖR SEXUELLA  
TRAKASSERIER

21%

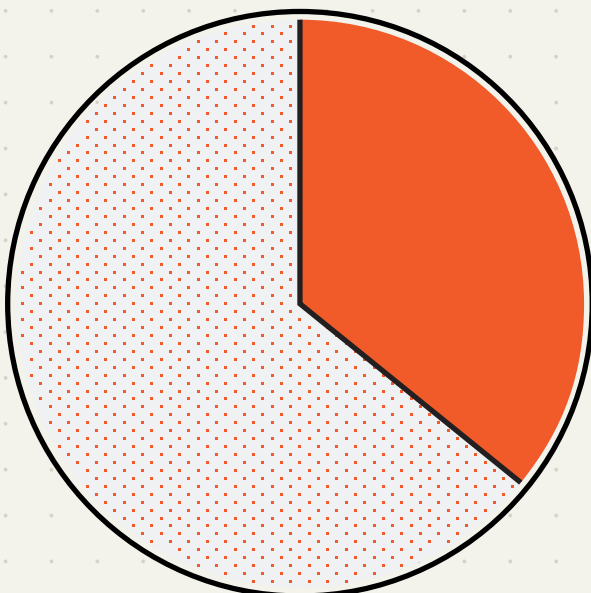
eller etnisk bakgrund. Bland de icke-vita medarbetarna är siffran dock markant lägre. Endast 69 procent upplever sina arbetsgivare erbjuda lika möjligheter för alla anställda. Enkäten bekräftar därmed de studier som visar att den som tillhör normen inte alltid är benägen att upptäckta exkluderande kultur eller diskriminering.

Som kvinna inom tech löper du stor risk att bli utsatt för sexuella trakasserier. Att 14 procent av de svarande uppger sig ha utsatts för sexuella trakasserier är i sig oroande. Bland de kvinnor som besvarat enkäten är siffran dock ännu högre, enkätsvaren visar att var femte kvinna har drabbats. Långt ifrån en välkomnande eller inkluderande branschkultur.

ALLBRIGHTS VD AMANDA LUNDETEG KOMMENTERAR:

“Något luktar ruttet i techbolagens kultur. Läget är akut inte bara för representationens skull. Att säkra medarbetarnas trygghet måste vara den första stenen i varje bolagsbygge. När var femte kvinna utsatts för sexuella trakasserier är det omöjligt att prata om inkluderande arbetsplatser. Knappast en grund för en hållbar bransch.“

ANDEL KVINNOR SOM UPPLEVT DISKRIMINERING PÅ ARBETSPLATSEN



36%

# GRÄDDFIL FÖR GRABBAR

Techbolagen plockar hellre en grabbkompis än rekryterar en kvinna. Mer än var femte medarbetarna upplever att befordringar inte fördelas rättvist och meritokratiskt, visar Allbrights enkätsvar. "HR-avdelningen består ofta uteslutande av kvinnor och nästan alla utvecklare är män. Det finns en mångfald gällande ursprung inom tech men inom andra avdelningar är det definitivt mer homogent", förklarar en av intervjupersonerna.

Interna rekryteringar och befordringar är många techbolags svaghet. "Det är lite som vilda västern", sammanfattar en av intervjupersonerna det. Hen är inte ensam. I den enkät som besvarats av medarbetare på techbolagen upplever hela 22 procent att beslut gällande befordringar inte fördelas rättvist. I en ung bransch blir personliga nätverk många medarbetares bästa merit. Det öppnar för en gräddfil för unga män.

Roller som inte utannonseras eller endast utannonseras internt, ofta med en redan tilltänkt kandidat, är regel snarare än undantag hos många techbolag. En av intervjupersonerna sammanfattar kulturen:

**"Man pratar med sina polare när det ska befordras och rekryteras - och kvinnor ses inte som polare. Nyligen var det en roll som var vakant. Jag är kompis med killarna på ledande positioner så jag visste att de inte planerade att lägga ut en annons, då en person redan var tilltänkt."**

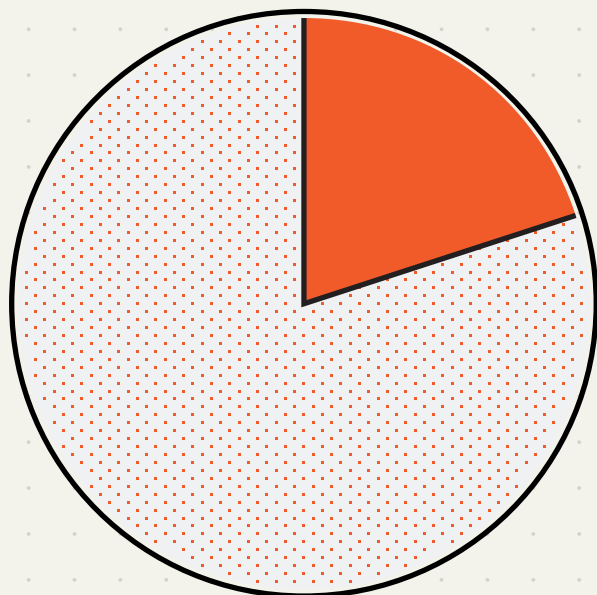
Vid ett annat bolag hade ledningsgruppen tillsatt områdeschefer som i sin tur handplockat personer till roller i deras team. Med undantag från en kvinna bestod både ledningsgrupp och områdeschefer uteslutande av män. Följaktligen blev det främst män som handplockades till rollerna. När ledningsgruppen tillfrågades huruvida det hade tagits hänsyn till jämställdhet eller mångfald i rekryteringarna kom svaret - nej, det var inget de reflekterat över. En mellanchefer förklarar:

