

Slutrapport Qraftsamling 2017/18

Inledning

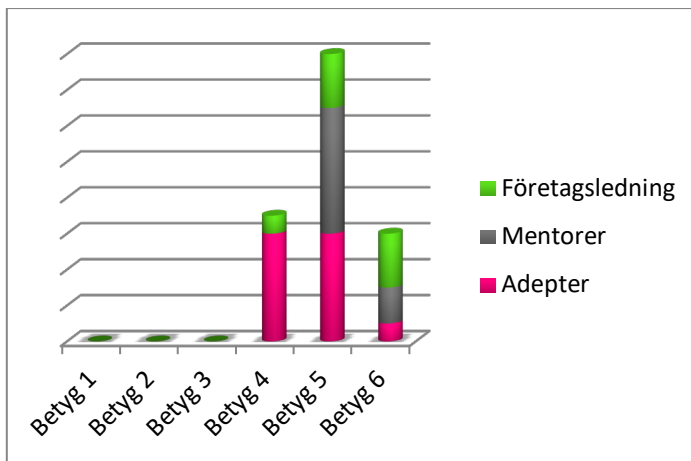
Qraftsamling är ett återkommande, årslångt förändrings- och ledarprogram som drivs av Energiföretagen i Sverige. Det är ett verktyg för att stödja de medlemsföretag som vill arbeta systematiskt för ökad mångfald och inkludering.

Det huvudsakliga syftet är att öka hela branschens, och de enskilda företagens, förmåga att attrahera och behålla de bästa talangerna oavsett ålder, kön och bakgrund i övrigt.



Adepterna i Qraftsamling 2017/18.

Deltagarnas uppfattning om programmet som helhet.



"Det behövs ett program som detta i branschen."

"Intressant och tankeväckande. Att jag som kvinna i branschen också bidrar till ojämställdheten är frustrerande."

"Tyvärr hjälper det ju inte att bara enstaka kvinnliga chefer deltar i Qraftsamling, det krävs ett stort arbete i respektive bolag för att få till förändring."

Vad har deltagandet i Qraftsamling gett företagen?

"Kunskap, kompetens och erfarenhetsutbyte"

"Stärkt varumärke"

"Bättre fokus på jämställdhetsfrågorna"

"En mer kompetent ledare som kommer driva inkluderingsfrågor på allvar"

"Tyvärr inte tillräckligt mycket, upplevelsen är att företaget tagit för lätt på deltagandet"

"Hoppas att projektarbetet gett företaget insikt i vad de behöver arbeta vidare med"

Målstyrt jämställdhetsarbete

Qraftsamling involverar företag med ett genuint intresse och engagemang i ett gemensamt förändringsarbete. Om flera tongivande företag visar progress- och utvecklingsförmåga, år efter år, kommer det att påverka hela branschens attraktionskraft. Varje företag sätter upp mål som följs upp i slutet av året. Målen är företagsspecifika, men avser alla att bidra till jämställdhet och inkludering.

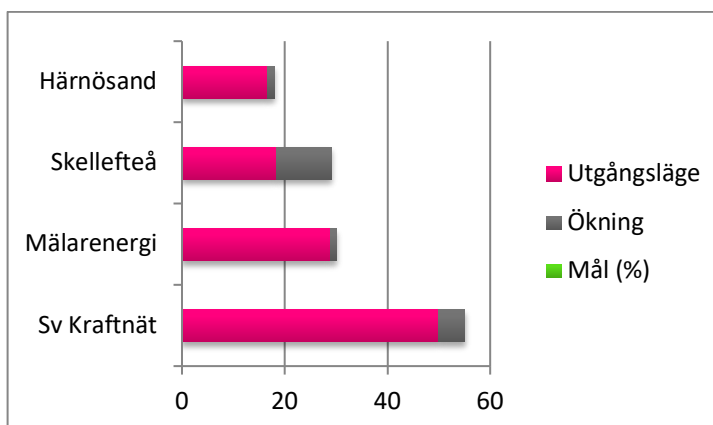
Fem företag har valt att sätta mål som handlar om *inkludering*. Det räcker nämligen inte med att ha en kvantitativt jämställd eller jämlik organisation om inte alla på arbetsplatsen upplever att de är lika uppskattade, får stöd i samma utsträckning eller om de känner sig diskriminerade. Inkludering är en förutsättning för att fullt ut kunna dra nytta av fördelarna med mångfald.

