



Kommunikation på olika villkor

– flexibilitet, obetalt arbete och
kompetensflykt

 DiK



”Bilderna av kommunikationsområdet är i dag alltför grund och måste både breddas och fördjupas.”

Förord

I en värld där kommunikationsflödena är större än någonsin behövs allt bättre kompetens för att sticka ut och göra sig hörd och sedd. DIK:s medlemmar inom kommunikation har den kompetens som krävs. Tyvärr ges de inte alltid de förutsättningar som behövs för att kunna leverera på topp. Arbetsmiljön haltar. Missförstånden kring kommunikatörernas kompetens är många. Otydliga ramar bidrar till stress. Det finns helt enkelt gott om utrymme för förbättringar.

DIK har under flera år valt att utifrån våra medlemmars behov utforska detta utrymme tillsammans med arbetsgivarna. Vi tror på samtal och samarbete. Som fackförbund har DIK många verktyg i verktygslådan, men ju bättre dialog vi har med arbetsgivarna, desto mer sällan uppstår det konflikter. De flesta arbetsgivare vill göra rätt, men många saknar kunskap och verktyg för att göra det. När vi bistår med det blir det genast bättre för våra medlemmar.

Utmaningarna ser – till viss del – olika ut beroende på vilken sektor man rör sig i. I den privata byråbranschen är kollektivavtal fortfarande mer ett undantag än en regel, vilket ofta resulterar i luddiga regelverk och otrugga anställningar. Här erbjuder ett kollektivavtal en gemensam kommunikationsplattform där arbetsgivare och medarbetare kan mötas och tillsammans enas om de villkor som ska gälla på arbetsplatsen. Det ökar tryggheten för den enskilde och i förlängningen lönsamheten för företaget.

Kommunikatörer i samhällets tjänst – det vill säga inom kommuner, stat och regioner – har kollektivavtal, men här tvingas de å andra sidan ofta försvara sin

kompetens existensberättigande både för chefer, kolleger och andra¹, vilket naturligtvis påverkar arbetsmiljön menligt. Här kan facket bidra till större kunskap om vad kommunikationskompetens faktiskt innebär och varför den är oundgänglig för god lönsamhet, effektivitet och inte minst för demokratisk transparens inom det offentliga.

En annan utmaning är att definiera vad kommunikationskompetens är. De 1500 respondenter som svarade på enkäten som den här rapporten bygger på hade tillsammans omkring 500 olika titlar. Många av dem har antagligen likartade arbetsuppgifter, men det är uppenbart att det är svårt att tala om kommunikationskompetens i alltför generella termer. Kommunikationsbranschen är till exempel en del av de snabba förändringsprocesser som präglar samhället. Delar av branschen kommer med största sannolikhet att få se sig omsprungna av artificiell intelligens, medan andra delar av den kommer att vara med i framkant av den utvecklingen.

Dessa frågor diskuterar DIK löpande i en rad olika forum, eftersom de indirekt påverkar våra medlemmars vardag. De ligger till viss del utanför den här rapportens huvudfokus, men de är den klangbotten mot vilken rapporten måste läsas. Bilderna av kommunikationsområdet är i dag alltför grund och måste både breddas och fördjupas. Först då kan vi skapa en i alla avseenden hållbar bransch, både för anställda och arbetsgivare.

Anna Troberg, förbundsordförande DIK

¹ Se t.ex. SVT "Göteborgarnas nota: Nästan en halv miljon - om dagen" 180327 eller UNT "Varför sväller Uppsalas kommunikationsstab?" 190918

Innehåll

Om rapporten	1
Sammanfattning	1
Undersökningens resultat	2
En diversifierad bransch	2
Flexibilitet utan policyer skapar stress	3
"Brain drain" i byråbranschen.....	5
Jämställda löner?	6
Utsatta egenföretagare	8
Analys och förslag på åtgärder	9
Systematiskt jämställdhetsarbete.....	9
Policyer kring flexibilitet.....	9
Utsattheten bland egenföretagare måste motverkas.....	9
Kollektivavtal i byråbranschen.....	10
Fackets uppgift	10
Referenser	11

Om DIK

DIK är facket för alla som arbetar eller studerar inom kultur och kommunikation. DIK har fler än 20 000 medlemmar runt om i landet och ingår i Saco, Sveriges akademikers centralorganisation. DIK är partipolitiskt obundet.

Författare: Anders Bucht, DIK
Formgivning: Kajsen Burell, Printempo
Omslagsfoto: Shutterstock
Foto där inget annat anges: Shutterstock
DIK 2019:3

Om rapporten

Enkäten gick ut till DIK:s medlemmar som arbetar inom kommunikationsområdet och var öppen mellan 30 april och 31 maj. Den gick ut till 5 761 personer och har en svarsfrekvens på 26 procent.

Respondenterna stämmer väl överens med hela gruppen vad gäller såväl ålder som kön.

Alla löneuppgifter är kontrollerade gentemot DIK:s egen lönestatistik samt mot Saco:s motsvarande och siffrorna korrelerar väl vad gäller medianlöner. Nedbrutet i sektorer blir svarsgrupperna mindre vilket naturligtvis påverkar tillförlitligheten. I rapporten återges i största möjliga mån siffror som kunnat kontrolleras mot andra källor för att stärka validiteten.