**"Jag har tre nivåer upp till vd-posten, så jag är ganska högt uppsatt. Men jag känner att jag aldrig kommer komma upp till ledningsgruppsnivå om jag inte blir tjejn med den och den."**

**ALLBRIGHTS VD AMANDA LUNDETEG KOMMENTERAR:**

**"Att vara en stjärna på kod eller polare med vd:n är inte samma sak som att vara en bra chef. I techbolagen verkar skolgårdsmentalitet råda och kompisarna får förtur. Att välja chef efter magkänsla kan bli en dyrköpt historia, speciellt eftersom techbolagens chefer helst rekryterar sin egen spegelbild".**

UPPLEVER ATT BESLUT GÄLLANDE BEFORDRINGAR INTE FÖRDELAS RÄTTVIST



22%

# MÅNGFALD INGEN GARANT FÖR INKLUDERING

Budskapet bland techbolagen är tydligt - talang trumfar geografiskt läge. Av de intervjuade HR-cheferna lyfter nio av tio att de har initiativ på plats för att attrahera och rekrytera talanger världen över. Tydligt är dock att det krävs fortsatt arbete för att säkra lika karriärvägar för samtliga medarbetare. Närmare hälften av bolagens kvinnor och icke-vita anställda upplever sig ha svårare att göra karriär inom tech på grund av sin identitet eller etniska bakgrund.

Techbolagen ser inte språk eller geografiska gränser som hinder när de rekryterar anställda. De HR-chefer Allbright intervjuat lyfter flertalet initiativ för att attrahera talanger världen över. Nio av tio bolag har engelska som koncernspråk och ser därmed till att allt material och alla möten hålls på engelska - ett måste för en internationell arbetsstyrka.

Två av bolagen tar upp att de även hjälper till med praktiska detaljer som boende och visum. En HR-chef vid ett av bolagen förklarar:

**“Vi har anställt en konsultfirma som hjälper oss med arbetstillstånd. Det är en ganska stor kostnad men den är helt självklar för oss att ta. Vi skulle inte ha samma tillgång till talanger annars.”**

En utvecklare vid ett av bolagen menar dock att en diversifierad arbetsstyrka inte är någon garanti för mångfald på ledningsgruppsnivå:

**“Ledningsgruppen är väldigt vit och väldigt svensk, det finns ett tydligt glastak där”.**

Hen är inte ensam om åsikten. Enligt den enkät som anställda på techbolagen har besvarat upplever hela 47 procent av de icke-vita anställda att det är svårare för dem att ha en framgångsrik karriär inom tech på grund av sin identitet eller etniska bakgrund. Bland de kvinnor som fyllt i enkäten är motsvarande siffra 45 procent. En tydlig skillnad från männens enkätsvar, där 96 procent av de vita män som besvarat enkäten inte ser sin etniska bakgrund eller identitet som ett hinder.

ALLBRIGHTS VD AMANDA LUNDETEG KOMMENTERAR:

**”Nätverk, kontakter och att vara vit man är givna meriter för en framgångsrik karriär. Även i en bransch som rekryterar över land- och språkgränser.”**

UPPLEVER DU ATT DIN IDENTITET ELLER BAKGRUND PÅVERKAR DIN KARRIÄRUTVECKLING NEGATIVT?

DÄR SVARANDEN ÄR ICKE-VITA  
KVINNOR

67%

DÄR SVARANDEN ÄR VITA MÄN

4%



# TECH PRIORITERAR EJ ORGANISATION

Hos techbolagen märks ett yrvaket intresse för jämställdhet och mångfald. Det visar intervjuer med chefer med ansvar för frågan på techbolagen. Hälften av techbolagen Allbright pratat med uppger att de nyligen satt upp rutiner och instruktioner för att rekryteringar ska bejaka mångfald.

Majoriteten av techbolagen förklarar sig med att de i startfasen är fokuserade på tillväxt i affären snarare än mångfaldsfrågor. I startfasen letar många av techbolagens grundare i stället efter kompetens i de personliga nätverken.

En av techbolagens HR-chefer beskriver problembilden:

**“Vi är en startup. För bara några år sedan bestod bolaget av fem personer. Då tog man in någon man kände som var bra på siffror.”**

Faran med ”kompis-rekryteringar” är att metoden tenderar att leva kvar även när bolaget växer sig allt större. En medarbetare Allbright intervjuar menar att techbranschen ofta utgår från rekommendationer när nya talanger ska rekryteras. Hen menar att det är svårt att komma in i branschen utan att känna någon på insidan.

En operativ chef vid ett av bolagen menar också att den snabba tillväxttakten kan sätta käppar i hjulet för en jämställd rekrytering:

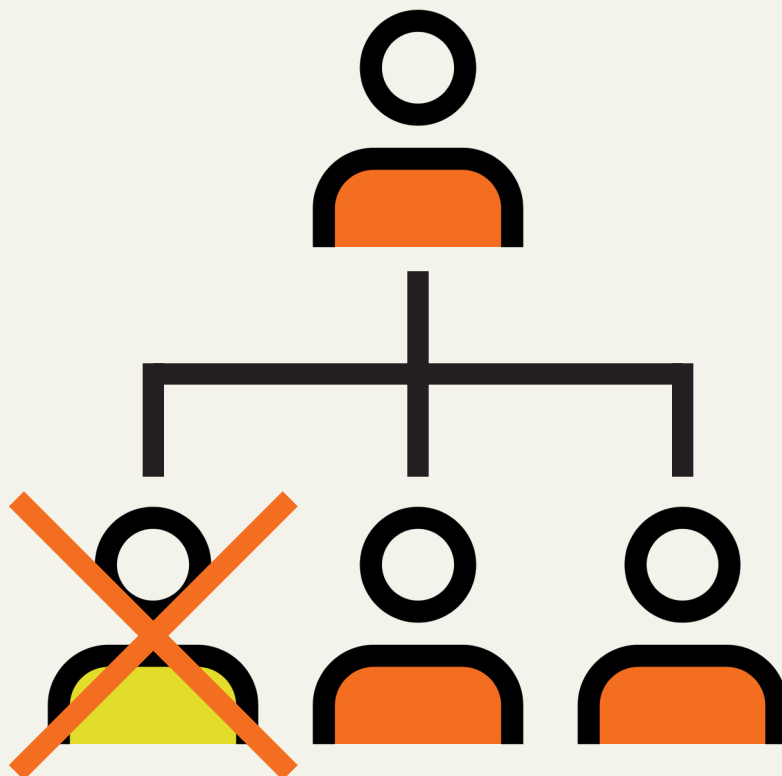
**“Vi har högt tempo när det kommer till rekryteringar. Måste vi leta extra länge för att hitta en kvinna till en roll, ja, då blir det ofta istället en man.”**