Mälarenergi och tre företag inom **Uniperkoncernen** (Sydkraft AB, Hydropower och Thermal Power) har minskat andelen medarbetare som upplevt diskriminering under året. **Tekniska verken** har minskat skillnaden mellan hur kvinnor och män upplever sina utvecklingsmöjligheter inom företaget.



Fyra andra företag har lyckats med sina målsättningar att *öka andelen kvinnliga chefer*.

Svenska Kraftnät har arbetat systematiskt med jämställdhet under 15 år. Steg för steg har andelen kvinnor på ledarposition (55 procent) och totalt ökat (39 procent). Andelarna är ovanligt höga för en så tekniktung verksamhet, och visar att det är fullt möjligt för vilken verksamhet som helst att minska ojämställdheten med systematisk och uthålligt arbete.



Mälarenergi har också ökat andelen kvinnliga chefer under de två år de medverkat i Qraftsamling. Från 28 till 29 och vidare till 30 procent. **Skellefteåkraft** har tagit ett riktigt stort kliv under året. Andelen kvinnor på chefsposition har ökat från 18 till 29 procent.

Även **Härnösand Energi** har lyckats väl. För andra året i rad har andelen kvinnor på chefsposition ökat, från 8 procent år 2016, till 16 procent 2017 och vidare till 18 procent 2018.



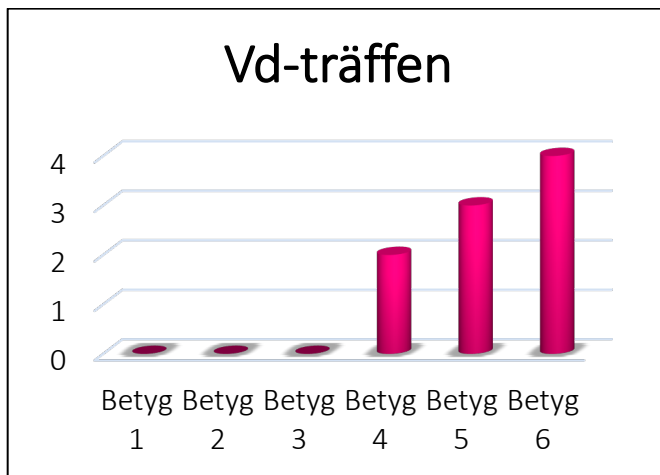
Grattis! Vad har gjort att ni lyckats så bra?

”Metodiskt arbete! Viktigt med ögonöppnare, inspiration och kunskap samt kontinuerlig dialog, här bidrar Qraftsamling starkt. Sedan är kompetensbaserad rekrytering ett bra verktyg som börjar ge bra resultat.”

- Lena af Geijerstam Unger, VD Härnösand Energi & Miljö

Engagemang

Som vid alla förändringsprogram är det viktigt att projektdeltagandet är förankrat i företagets högsta ledning. Det stora engagemanget för ökad jämställdhet märktes inte minst under den workshop där alla vd:ar deltog ihop med energiminister Ibrahim Baylan.



Vd:s kommentarer:

”Bra möte med en öppen och givande dialog. Informellt hållet och bra upplagt vilket stimulerade till diskussion både i grupp och plenum. Detta gav mycket. Det som inte blev lika tydligt var ’svaren på frågorna’ som ställdes till hela gruppen vilket kanske kunde avkrävs mer.”

”Intressant att höra energiministerns syn och ambitioner.”