Sammanfattning

- 71 procent av DIK:s medlemmar som arbetar inom kommunikation upplever att deras generella arbetsbelastning är ganska hög eller för hög.
- Över hälften av respondenterna uppger att stress på arbetet påverkar deras privatliv en eller flera gånger i veckan.
- Var tredje person anger att arbetsgivaren förväntar sig att de ska vara tillgängliga utanför ordinarie arbetstid. Inom ideell sektor och byråbranschen är siffran fyra av tio. Trots det saknas policyer kring området på sju av tio arbetsplatser.
- Nästan två av tre inom kommunikation upplever att de arbetar mer än vad de får betalt för.
- Det pågår en kompetensflykt från byråbranschen. Ålderskurvan visar tydligt att det sker ett stort och pågående tapp från byråer till andra aktörer inom kommunikation. Dåliga arbetsvillkor är den enskilt viktigaste orsaken.
- På byråer utan kollektivavtal funderar var femte på att byta jobb inom det kommande året på grund av dåliga villkor.
- Statligt anställda tjänar mest, följt av personer som arbetar inom ideella eller medlemsstyrda organisationer. Människor som arbetar inom kommun, region och landsting samt inom byråbranschen har lägst löner.
- Enligt SCB:s siffror utgör kvinnor 68 procent av de som arbetar som informatörer, kommunikatörer och PR-specialister, men på chefsnivå är den siffran bara 56 procent.
- Män är överrepresenterade bland de som har vinstdelning, en ersättningsmodell som nästan bara återfinns inom byråer och andra privata företag.
- Bland DIK:s medlemmar inom kommunikation har kvinnor en medianinkomst som är 1 100 kronor högre än mäns, en siffra som sticker ut på svensk arbetsmarknad. Det här skiljer sig dock mycket mellan olika sektorer.
- Var fjärde kvinna uppger att hon, vid ett eller flera tillfällen, utsatts för sexuella trakasserier. Bland egenföretagare är denna siffra en av tre. De flesta har blivit utsatta av kollegor.



Undersökningens resultat

En diversifierad bransch

Kommunikationsbranschen är bred och spretig och yrkesgruppen finns i alla sektorer i samhället. Ett tydligt tecken på det är att de 1 503 respondenterna uppgett nästan 500 olika titlar. Ungefär var tredje svarande anger att de arbetar som kommunikatör, men majoriteten har helt andra arbetsuppgifter inom kommunikationsområdet. De återfinns i de flesta företag, kommuner, myndigheter och organisationer och till branschen räknas även byråvärlden som sträcker sig från PR och reklam till events och design. De jobbar som kommunikationschefer, med UX, affärsutveckling, digitala strategier och som projektledare eller stabschefer. Bland mycket annat.

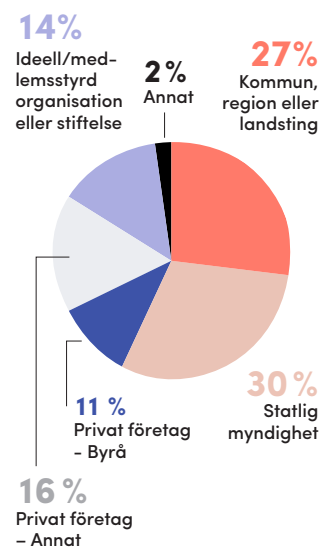
Den största gruppen bland DIK:s medlemmar jobbar inom statliga myndigheter, men nästan lika många jobbar inom kommuner, regioner och landsting. Ungefär en fjärdedel jobbar inom privat sektor och knappt hälften av dessa inom byråbranschen. 14 procent jobbar inom ideell sektor och i medlemsstyrda organisationer eller stiftelser. Bland de som uppgett "annat" återfinns bland annat statliga och kommunala bolag och trossamfund. **(Figur 1)**

Hälften av respondenterna (53 procent) arbetar på en arbetsplats där det är fler än 100 anställda och en tredjedel på företag/organisationer med mer än 500 personer. Drygt tio procent har färre än tio kollegor.

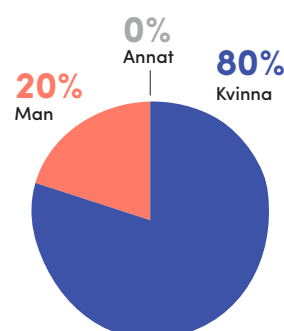
Nio av tio har en tillsvidareanställning och sex procent har tidsbegränsade anställningar. Övriga arbetar som egenföretagare eller kombinatorer, det vill säga att man delar sin tid mellan egenföretagande och anställning. De siffror som sticker ut om man bryter upp de olika sektorerna är att fler inom ideell sektor har tidsbegränsade anställningar (tio procent) samt att nästan alla egenföretagare har uppdragsgivare inom privat sektor. Elva procent av dem som jobbar på byråer och sju procent på andra privata företag är egenföretagare att jämföra med tre procent över hela området. När det kommer till egenföretagarna är det troligt att siffrorna ligger i underkant med tanke på att gruppen är underrepresenterad bland DIK:s medlemmar om man jämför med arbetsmarknaden i stort. Av alla sysselsatta i Sverige är nio procent egenföretagare².

Åtta av tio respondenter är kvinnor. **(Figur 2)** Enligt SCB:s yrkesregister från 2017 är 68 procent i gruppen "informatörer, kommunikatörer och PR-specialister" kvinnor. Att gruppen är överrepresenterad i rapporten

Figur 1. Typ av arbetsplats



Figur 2. Kön



² Ekonomifakta, augusti 2019

stämmer väl överens med att fackanslutningen är cirka sju procentenheter högre bland kvinnor³, samt att de generellt är mer benägna att gå med i organisationer. Exempelvis anger Sveriges kommunikatörer att endast 22 procent av deras medlemmar är män.

På chefsnivå är andelen kvinnor färre. Enligt SCB har kvinnor 56 procent av chefstjänsterna inom information, kommunikation och PR⁴, men sett till könsfördelningen i yrkesgruppen i stort är de underrepresenterade. (Figur 3)

Flexibilitet utan policyer skapar stress

Det flexibla arbetslivet är vanligt förekommande för människor som arbetar inom kommunikationsområdet. Drygt åtta av tio uppger att de har ganska stora eller mycket stora möjligheter att påverka sitt arbete och hur det ska utföras. (Figur 4)

I grunden är det här något positivt, inte minst med tanke på att flexibilitet är en av de faktorer som brukar rankas allra högst när människor får värdera sina arbeten⁵. Det är för många en viktig förutsättning för att få ihop yrkes- och privatliv.