Det snabba rekryteringstempot innebär att göra avkall på mångfalden. Frågan skjuts på framtiden, något att ta itu med i ett senare skede. En partner vid ett investmentbolag fördömer techbolagens tillväxtstrategi:

**“Har du inte byggt en solid organisation och löst mångfaldsfrågan när företaget har 500 medarbetare blir det mycket svårt. Det är viktigt att jobba med det från början. Då kan vi som investerare också bidra med att tidigt få in en kvinna på en ledande position.”**

ALLBRIGHTS VD AMANDA LUNDETEG KOMMENTERAR:

**“Techbolagens vd:ar talar gärna tillväxt. För att vara trovärdiga måste vd:arna från dag ett välja mellan likformighet eller innovation. Och förstå att mångfald är en nyckel till bred innovation. En nyckel som är svår att konstruera i efterhand.”**



# KVINNOR VÄNTAS VÅRDA TECH

Det som inte går att kvantifiera är inte värt att göra. I alla fall inte enligt de medarbetare Allbright pratat med. Över hälften av techbolagen som intervjuats saknar uttalade rutiner för arbetsuppgifter som att anteckna på möten eller koordinera evenemang. Enligt den enkät som medarbetare på techbolagen besvarat upplever var fjärde techkvinna att administrativa arbetsuppgifter inte fördelas rättvist.

Likt obetalt hemarbete förväntas kvinnor ta ansvar för icke-meriterande arbetsuppgifter, som att anteckna eller ställa i ordning vid möten. Än värre är att kvinnor riskerar att straffas ifall de inte erbjuder sig. Forskning visar nämligen att kvinnor som vägrar utföra dessa arbetsuppgifter får sämre utvärderingar och mer sällan blir rekommenderade till befordringar.

De techkvinno Allbright intervjuat tillämpar två strategier. En femtedel vägrar helt att utföra dessa sysslor, trots att de är väl medvetna om att det förväntas av dem. Knappt hälften menar istället att det är en lätt fälla att hamna i, något en chefskvinna medger:

**“Innan jag själv blev chef ordnade jag teamfika och sådant som egentligen inte ingick i min roll.”**

Inom techbolagen fokuserar verksamheten på produktion. En utvecklare vid ett av företagen förklarar:

**“Du utvärderas utifrån vilken feature du jobbat mest med. Det är svårt att argumentera för att något utöver att skriva kodrader är viktigt.”**

Över hälften av bolagen som intervjuats har inte några formella rutiner på plats för icke-meriterade arbetsuppgifter. En operativ chef vid ett av bolagen kommer med ett talande exempel:

**“Vi har en årlig konferens och de som erbjuder sig att koordinera är kvinnor, trots att vi är techbolag där majoriteten av de anställda är män.”**

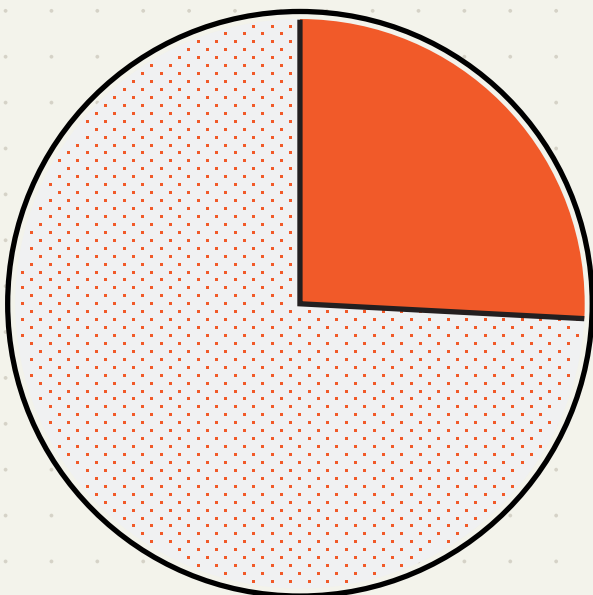
Vid ett annat företag vidareutvecklar en medarbetare analysen:

**“Dessa stora techbolag lockar till sig folk som bara vill ha ett bra cv, som inte har som ambition att stanna kvar och bidra till kulturen. Folk är kräsna med vilket jobb de vill göra och inte göra.”**

**ALLBRIGHTS VD AMANDA LUNDETEG KOMMENTERAR:**

**“Att kvinnor rekryteras till techvärlden för att anteckna och koka kaffe är förstås alarmerande. Grundproblemet är inte att kvinnorna saknar kompetens, utan att chefmännen lever i en bubbla. De har flyttat från grabbrummet hemma till grabbrummet på jobbet. Det borde oroa investerarna.”**

ANDEL KVINNOR SOM ANSER ATT ADMINISTRATIVA ARBETSUPPGIFTER INTE FÖRDELAS RÄTTVIST



# 26%

# KVINNOR SOM GRUNDARE MOTAS I DÖRREN

Sverige har flertalet gånger hyllats för att vara världens techmecka efter Silicon Valley. Men trots att forskningen visar att mångfald leder till större nytänkande och innovation är grundarna av de svenska techbolagen en påtagligt homogen grupp. Bland 37 grundare återfinns endast en kvinna.