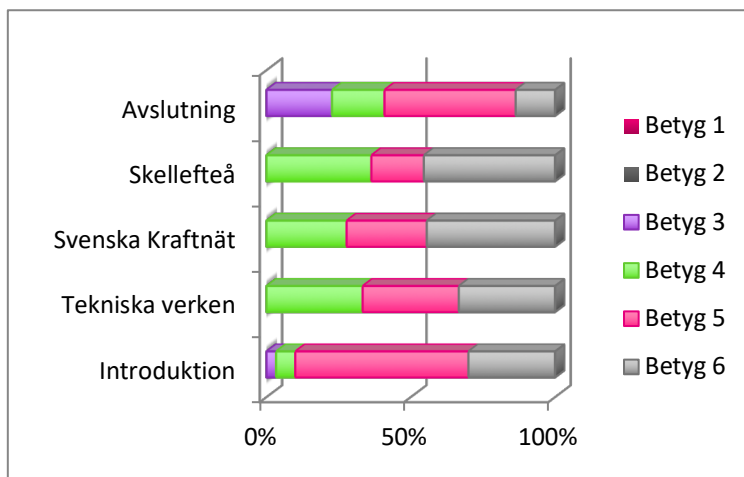
”Bättre än förväntat. Enighet kring viktiga frågor.”

”Vi pratade om rekrytering, utformning av jobb-annonser och ”modet” att söka utanför den egna branschen. Detta är ju egentligen ganska små saker, men mycket viktiga. Jag kommer att ta upp detta i flera sammanhang på hemmaplan.”



Ledarutvecklingsprogram

Företagen som engagerat sig i Qraftsamling 2017/18 nominerade sammanlagt 20 väl meriterade kvinnliga ledare till programmet. Det består av flera delar: ledarutbildning, individuellt mentorskap samt ett nätverk. Därutöver har deltagarna arbetat i projekt under året. Ledarutbildningen har ägt rum vid fem olika tillfällen. Vid introduktion och avslutning stod Energiföretagen Sverige värd och övriga gånger hölls programmet hos tre värdföretag.



Adepterna:

"Bra föreläsningar som väcker intresse och reflektion"
"Det har gett självinsikt, självförtroende samt tid för reflektion"
"Mod till att ta för mig och utvecklas som ledare."
"Nätverksdelen, framför allt projektgruppen, har varit det som varit mest givande."

Adepterna:

"Mentordelen har gett mig konkreta verktyg i vardagen, nya insikter, tid för personlig utveckling och reflektion."

"Mycket lyckad matchning"

"Bra att mentorer och adepter fick samma (gemensam) bild kring roller och ansvarsfördelning."

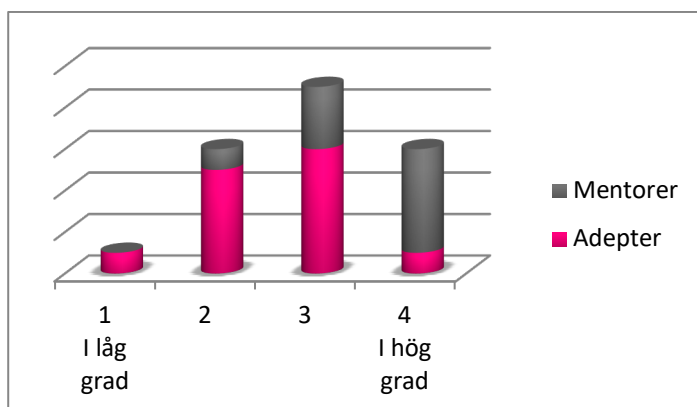
Mentoreorna:

"Det har varit mycket utvecklande att vara mentor och reflektera över sitt eget ledarskap och jämställdhet!"

"Träffarna med adepten gav otroligt mycket energi!"

"Det har gett ökad förståelse av mellancheferens situation."

Har ditt deltagande i programmet uppmärksamats av din arbetsgivare?



"Ja det tycker jag. Bl.a. interna artiklar, inbjudan till diskussion i företagsledningen, deltagande i framtagande av mål."
"Absolut uppmärksamats, men tyvärr gett känslan att det är för att kunna bocka av att vi satsat på Qraftsamling."

Adepternas projektarbeten

Syftet har varit att stärka det professionella nätverket samt till att dra nytta av deltagarnas kraft och kompetens i det övergripande förändringsarbetet. Ämnet deltagarna fick att arbeta med var inkludering.