En av flexibilitetens baksidor är att det kan bli svårt att hålla isär arbete och fritid. En arbetssituation som möjliggör arbete på olika platser och ibland ställer krav på tillgänglighet även utanför det som brukar definie-

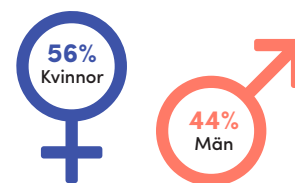
För att ett flexibelt arbetssätt ska fungera krävs det acceptans för att människor fungerar och prioriterar olika.

ras som ordinarie arbetstider kan lätt skapa en situation där gränserna mellan jobbet och det privata suddas ut. Hur man förhåller sig till det här är också en fråga om personlighet och preferenser. Arbetsmiljöforskaren Calle Rosengren vid Lunds universitet talar om separerare, som vill hålla isär arbete och fritid, och integrerare som uppskattar att kunna hoppa mellan rollerna. Studiens slutsats är att en god arbetsmiljö förutsätter att det finns en acceptans för båda typerna⁶.

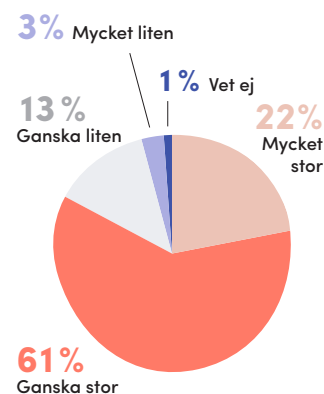
Sju av tio respondenter anser att deras arbetsbelastning är ganska hög eller för hög och över hälften att arbetet, minst en eller ett par gånger i veckan, påverkar deras privatliv negativt – en siffra som är såväl anmärkningsvärd som alarmerande. Kvinnor upplever en negativ påverkan i större utsträckning än män. (Figur 5 och 6) Ideella eller medlemsstyrda organisationer sticker ut – i den gruppen anser hela 77 procent att arbetsbelastningen är högre än vad de skattar som lagom.

Det här kan delvis förklaras med att många ideella organisationer har knappa resurser och få anställda, vilket riskerar att påverka arbetsmiljön negativt. Ofta arbetar man också med ideella förtroendevalda vilket kan innebära att möten och aktiviteter förläggs till kvällar och helger. Det är heller inte ovanligt med ideella förtroendevalda chefer som inte är avlönade och därför sällan är på plats, och därmed kan tänkas ha sämre kontroll över arbetsmiljöarbetet.

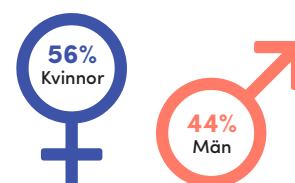
Figur 3. Andel chefer



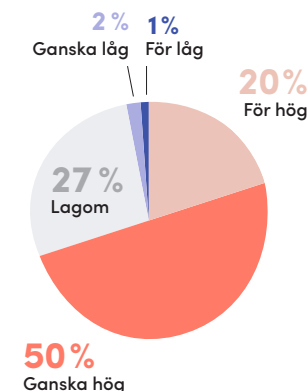
Figur 4. Hur stor möjlighet har du att påverka ditt arbete och hur det ska utföras?



Figur 5. Andel som upplever sig så stressade att det påverkar deras privatliv en eller flera gånger i veckan



Figur 6. Hur upplever du din arbetsbelastning?



³ Kjellberg Anders, "Kollektivavtalens täckningsgrad samt organisationsgraden hos arbetsgivarförbund och fackförbund", 2019, s. 75

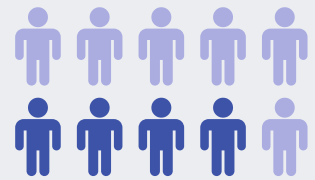
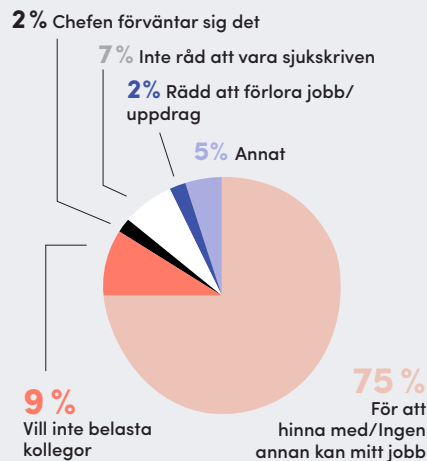
⁴ SCB, Yrkesregistret med yrkesstatistik 2017, s. 13

⁵ Se t.ex. YPAI 2019, Academic Work eller Resumé "Så dålig koll har svenska byråschefer på vad som driver medarbetarna"

⁶ Rosengren Calle, Lunds Universitet, "Vilken typ är du på jobbet?"



Figur 7. Främsta orsaken till att du jobbar när du är sjuk



Fyra av tio arbetar ofta eller mycket ofta när de är sjuka. Bland kvinnor är siffran 45 procent och bland män 31 procent.

4 av 10

inom ideella/medlemsstyrda organisationer och inom byråbranschen anger att de förväntas svara i telefon och mail utanför ordinarie arbetstider.

Den upplevda arbetsbördan får också till följd att fyra av tio inom kommunikationsområdet arbetar trots att de är sjuka, framför allt med motivationen att det inte finns någon annan som kan eller hinner utföra deras uppgifter. (Figur 7) Bland byråanställda uppger hela 56 procent att de arbetar ofta eller mycket ofta trots att de är sjuka.