Bland techbolagen som Allbright har granskat återfinns endast en grundare som är kvinna, nämligen Josefin Landgård, medgrundare av Kry. Det är långt ifrån ett unikt mönster. Att endast en procent av det svenska riskkapitalet går till bolag grundade av kvinnor är sedan länge känt.

Profilen för vem som blir en framgångsrik techgrundare är hittills mycket snäv. När Allbright tittar närmare på grundarnas bakgrunder visar sig några tydliga mönster. En dryg fjärdedel har sin examen från Handelshögskolan i Stockholm. Ännu en fjärdedel har en bakgrund på Kungliga Tekniska Högskolan. Detta, trots att det finns ett tjugotal svenska universitet och högskolor som erbjuder likvärdiga utbildningar. Många av bolagen har grundats under eller strax efter studietiden och ofta startar man bolag med sina studiekompisar och anställer sedan ytterligare studiekamrater.

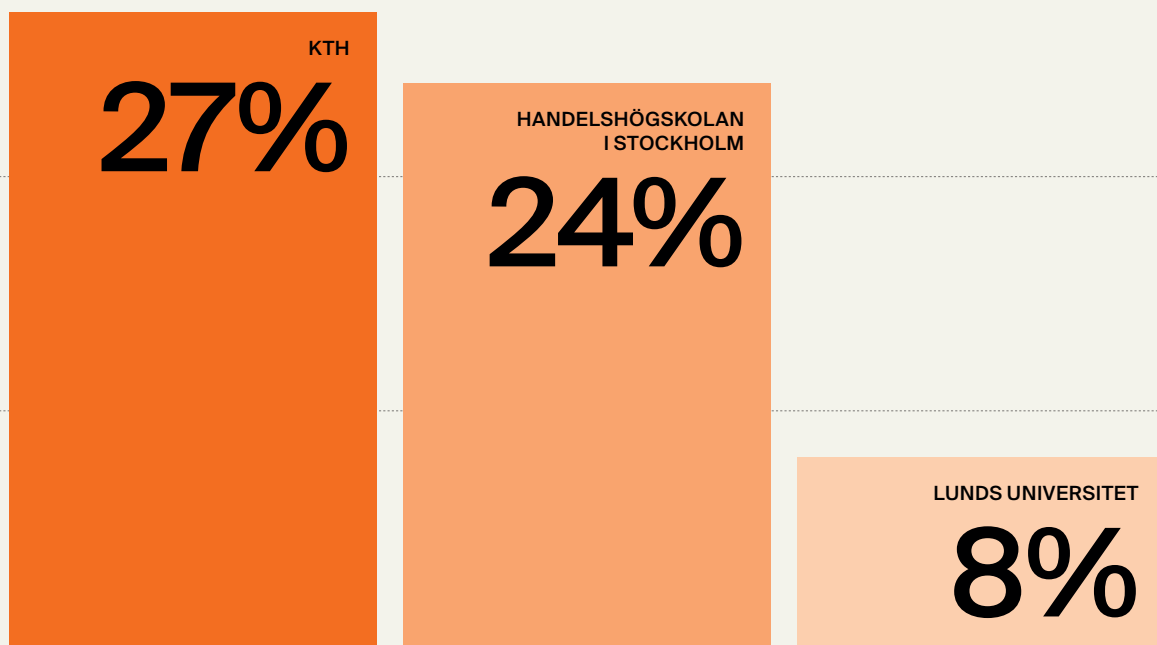
Känner grundarna inte varandra sedan studietiden finns stor sannolikhet att de har gemensam bakgrund inom något annat techbolag. Några av de gemensamma nämnarna är exempelvis Spray, Stardoll och Tradedoubler. Det påminner om techjättar som Apple, Microsoft och Facebook som alla grundats av män som känner varandra från skoltiden.

Truecallers grundare är listans enda med utomeuropeisk bakgrund. Mycket riktigt bekräftas tesen om att vita män har lättast att få finansiering. Studier visar att lika väljer lika och investerare är likt oss andra mer benägna att investera i personer som liknar dem själva - oavsett om det gäller bakgrund, bekantskapskrets eller kön.

**ALLBRIGHTS VD AMANDA LUNDETEG KOMMENTERAR:**

**”Det är såklart bekvämt att rekrytera kopior av sig själv, men ska bolaget växa krävs mångfald. Ska bolagen verkligen bli nytänkande, måste de bryta sig loss från idén om den manliga nörden. Dagens techbransch är oroväckande för framtiden.”**

## VANLIGASTE UTBILDNINGSBAKGRUNDEN BLAND GRUNDARE



# SNABBA AFFÄRER GÅR FÖRE MÅNGFALD

Efter metoo är investerare i techbranschen överens. Samtliga intervjuade investerare uppger att jämställdhet och mångfald är viktiga frågor som måste upp på agendan. Men att prata om ämnet är en sak, att skapa faktiska åtgärder och regler en annan. En intervjuperson som fram till nyligen var högt uppsatt på ett investmentbolag uppger att hen lämnat branschen då "den egentligen inte bryr sig om varken jämställdhet eller klimat".

Allbright har intervjuat fem av de tidiga investerarna i stora svenska techbolag. Trenden är tydlig. Det är allt fler som pratar om jämställdhet och mångfald inom branschen. Det är ett måste om investmentbolagen ska överleva i dagens klimat. Samtidigt märks stort fokus på tillväxt och nästa tillfälle att hämta in pengar, för att öka tillväxten ytterligare.