Under avslutningen presenterade även adepterna sina projektarbeten, dessa mottogs med både glädje och allvar. Det finns fortfarande stora utmaningar inom branschen vilket adepterna synliggjorde. De presenterade även konkreta verktyg för branschen att arbeta vidare med för att hantera utmaningen kring kompetensförsörjning, jämställdhet och inkludering. [Läs mer om samtliga projektarbeten här.](#)

Adepternas kommentarer:

"Projektarbetet har gett mig lärdomar om mig själv samt ett nätverk."

"Det är bra att få tid till att reflektera över inkludering i en grupp med bara tjejer."

"Svårdefinierat ämne. Det tog mycket tid bara att veta hur vi skulle ta oss an uppgiften. Det har varit intressant men tagit mycket tid och jag hoppas att det varit värt mödan, det vill säga att branschen använder sig av det vi gjort."

Företagsledningens kommentarer:

"Arbetsformen med projekt är mycket bra! Speciellt när deltagarna måste enas om uppgiften. Så är det ofta på jobbet också."

"Avgränsningar behöver göras så att grupperna vet hur mycket tid som förväntas läggas på projektet."

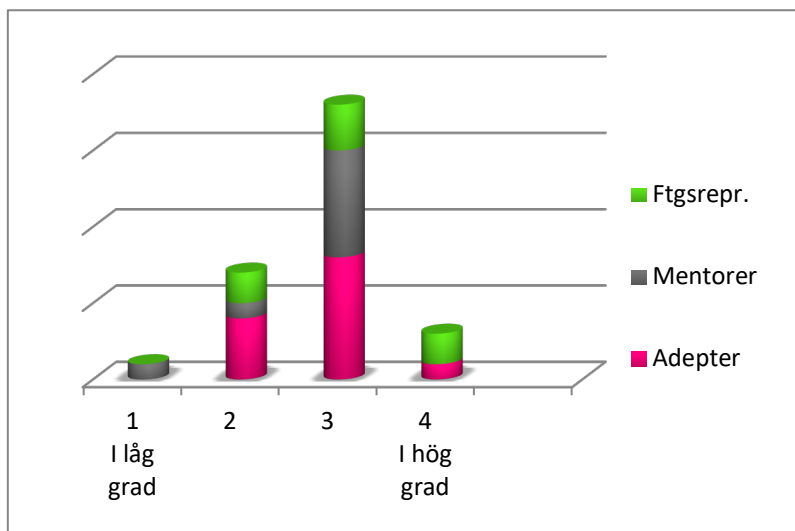
Synlighet

Att synliggöra de goda exemplen från branschen samt programmets resultat, med för branschen välkända personer som talespersoner, är en avgörande faktor för att programmet ska nå avsedd effekt. Kvinnliga förebilder ska lyftas fram och de företag som bidragit till utveckling uppmärksammas. Målgruppen för kommunikationen är primärt personer i ledande befattningar inom branschen och sekundär nuvarande och potentiella medarbetare, kunder och leverantörer till branschen samt Energiföretagen Sveriges egen organisation.



Kommunikationen under året har främst fokuserat kring uppstart och avslutning av programmet samt kring den tre värdföretagen. Främst har artiklar publicerats på Energiföretagens hemsida och distribuerats via Energiföretagens nyhetsbrev, vid minst åtta tillfällen till drygt 12 000 personer. Energiföretagen har också uppdaterat Facebook, LinkedIn och Twitter löpande under året. Och många inlägg har gjorts under #qraftsamling.

Har kommunikationen kring Qraftsamling mött dina förväntningar?



"Qraftsamling skulle kunna kommuniceras mycket tydligare. Energiföretagen har gjort ett bra jobb, liksom vissa deltagande företag, vi är flera företag som kan bli mycket bättre i kommunikationen både internt och externt."

"Det är synd att man inte har kommunicerat mer kring Qraftsamling. Det är en fin möjlighet att kommunicera något riktigt bra."