De som jobbar med kommunikation är ofta inblandade eller direkt ansvariga för funktioner som kan behöva aktiveras på dygnets alla timmar. Det kan handla om sociala medier, kontakter med kunder/medborgare, eller till exempel krishantering. Drygt 30 procent av de tillfrågade anger att arbetsgivaren förväntar sig att de skall vara tillgängliga utanför reglerad arbetstid, men endast var tredje arbetsgivare har policyer som rör området. För anställda inom såväl ideell sektor som byråbranschen är siffran än högre. Där uppger fyra av tio att de förväntas svara på mail och i telefon utanför ordinarie arbetstider.

Det flexibla arbetslivet verkar också påverka kopplingen mellan nedlagt arbete och ersättning, något som sannolikt hänger ihop med avsaknaden av policyer. 60 procent av alla kommunikatörer uppger att de arbetar mer än vad de får betalt för och bland byråanställda är den siffran 70 procent. I DIK:s senaste rapport som fokuserade på den sistnämnda gruppen var denna siffra knappt 50 procent⁷. Här antyds att utvecklingen går åt fel håll trots att frågan uppmärksammats och bland annat diskuterats i flera medier under det senaste året.

Ett flertal anonymiserade byråledare har också gått ut och kommenterat frågan i samband med att DIK publicerade siffror om obetalt arbete, bland annat i tidningen Resumé. Där förklarade de att det är en del av affärsmodellen – att medarbetarnas gratisarbete är en förutsättning för att byråerna till exempel ska kunna delta i pitch-arbeten som i sig ofta inte ger arbetsgivaren några intäkter. De anställda förväntas alltså ta kostnaden när byråerna jagar nya uppdrag⁸.

Pitch-förfarandet är något som bland andra Sveriges kommunikationsbyråer och Sveriges Annonssörer tagit upp och problematiserat, bland annat i det som kallats för pitchguiden, främst ur arbetsgivarnas och kundsidans perspektiv. Det har dock inte uppmärksammats att medarbetare förväntas vara med och finansiera byråernas kostnader för införsäljning. I förlängningen är det ett strukturellt problem i affärsmodellen om byråerna inte kan ta tillräckligt betalt av befintliga kunder för att ha råd att hitta nya.

6 av 10

inom kommunikationsområdet arbetar regelbundet mer än vad de får betalt för.

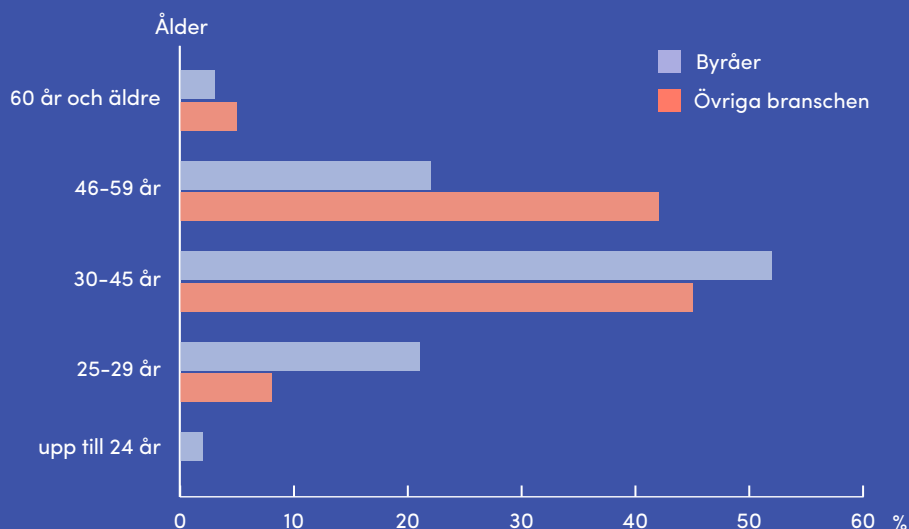
⁷ DIK, Vad är du beredd att offra, 2018

⁸ Resumé, "Obetald övertid – en verklighet på många byråer: 'Det ingår i jobbet'", publicerat 190310



Figur 8.

Åldersspann som jämför byråer med resterande sektorer



”Brain drain” i byråbranschen

De senaste åren har den så kallade inhouse-trenden varit en av de stora nyheterna i byråbranschen⁹. Många av de stora reklamböparna väljer att själva rekrytera personal vilket naturligtvis är problematiskt för byråerna, men bra för många anställda som får fler arbetsgivare att välja mellan.

Vid en jämförelse mellan gruppen som arbetar på privata byråer och alla andra sektorer i undersökningen syns en mycket tydlig skillnad som rör åldersfördelningen. Byråanställda har en väsentligt lägre medelålder, 74 procent är 45 år eller yngre att jämföra med 53 procent i den andra gruppen. Bland kvinnor på byråer är andelen under 45 hela 77 procent.

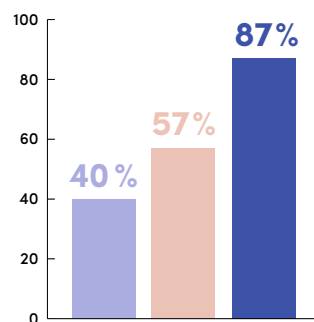
Det går utan tvekan att prata om en kompetensflykt från byråvärlden till förmån för arbetsgivare inom såväl privat som offentlig verksamhet och förflyttningen, ur arbetstagarens perspektiv, är direkt kopplad till arbetsvillkor. På byråer utan kollektivavtal, ungefär åtta av tio¹⁰, uppger var femte medarbetare att de funderar på att byta jobb inom det kommande året på grund av för dåliga villkor, vilket också är den enskilt största anledningen till missnöje. I övriga sektorer, där nio av tio har kollektivavtal, är motsvarande siffra, det vill säga att medarbetarna är missnöjda med villkoren, bara en av tjugo. (Figur 8)

På frågan hur det går att kombinera sitt arbete med föräldraskap svarar fyra av tio byråanställda att det går bra eller mycket bra, att jämföra med fler än sex av tio inom övriga kommunikationsbranschen. 54 procent svarar ”vet ej/har inte barn” hos byråerna och motsvarande siffra bland de övriga är 34 procent. Det är tydligt att byråerna har en överrepresentation av personer utan barn. Tendensen är än tydligare på byråer som saknar kollektivavtal.