Samtliga investmentbolag Allbright talat med uppger att de jobbar med mångfaldsfrågan internt med hjälp av exempelvis utbildningar inom omedvetna fördomar. Däremot ställer investmentbolagen inte några hårda krav när det kommer till bedömning av eventuella portföljbolag. Istället pratas det om "helhetsbilder" och att göra en "grundlig research" där jämställdhet och mångfald absolut är en del, men där eventuella chanser till stor vinst alltid trumfar mångfaldsfrågorna.

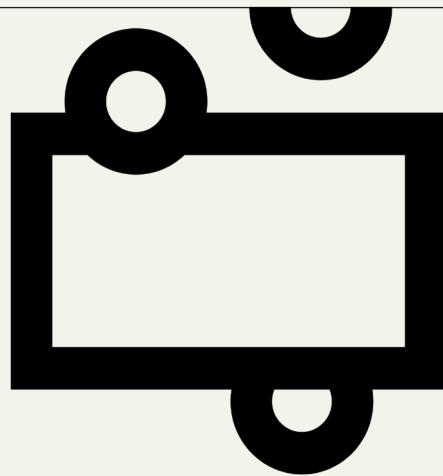
Att team med en högre grad av mångfald är mer effektiva upprepas som ett mantra. Hos investmentbolagen själva är det dock övervägande män som är partners. Hos tio av de största investerarna återfinns endast 12 procent kvinnor på partnernivå.

Att en likriktad grupp män sitter på makten över investeringar har historiskt sett missgynnat affärsidéer och perspektiv som står kvinnor närmare. En grundare förklarar hur techvärlden därför riskerar att missa halva marknaden:

**"Det är främst män som sitter på kapitalet och då investerare vill känna sig trygga så investerar de ofta i saker som de känner igen och förstår direkt utan att göra ordentlig efterforskning. Då blir det som det blir. Jag känner många frustrerade grundare som är kvinnor som antingen inte fått chansen att pitcha eller fått oseriösa och oinsatta frågor tillbaka."**

**ALLBRIGHTS VD AMANDA LUNDETEG KOMMENTERAR:**

**"Investmentbolagen har en möjlighet att driva på förnyelsen och bygga starkare techbolag. Men endast ett av investmentbolagen har hotat med att dra in pengarna om ett portföljbolag inte lägger resurser på att jobba med jämställdhet och mångfald. Hos investmentbolagen är det tydligt mer vers än verkstad som gäller."**



## ANDEL KVINNOR BLAND PARTNERS HOS GRANSKADE INVESTMENTBOLAG

12%

## GRANSKADE INVESTMENTBOLAG

Atomico

Creandum

Equity

EQT

Kinnevik

Northzone

Spiltan

Sunstone

Vostok New Ventures

Zenith

# ELDSJÄLAR FÅR OTACKSAM UPPGIFT

Det viktiga arbetet för inkludering tenderar att placeras ut på frivilliga anställda, som förväntas utföra arbetet utöver sina ordinarie arbetsuppgifter. Hälften av bolagen som intervjuats uppger att arbetet drivs av medarbetare som anmält sig av fri vilja. Att arbetet läggs på eldsjälarna riskerar att leda till en ohållbar arbetsbelastning. Det sänder även ut en tydlig signal - ledningsgrupp med vd i spetsen äger inget ansvar.

Vd:ar och ledningsgrupper i techbolagen tar inte ansvar för den interna mångfalden. En medarbetare vid ett av bolagen förklarar:

**“Det finns inget jättestort engagemang på ledningsgruppsnivå. Det är okej att arbeta för jämställdhet och mångfald, så länge man kan ro hem argumentet att vinst och omsättning påverkas positivt. Men arbetet har inget egenvärde.”**

Istället har arbetet för mångfald delegerats till internt konstruerade grupper, bestående av frivilliga medarbetare. Kulturkommittéer, mångfaldsgrupper och ambassadörer är bara några av namnen på de initiativ som ska säkerställa en inkluderande techbransch. Namnen signalerar att grupperna har mindre affärsnytta. Det gör att resultatet av deras arbete sällan tillåts få någon avgörande affärsmässig effekt.

Dessutom uttrycker bolagsledarna indirekt att den som känner sig exkluderad eller diskriminerad själv ska lösa problemet. En techmedarbetare berättar:

**”Mitt team får ta emot många personer som inte trivs i andra delar av organisationen på grund av problematisk jargong.”**

Vidare lyfter anställda att de har svårt att genomdriva konstruktiva förändringar. Chefernas kunskaper är ofta för grunda för att de ska förstå betydelsen och relevansen i diskussionen. De ser inte symbolfrågornas affärsmässiga effekter, upprepar flera av de intervjuade.

**“När vi genomför enkäter finns det inga andra alternativ än 'male' och 'female'. Vi har framfört vikten av fler alternativ, då alla anställda inte identifierar sig som män eller kvinnor. Men företaget säger nej. Då blir vi bakbundna. Utan statistik har vi svårt att påvisa att det finns ett problem.”**

Hälften av bolagen Allbright pratat med samarbetar med branschorganisationer i syftet att öka det egna bolagets jämställdhet. Trots att dessa samarbeten gärna visas upp utåt, menar medarbetare att det är svårt att driva igenom verklig förändring:

**“CSR lyfts ofta fram som en viktig strategi inom koncernen. Men åtgärderna är få. Min kollega fick prata med väldigt många, bland annat vd, för att få stöd för att driva igenom ett projekt. Det slutade med ett evenemang. Jag vet inte om det finns möjlighet att ha fler.”**

**ALLBRIGHTS VD AMANDA LUNDETEG KOMMENTERAR:**

**”Techbolagen agerar anmärkningsvärt kortsiktigt. De använder gärna inneuttryck som CSR och mångfald, men låter det sedan bli en garderobsfråga. Frågorna får aldrig affärsmässig betydelse. För att arbetet ska få full effekt måste det genomsyra hela organisationen och ledas av koncernledning med vd i spetsen.”**



# LIKRIKTNING LEDER TILL SÄMRE KVALITET

Techbranschens brist på 70 000 personer kan branschen delvis lösa med hjälp av mångfald. Dels skulle det direkt nära dubbla rekryteringsunderlaget. Dessutom skulle en bredare syn på kompetens och vem som bär på den öppna för rekryteringar i nya grupper. Detta hoppas branschorganisationer som Allbright har intervjuat.

En medvetenhet om problemet och en vilja att lösa det - men låg kunskap om hur detta ska göras. Det är branschorganisationernas dom gällande techbranschens arbete för jämställdhet. På sikt kan den låga andelen och det stora utflödet av kvinnor bli ett kvalitetsproblem, varslar organisationerna.

Det finns sällan ett aktivt motstånd mot att få in fler kvinnor hos de stora techbolagen. Problemet är snarare en låg kunskapsnivå, menar representanter för branschorganisationer:

**“Bolagen är medvetna om problemet och det finns generellt en vilja att lösa det, men det kan bli fel ändå. De saknar kompetens och struktur. Ett förslag är att ta in extern hjälp.”**

Ett återkommande problem som lyfts är att arbetet för jämställdhet och mångfald inte genomsyrar hela organisationen:

**“HR är ofta engagerade, men får sällan stöd uppifrån. De hamnar i kläm, då de inte sitter på makten att bestämma över alla rekryteringar och befordringar.”**

Techbranschen är dock inte helt utan kvinnor. I klassiskt kvinnligt kodade roller är kvinnor rentav över-representerade. Föga förvånande är nio av tio HR-chefer kvinnor. Könsuppdelningen inom tech är än mer stereotyp än inom det övriga näringslivet, där HR-chefer utgörs av 72 procent kvinnor.

En branschrepresentant lyfter att det saknas hela 70 000 personer för att bemanna alla vakanser inom tech:

**”Bristen på kvinnor i tech riskerar att bli ett kvalitetsproblem. Kulturen på arbetsplatsen blir för grabbig. Det gör att många av de techkvinnor som finns inom branschen också övervägt att lämna den. Inte på grund av arbetsuppgifterna, utan på grund av arbetsplatskulturen.”**

De kvinnor med teknisk kompetens som väl stannar i branschen känner ofta press att ta sig an andra roller än män, som exempelvis projektledare. Bolagen tycks även förvänta sig att kvinnor oftare vill ha personalansvar. Och rollerna är inte så mycket chefsroller, utan en mer omhändertagande mammaroll. En bild som bekräftas av en utvecklare vid ett av bolagen:

**“Många fler kvinnor än män går från en utvecklarroll till någon typ av teamchef. Jag har också fått frågan. Varje år när det är medarbetarsamtal blir jag erbjuden personalansvar och måste tacka nej, då det jag vill jobba med är teknik. Jag är den enda av mina kollegor som får frågan, för att jag är kvinna.”**

**ALLBRIGHTS VD AMANDA LUNDETEG KOMMENTERAR:**

**”Det är inte konstigt att techbolagen saknar kompetens, när de utgår ifrån att bara män bär på den. Techvärlden skulle kunna växa fortare och med mer kvalitet om de öppnade för fler techkvinnor. Och inte utkrävde mammarollen på jobbet.”**

**70 000  
PERSONER**

SAKNAS FÖR ATT BEMANNA  
ALLA VAKANSER INOM TECH

# RÅD FÖR EN DIVERSIFIERAD TECHBRANSCH

Techbranschens utmaningar till trots jobbar flertalet bolag aktivt för att bli bättre. Att lyckas rekrytera och behålla talang är en fråga om att vinna eller försvinna - speciellt i en bransch som tampas med kompetensbrist.



## REKRYTERA RÄTT

Letar ditt företag efter nästa "rockstar ninja"? Tänk om. Tänk istället: kvalitetssäkra rekryteringarna och locka en bredare målgrupp av talanger. Låt alltid en av två intervjuare vara en kvinna. Låt alla kandidater gå igenom exakt samma process. Ett av techbolagen lyfter även vikten av att titta bortom första intryck och social förmåga, och se kompetens bortom meriter - speciellt gällande personer med neuropsykiatrisk funktionsnedsättning.



## UTBILDA

Med saklig insikt om problemet går det att arbeta för att motverka det. Flera av bolagen som Allbright pratat med har infört obligatoriska utbildningar för alla medarbetare i frågor som omedvetna fördomar, normer och inkluderande kultur. Det är en bra start. Men få bolag låter den nya kompetensen märkas i vardagen. Det är först när chefer visar att de förstått som förändringen kan börja.



## ALLIERA

Att uppmärksamma och ifrågasätta exkluderande beteende är ett viktigt sätt att ta ställning och ta det första steget mot att förändra. Genom utbildning och workshoppar kan bolagen bygga ett gemensamt arbete så att ansvaret och verktygen finns hos alla medarbetare, inte hos den som utsätts eller exkluderas.



## ANPASSA

Techbolagen har flera initiativ på plats för att inkludera flera. De kan fler ta efter. Ett av bolagen tillämpar flexibla röda dagar, där exempelvis en ledig nyårsdag kan bytas ut mot ledigt under Pride eller Eid al-fitr. Ett av bolagen uppmuntrar föräldraledighet genom att alltid ta in en ersättare om någon är borta. För de föräldrar som jobbar finns både skötrum och lektrum på kontoret. Ett techbolag har även tillgänglighetsansvariga, vars fokus är att se till att arbetsmiljön är tillgänglig för alla oavsett funktionsuppsättning.