Föräldrar är en grupp där förmåner, som exempelvis föräldralön och fler semesterdagar, ofta är viktigare. Förmånerna är vanligare på arbetsplatser som har kollektivavtal. Det är också en grupp som kan ha svårare att få ihop de negativa aspekterna av det flexibla arbetslivet som är tydligast inom byråvärlden, men det bör tilläggas att personer med barn samtidigt är en grupp som i stor utsträckning utnyttjar och uppskattar flexibiliteten.

På frågan om det finns någon som är HR-ansvarig på arbetsplatsen svarar 87 procent av hela gruppen, byråer borträknade, ja, men majoriteten av alla byråanställda utan kollektivavtal nej (56 procent) eller vet ej (fyra procent). (Figur 9) Branschen utgörs visserligen av många mindre byråer vilket

Figur 9. Andel som har en HR-ansvarig

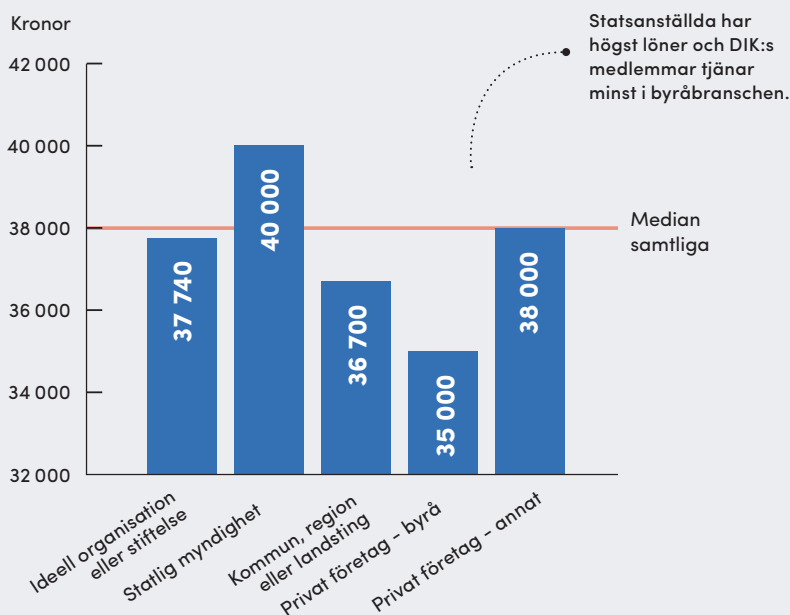


■ Byråer utan kollektivavtal
 ■ Byråer med kollektivavtal
 ■ Övriga branschen

⁹ Fackförbundet Vision räknar med en total kostnad på drygt en halv miljon per rekrytering inom sina sektorer. Se t.ex. Dagens Media, ”Inhouse-revolutionen”, publicerad 181030

¹⁰ DIK, Vad är du beredd att offra, 2018

Figur 10. Medianlön per sektor



naturligtvis kan förklara att man inte nått en nivå där man har en renodlad HR-tjänst, men att man inte har en dedikerad person för ansvarsområdet, externt eller internt, alternativt att personalen inte känner till vem det är, är problematiskt. När någon på arbetsplatsen tilldelas ett HR-ansvar är det också viktigt att det kopplas till kompetens och resurser, det vill säga att personen utbildas och har tid och mandat att agera.

Kompetensflykten är kopplad till en stor kostnad för företagen i fråga vilket rimligtvis borde föra upp arbetsmiljöfrågor och villkor betydligt högre på byråchefernas dagordning, inte minst ur ett lönsamhetsperspektiv. Såväl rekrytering, upplärning samt förlusten av erfaren personal är kopplat till högst påtagliga kostnader¹¹, även om de sällan finns tydligt redovisade i bokslutet. De här posterna bör finnas med när företagen räknar på kostnaden för exempelvis satsningar på arbetsmiljörelaterade åtgärder, tjänstepension till de anställda eller på kollektivavtal.

På ett övergripande plan kan man säga att byråanställda jobbar mer, har sämre villkor och dessutom lägre lön än människor som arbetar med kommunikation inom andra sektorer av arbetsmarknaden. Det här är ett strukturellt problem kopplat till hela lönsamhets- och affärsmodellen som branschen inte kan vara nöjda med.

Jämställda löner?

Medianinkomsten bland DIK:s medlemmar som arbetar inom kommunikation ligger på 38 000 kronor per månad. Uppdelat per sektor syns en relativt stor spridning där personer som arbetar inom statliga myndigheter tjänar mest med en medianlön på drygt 40 000 att jämföra med till exempel kommunanställdas 36 700 per månad. (Figur 10)

En något anmärkningsvärd siffra är att kvinnor har en medianinkomst som är 1 100 kronor högre än mäns, en siffra som visserligen speglar det faktum att kvinnor generellt har högre utbildningsnivåer, men som sticker ut ordentligt om man ser till arbetsmarknaden i stort. Även DIK:s årliga lönestatistik från 2018 bekräftar bilden att medianlönerna bland DIK:s medlemmar i denna grupp är i princip jämställda¹². Det finns naturligtvis flera orsaker till det här och siffrorna bör behandlas med försiktighet. Medianlönen tar ju inte hänsyn till befattning och säger inget om lika

¹¹ Se t.ex. Vision "Kostnader för personalomsättning", 2015

¹² DIK:s lönestatistik för 2018 har 1 809 respondenter som arbetar med kommunikation och medianlöneskillnaden mellan män och kvinnor är 100 kronor (38 600 för kvinnor och 38 500 kronor för män)