## FÖLJ UPP

Techbranschen är datadriven - använd den data som finns tillgänglig, även i rekryteringarna och de årliga utvärderingarna av medarbetarna. Följ upp data för befordringar för att se till att mäns prestationer inte övervärderas och kvinnors undervärderas. Flertalet bolag skickar även frekvent ut enkäter till medarbetarna med fokus på frågor som kultur, trivsel och diskriminering.



## REPRESENTERA

Flera bolag lyfter vikten av representationen externt. Exempelvis har karaktärer i spel ändrats eller lagts till för att motverka stereotyper och modeller av olika hudfärg, kroppsstorlek och könsidentitet används i flera bolags kommunikation för att attrahera en större kundgrupp. Dessutom attraherar en inkluderande kommunikation en större mångfald bland potentiella nya medarbetare.

# TIDIGARE RAPPORTER

OKTOBER 2019



APRIL 2019



OKTOBER 2018



MARS 2018



SEPTEMBER 2017



MARS 2017



MARS 2016



SEPTEMBER 2015



MARS 2015



NOVEMBER 2014



MARS 2014



NOVEMBER 2013



FEBRUARI 2013



SEPTEMBER 2012



FEBRUARI 2012



## VI SOM ARBTETAT MED RAPPORTEN

AllBright: Amanda Lundeteg, Claes Hemberg, Maija Inkala och Omar Bellini.  
Volontärer: Cissy Avrin, Emmy Jansson, Erika Rydgren och Ingrid Fagerström.  
Datainsamling samt intervjuer genomförda mellan januari - mars 2020.



# DATA

---

---

Data gällande andel kvinnor i ledningsgruppen har samlats in via representanter för bolagen, alternativt via bolagens hemsidor. Datan har samlats in under januari till mars 2020.