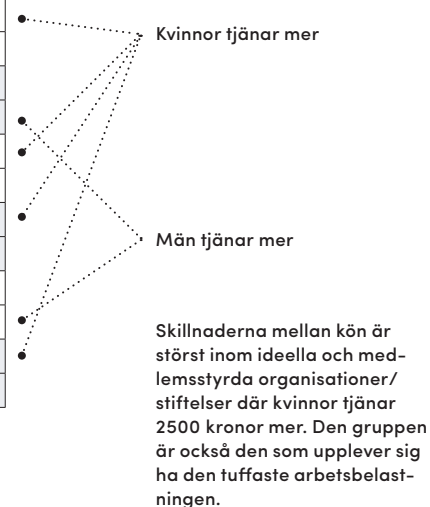
lön för lika arbete och att branschen skulle ha jämställda löner i den bemärkelsen är mycket tveksamt med tanke på hur det ser ut på övriga arbetsmarknaden. Den faktor som vi inte heller kan rensa bort i analysen är medlemskapet i fackförbund. Det här kan också skapa en bias, och som refererats till tidigare har män generellt en lägre anslutningsgrad. Om välbetalda män i lägre utsträckning är fackligt anslutna kommer det att påverka resultatet¹³.

Män är också överrepresenterade i såväl botten som toppen av lönestatistiken, vilket kan ge en illusion av jämställda löner. Tittar en på den högsta tionde percentilen tjänar män 59 640 och kvinnor 57 840 kronor i månaden.

Om man bryter ned siffrorna i sektorer visar det sig att kvinnor tjänar mer i kommuner, regioner och landsting, på privata företag (ej byråer) samt inte minst i ideella och medlemsstyrda organisationer. I den sistnämnda är skillnaden hela 2 500 kronor i månaden. (Figur 11)

Figur 11. Löner uppdelat på sektor och kön

	Median
Kvinnor alla	38 400
Män alla	37 300
Stat kvinnor	40 000
Stat män	40 700
Kommun / region / landsting kvinnor	37 100
Kommun / region / landsting män	36 200
Privat företag - ej byrå kvinnor	38 500
Privat företag - ej byrå män	37 300
Privat företag - byrå kvinnor	35 000
Privat företag - byrå män	36 500
Ideell eller medlemstyrd org/stiftelse kvinnor	38 500
Ideell eller medlemstyrd org/stiftelse män	36 000



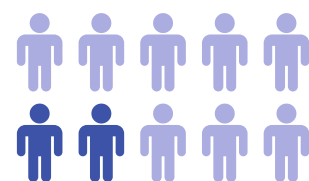
I byråvärlden ser siffrorna något annorlunda ut. Sektorn har den lägsta medianinkomsten inom kommunikationsbranschen med 35 000 kronor per månad, men män bland DIK:s medlemmar tjänar också i snitt 1 500 kronor mer än kvinnor. På byråerna har män också i större utsträckning bonusprogram. Av de som svarar att de tar del av någon form av vinstdelning, cirka två av tio, är 30 procent män trots att de bara utgör 20 procent av respondenterna. (Figur 12) Gruppen som får vinstdelning skiljer även ut sig eftersom de redan har en betydligt högre lön (medellönen är 42 400). Vinstdelningen förstärker alltså lönespridningen, såväl inom sektorn som mellan könen, sannolikt för att denna typ av förmåner ofta är knutna till högre befattningar.

En anledning till de lägre medianlönerna hos byråerna är rimligtvis kopplad till åldersfördelningen och att medarbetarna i hög utsträckning tenderar att lämna byråvärlden när de når seniora positioner, men det går här inte att säga vad som är orsak och verkan. Det är också möjligt att människor lämnar byråbranschen för att erbjuds högre löner inom andra sektorer.

Tjänstepension är också en fråga som är kopplad till lön. I hela gruppen, med byråer borträknade, har i princip alla tjänstepension (99 procent). På byråerna är det i den här undersökningen 15 procent som svarar nej eller vet ej. I branschen som helhet är siffran högre.

DIK:s statistik indikerar att facklig anslutning är en faktor som åtminstone motverkar ojämställda löner. Det kan bland annat bero på att fler fackligt anslutna arbetar på arbetsplatser med kollektivavtal vilket ökar sannolikheten att de har genomarbetade löneprocesser. I den här undersökningen svarar nästan var fjärde som jobbar på byrå att de har kollektivavtal. Där vet vi från andra undersökningar att en mer rättvisande siffra är mellan 10 och 20 procent¹⁴.

Figur 12. Andel som har vinstdelning



Två av tio har vinstdelning. Av dessa är 30 procent män trots att de bara utgör 20 procent av hela gruppen

¹³ I Saco:s samlade lönestatistik syns liknande tendenser även om den bygger på grövre klassificeringar och därför är mindre träffsäker. Män tjänar mer inom statlig verksamhet, medan kvinnor tjänar mer inom det kommunala. Gruppen privat sektor är inte uppbruten som i DIK:s statistik (byråer och andra privata bolag) och i Saco:s tjänar män mer. Gruppens relativa storlek är också annorlunda vilket gör att mäns medianlön är 1000 kronor högre än kvinnors. Ideell eller medlemsstyrd sektor redovisas inte.

¹⁴ Se t.ex. Dagens Media, "1 av 10 byråer har kollektivavtal" publicerad 170320 eller DIK, Vad är du beredd att offra, 2018

Utsatta egenföretagare

Bland respondenterna är knappt fyra procent egenföretagare, av vilka ungefär en av tio kombinerar egenföretagande med en anställning, så kallade kombinatorer. Bland egenföretagare svarar nästan hälften att de skulle vilja ha en tillsvidareanställning, drygt en av fem är osäkra och endast en tredjedel svarar att de inte vill ha en anställning. Det här speglar sannolikt två saker, dels att facket generellt har, och har haft svårt att nå gruppen som aktivt väljer att vara egenföretagare, men också att det inom kommunikationsområdet finns en relativt stor grupp som väljer att frilansa för att de inte får anställning.

Egenföretagare är den gruppen som skattar sin arbetsbelastning lägst. Nästan varannan anger att belastningen är lagom, vilket skiljer sig avsevärt från andra anställningsformer. En av tre skulle gärna jobba mer än vad de gör.

DIK:s undersökning visar att egenföretagarna är utsatta för trakasserier i högre utsträckning än gruppen som är tillsvidareanställda. Av hela gruppen uppger var fjärde kvinna att hon, någon gång eller vid flera tillfällen, har utsatts för sexuella trakasserier kopplade till sin yrkesroll, men bland egenföretagare har drygt var tredje utsatts. Sju procent av männen i hela gruppen har utsatts för sexuella trakasserier. (Figur 13)

Uppdragsgivaren har inte något formellt ansvar för uppdragstagarnas arbetsmiljö.

De allra flesta övergreppen, 50 procent, utförs av kollegor. (Figur 14) De här siffrorna är ett stort problem, inte minst på grund av att själva anställningsformen skapar en utsatthet i förhållande till uppdragsgivaren, men också till medarbetare som ofta är de som kontrakterar frilansaren. Uppdragsgivaren har inte något formellt ansvar för uppdragstagarnas arbetsmiljö, inte heller när det kommer till trakasserier eller övergrepp.

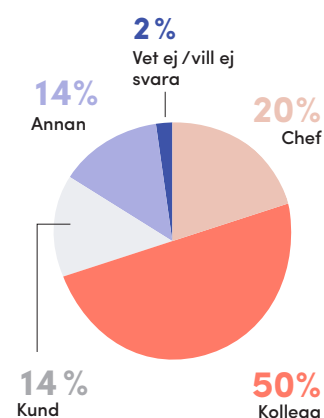
Sex av tio frilansare uppger att de saknat uppdrag i perioder under de senaste två åren, vilket ytterligare spår på beroendeställningen gentemot enskilda uppdragsgivare.

I frisvaren framgår att flera av DIK:s egenföretagare har blivit av med sina fasta tjänster och erbjudits att ta uppdrag på frilansbasis när arbetsgivaren gör besparingar. Det här gränsar till det som kallas för falskt egenföretagande och är en företagsform som Skatteverket inte godkänner, bland annat då det kan vara ett sätt att runda arbetsgivaransvar och exempelvis kollektivavtal, något som tas upp i den nyligen avslutade F-skatteutredningen.¹⁵

Figur 13.



Figur 14. Vem utsatte dig för övergreppet?



¹⁵ F-skattesystemet – en översyn, SOU 2019:31

Analys och förslag på åtgärder

Systematiskt jämställdhetsarbete

Kommunikationsbranschen är kraftigt kvinnodominerad. Trots att 67 procent, enligt SCB:s siffror, är kvinnor har emellertid män nästan hälften av alla högre chefspositioner. Män i den högsta tionde percentilen har också klart högre löner än motsvarande grupp bland kvinnor. Bland DIK:s medlemmar har dock kvinnor en högre medianlön än män. För att komma åt snedvridningar krävs att företag och organisationer tar sitt lagreglerade ansvar och utför lönekartläggningar, men också ett aktivt arbete med både rekrytering och befordran – att man säkerställer att det finns karriärvägar för både kvinnor och män.

Även när det gäller frågor kring sexuella trakasserier, som rapporten visar fortfarande är vanligt förekommande, finns ett tydligt arbetsgivaransvar som regleras i diskrimineringslagen. Kollektivavtal och trygga anställningar är viktiga för att minska utsattheten och skapar möjligheter för fler att våga anmäla/rapportera händelser.

Att systematiskt arbeta mot alla former av trakasserier är något som bör gälla alla kopplade till arbetsplatsen. De initiativ som på många håll togs i och med #metoo måste följas upp och uppdateras.

Policyer kring flexibilitet

Ett flexibelt arbetsliv är i grunden något positivt, såväl för arbetsgivare som för arbetstagare och därmed något som bör värnas, men flexibilitet får inte bli gränslöshet. För att minska de negativa effekterna som utan tvekan är påtagliga inom kommunikationsbranschen bör det sättas ramar och policyer som reglerar det här relativt nya sättet att organisera arbetslivet. Arbetsgivare är skyldiga att ta ansvar för att hantera stress och hög arbetsbelastning, oavsett var, när och hur arbetet utförs, även om ett fungerande flexibelt arbete också innebär ett ökat indirekt ansvar för de anställda, framför allt när det gäller att hålla chefer eller arbetsgivare informerade.

Hur flexibiliteten ska hanteras måste bli en central del av arbetsmiljöarbetet. Det här gäller inte minst ideella och medlemsstyrda organisationer där nästan åtta av tio upplever att arbetsbelastningen generellt är högre än vad de uppfattar som lagom. Att arbetsplatsen ofta leds av människor som arbetar på ideell basis eller att man är underbemannade är inte en ursäkt för att de anställdas arbetsmiljö inte tas på allvar.

Det oavlönade arbetet är omfattande för en mycket stor del av de som arbetar inom kommunikation och fler arbetsgivare behöver ta fram policyer kring detta. Det gäller inte minst jourarbete.

Att övertidsarbete utan ersättning är en outtalad del av vissa arbetsgivares affärsmodell, främst inom byråbranschen, är varken hållbart eller acceptabelt.

Utsattheten bland egenföretagare måste motverkas

Det finns ett mycket brett spektrum av människor bland egenföretagare – allt från frilansare med aktiebolag på tillväxt till ofrivilliga egenanställda som tar uppdrag från tidigare arbetsgivare samt plattformsarbetare. DIK ser också att det blir vanligare med personer som arbetar i giggform genom faktureringsbolag. Att uttala sig i generella termer kring gruppen är därför problematiskt.