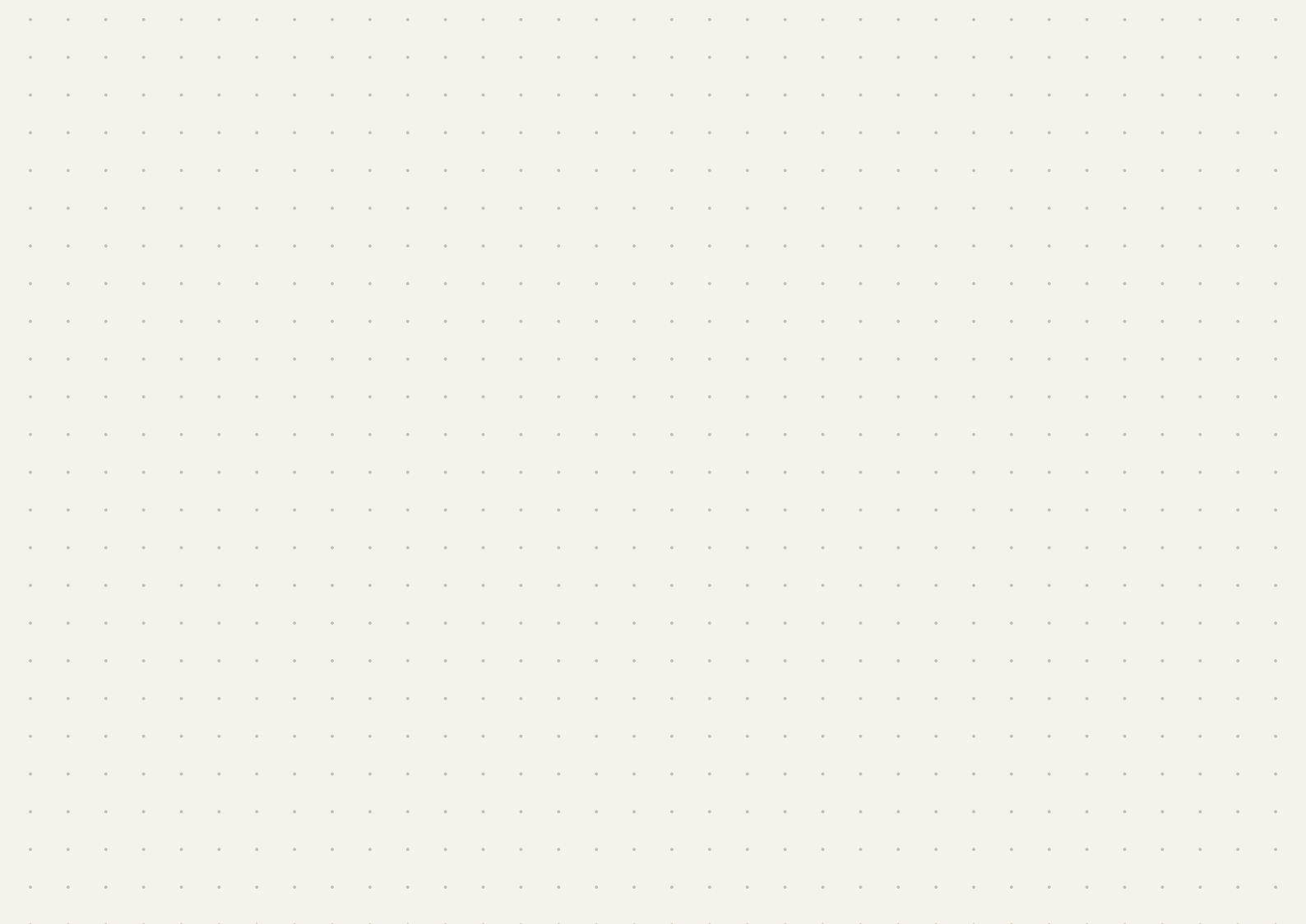
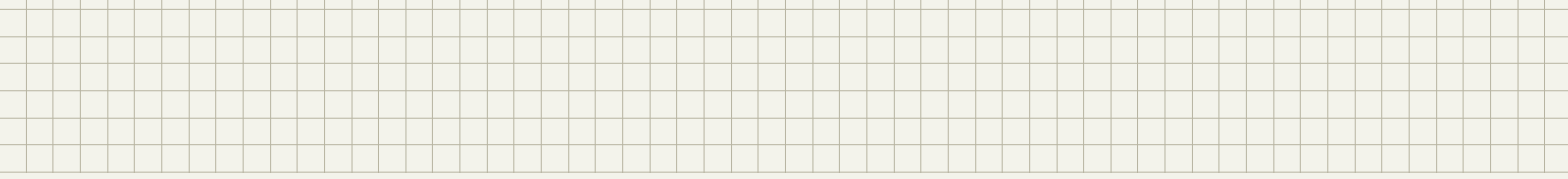
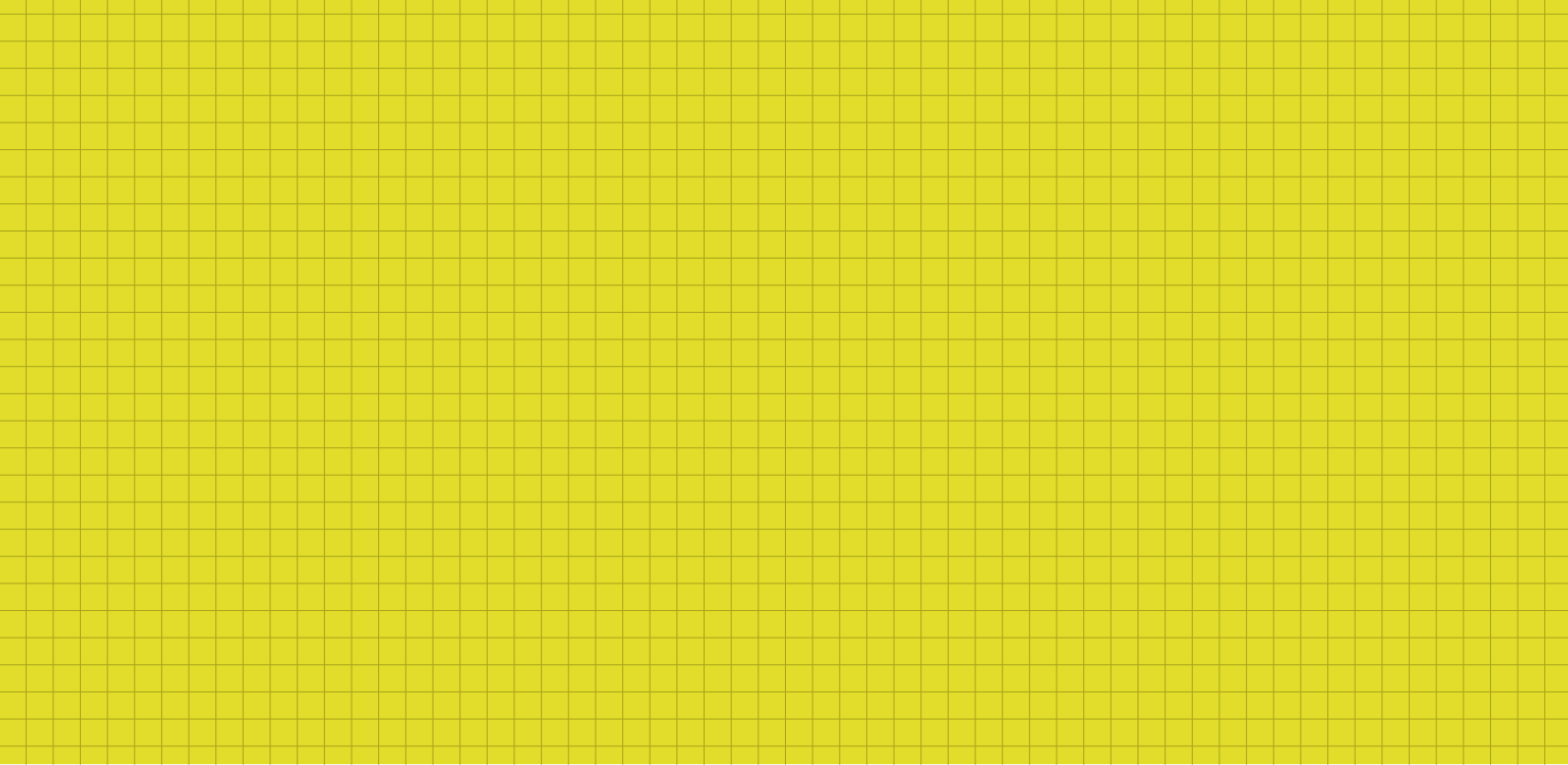
Data gällande könsfördelning på partnernivå hos tio av de största investmentbolagen inom techbranschen har samlats in via investmentbolagens hemsidor.

Data gällande utbildningsbakgrund och könsfördelning bland bolagsgrundarna har samlats in via bolagens hemsidor och LinkedIn.

Intervjuer har genomförts med anställda på olika nivåer, hr-chefer, mångfaldsansvariga, operativa chefer, investerare, grundare och representanter för branschorganisationer. Totalt har 31 intervjuer genomförts.

En enkät har även spridits bland anställda på bolagen. Enkäten har både spridits via bolagen i själva, på exempelvis intranät, eller via anställda, i interna kommunikationskanaler. Totalt har 219 personer besvarat enkäten.

---



**ALLBRIGHT**