Den utsatthet, bland annat i form av sexuella trakasserier, som rapporten påvisar är ett arbetsmiljöproblem som uppdragsgivaren måste adressera. I organisationer eller bolag som använder sig av frilansare i större utsträckning är det viktigt att uppdragsgivaren tar ansvar och önskvärt att HR-funktioner även plockar upp uppdragstagares situation. Det här gäller i synnerhet personer som arbetar under längre perioder eller under anställningsliknande förhållanden.

Flera egenföretagare som svarat på enkäten gränsar mot det som Skatteverket klassar som falskt egenföretagare. I F-skatteutredningen kommer

De initiativ som på många håll togs i och med #metoo måste följas upp och uppdateras.

utredarna med rekommendationen att Skatteverket ska kunna dra tillbaka rätten till F-skatt från egenföretagare som inte uppfyller näringskriterierna¹⁶. Hit räknas bland annat att man arbetar under ”anställningsliknande förhållanden”, något som kan bli problematiskt för den enskilda uppdrags-/arbetstagaren som då riskerar att bli av med sin försörjning.

DIK har i remissvar lyft fram att ett ansvar även vilar på arbetsgivare som systematiskt säger upp personal och sedan tar in dem på frilansbasis.

Kollektivavtal i byråbranschen

Rapporten kan tydligt visa att det pågår en kompetensflykt från byråbranschen och att hög arbetsbelastning, men framför allt dåliga villkor är starkt bidragande orsaker. Undersökningen pekar inte minst mot att människor tenderar att lämna branschen i samband med att de blir föräldrar.

Att anställda utan kollektivavtal oftast saknar förmåner som till exempel föräldralön och i vissa fall även tjänstepension är en sannolik förklaring till detta, och baksidan av det oreglerade flexibla arbetet, vilket är svårare att hantera för människor mitt i livet, en annan. Branschen är fortfarande, i hög utsträckning, driven i en entreprenörsanda och ligger i bakvattnet av den svenska arbetsmarknaden när det gäller arbetsmiljö och villkor.

Att många människor, under många år, arbetar utan att ha tjänstepension är ett stort problem som riskerar att drabba dem hårt senare i livet. Att de anställda ofta är unga lägger ett stort ansvar på arbetsgivaren. Här har också andra samhällsinstanser ett viktigt informationsansvar. För att inte gå miste om ränta-på-ränta effekten behöver unga människor förstå vikten av pensionssparande redan i början av arbetslivet även om ålderdomen upplevs avlägsen.

Sammantaget behöver kollektivavtalen bli fler i branschen. Arbetsmiljöfrågorna och personalomsättningen är ett problem för byråledningarna ur såväl ett HR- som ur ett lönsamhetsperspektiv.

Fackets uppgift

Med tanke på den extremt låga andelen kollektivavtal i byråbranschen och den relativt låga fackanslutningsgraden har även fackförbunden ett arbete att utföra. Hur kan framtida avtal utformas för att attrahera byråledarna och vad förväntar sig nuvarande och framtida fackmedlemmar?

Frågan om flexibilitet är en av utmaningarna. Svenska kollektivavtal har standardmässigt haft reglerad arbetstid som norm, vilket naturligtvis är ett problem när den dagliga verksamheten hos många byråer kräver något annat. Så länge det finns en tydlighet kring policyer och personalen kompenseras finns det ingen anledning att göra ”som man alltid har gjort” – världen och arbetslivet förändras och även medarbetarna kräver flexibilitet av arbetsgivarna i allt större utsträckning. DIK har skrivit separata avtal med byråer där man vänt på normen till att utgå från flexibla arbetstider, men där de ramas in av policyer för att säkra arbetsmiljö och social hållbarhet.

I förlängningen handlar det om att upprätthålla den svenska modellen som under snart ett århundrade har fungerat väl för att skapa såväl goda förhållanden för arbetstagarna som långsiktigt stabila resultat för bolagen. Tjänstepension, kompetenshöjande satsningar, jämställdhetsarbete och ett kontinuerligt arbete med arbetsmiljö och diskriminering är förutsättningar för ett hållbart arbetsliv. Här har det svenska partssamarbetet visat sig vara mycket framgångsrikt.

Personalomsättningen är ett problem för byråledningarna ur såväl ett HR- som ur ett lönsamhetsperspektiv

¹⁶ F-skattesystemet – en översyn, SOU 2019:31, se t.ex. s. 200

Referenser

Academic Work, [YPAI 2019](#)

Dagens Media, ["1 av 10 byråer har kollektivavtal"](#) publicerad 170320

Dagens Media, ["Inhouse-revolutionen"](#), publicerad 181030

DIK, ["Vad är du beredd att offra"](#), 2018

Ekonomifakta, <https://www.ekonomifakta.se/fakta/foretagande/naringslivet/foretagare/>

F-skattesystemet – en översyn, SOU 2019:31

Kjellberg Anders, ["Kollektivavtalens täckningsgrad samt organisationsgraden hos arbetsgivarförbund och fackförbund"](#), 2019, s. 12

Resumé ["Så dålig koll har svenska byråchefer på vad som driver medarbetarna"](#), publicerat 190306

Resumé, ["Obetald övertid – en verklighet på många byråer: 'Det ingår i jobbet'"](#), publicerat 190310

Rosengren Calle, Lunds universitet, ["Vilken typ är du på jobbet?"](#)

SCB, [Yrkesregistret med yrkesstatistik 2017](#), s. 13

Sveriges kommunikatörer, [78 procent av deras medlemmar är kvinnor](#), publicerad 140303

SVT, ["Göteborgarnas nota: Nästan en halv miljon – om dagen"](#) publicerat 180327

UNT, ["Varför sväller Uppsalas kommunikationsstab?"](#) publicerat 190918

Vision ["Kostnader för personalomsättning"](#), 2015