

NÆRINGS- OG FISKERIDEPARTEMENTET
Postboks 8090 Dep
0032 OSLO

Deres ref:

Vår ref: 22/42139-2

Dato: 09.03.2023

Forslag til tiltak for bedre kjønnsbalanse i ledelsen i norske selskaper - høringsvar

Herved følger høringsvar fra Integrerings- og mangfoldsdirektoratet (IMDi) på høringsnotatet «Bedre kjønnsrepresentasjon i ledelsen i norske selskaper» fra Nærings- og fiskeridepartementet.

I høringsnotatet inviteres høringsinstansene til å svare på seks spørsmål. IMDi vil med dette svare på spørsmål 2 «*Vil en sertifiseringsordning kunne bidra til likestilling gjennom økt kompetanse og/eller ved at forretningsrelasjoner stiller krav? Hva bør en sertifiseringsordning inneholde for at den skal kunne tas i bruk av flest mulig foretak?*».

I kapittel 10 fremkommer det at en sertifiseringsordning er foreslått som et aktuelt virkemiddel for å utvikle selskapenes arbeid med likestilling og mangfold, og på sikt føre til større grad av likestilling også i toppledelsen i norske selskaper.

I 2020 fikk IMDi i oppdrag av Kunnskapsdepartementet å «...utrede et Mangfoldsmärke. En sertifiseringsordning for virksomheter som er gode på å benytte seg av innvandreres kompetanse i arbeidslivet». Mangfoldsmarket som sertifiseringsordning skulle ha som målsetting å gi innvandrere et stabilt og varig fotfeste i arbeidslivet, samt fremme bevissthet om betydningen av etnisk mangfold og kompetanse i mangfoldsarbeid hos arbeidsgivere. I den anledning utførte konsultantselskapet Agenda Kaupang en utredning som ble ferdigstilt desember 2020. Sertifiseringsordningen er pr i dag ikke blitt implementert. IMDi ønsker likevel å dele konseptutredningen som vi mener kan bidra til å gi Nærings- og fiskeridepartementet et bedre grunnlag for å vurdere hvorvidt en sertifiseringsordning skal være et virkemiddel for å utvikle selskapers arbeid med likestilling og mangfold. Til tross for at konseptutredningen har tatt utgangspunkt i en sertifiseringsordning som begrenser seg til etnisk mangfold, er dens refleksjoner også relevant ved en bredere definisjon av mangfold. IMDi vil med dette gi noen innspill til de aktuelle spørsmålene i høringsnotatet;

- a) Vil en sertifiseringsordning kunne bidra til likestilling gjennom økt kompetanse og/eller ved at forretningsrelasjoner stiller krav?

Ifølge utredningen er velfungerende markeder blant annet kjennetegnet av at alle aktører har tilstrekkelig informasjon til å ta rasjonelle og nyttemaksimerende valg. Dette inkluderer informasjon om ulike kvalitetsaspekter ved en leverandør eller en potensiell arbeidsgiver som kjøpere eller arbeidstakere verdsetter. Noen kvaliteter er det imidlertid kostbart eller umulig for kunden eller arbeidstakeren å observere eller finne tilstrekkelig informasjon om på egenhånd. Dette kan for eksempel gjelde ulike sosiale eller etiske

kvaliteter, som eksempelvis virksomhetens innsats for å inkludere innvandrere i organisasjonen.

I slike tilfeller foreligger det en klassisk utfordring med informasjonsasymmetri, der selger eller arbeidsgiver har bedre informasjon om egne egenskaper enn kunden og arbeidstakeren, men mangler et verktøy for å kommunisere dette effektivt og troverdig. Resultatet av informasjonsasymmetrien kan være underinvestering i den aktuelle egenskapen. I dette tilfellet vil det investeres for lite i inkluderingsarbeidet, ettersom kunden ikke kan identifisere hvilke aktører som arbeider seriøst med dette, og dermed ikke kan vektlegge dette ved valg av leverandør (eller arbeidsgiver).

En merkeordning som bidrar til å opplyse kunden om hvem som innehar slike kvaliteter vil redusere usikkerhet og sette kunden i stand til å handle mer i tråd med egne preferanser. Dette vil igjen øke insentivene til å investere i kvalitetene som kunden verdsetter, og er villig til å betale for. Vellykkede merkeordninger kan slik bidra til mer velfungerende konkurranse og samfunnsøkonomisk effektivitet.

Merkeordninger er i utgangspunktet frivillige ordninger som virksomheter kan velge å delta i. En helt sentral forutsetning for å utforme en vellykket merkeordning er knyttet til å sikre deltakelse. For at ordningen skal være interessant å delta i må den dermed bidra til effektiv formidling av informasjon som er verdifull for mottaker, enten dette er en forbruker, arbeidstaker eller annen aktør. Dette innebærer at merkeordningen må

1. opplyse om kvaliteter som mottakeren verdsetter
2. gi presis og troverdig informasjon
3. være kostnadseffektiv

Jo høyere grad av formalisering og forpliktelser som ligger i en merkeordning, jo mer presis og troverdig informasjon vil den gi mottaker. Dette vil samtidig innebære økte kostnader for deltakerne i ordningen (gjennom mer standardiserte krav til mangfoldsarbeid, økte dokumentasjonskrav og tredjeparts kontroll og verifikasjon). Hva som er en hensiktsmessig innretning av ordningen, vil dermed avhenge av etterspørselen etter den informasjonen som merkeordningen formidler. Dersom behovet og verdien av informasjonen er stor, vil det kunne forsvare etablering av en kostbar, men også troverdig ordning. Og motsatt, dersom verdien av informasjonen er mer begrenset, er det mer aktuelt å etablere en mindre formalisert ordning med lavere kostnader (men også lavere kvalitet på informasjonen som formidles)

I dette tilfellet var det stor usikkerhet om behovet for en merkeordning, spesielt en merkeordning som er begrenset til å formidle virksomheters innsats med inkludering av ikke-nordiske innvandrere på arbeidsplassen. Funn fra intervjuene indikerte at interessen for en slik merkeordning vil være større dersom ordningen favnet bredere og omfattet inkluderingsarbeid rettet også mot andre sårbare grupper i arbeidslivet.

Selv med en bredere definisjon av mangfold var det stor usikkerhet om interessen for en ordning, og mulighetene for å sikre bred deltakelse. For å ta hensyn til usikkerheten og variasjonen i etterspørselen, kan det være hensiktsmessig å ha en noe forsiktig og trinnvis tilnærming til etablering av en merkeordning.

Dersom det etableres en ren sertifiseringsordning er det usikkert hvor mange virksomheter som vil være villig til å delta som følge av betydelige kostnader og tidsbruk. Det er også en risiko for utilsiktede konkurransevridende effekter ved at ordningen kan skape et kunstig skille mellom sertifiserte virksomheter og virksomheter som ikke har mulighet til å påta seg kostnadene som en sertifisering innebærer.

- b) Hva bør en sertifiseringsordning inneholde for at den skal kunne tas i bruk av flest mulig foretak?

Utredningen har etter inspirasjon fra andre relevante merkeordninger og innspill fra intervjuer med en rekke aktører og i dialogen med IMDi, skissert tre alternative modeller for en ny merkeordning for mangfold. Agenda Kaupang beskriver de ulike modellene langs følgende dimensjoner: i) type krav, ii) krav ved

medlemskap (compliance), iii) dokumentasjonskrav, iv) koordinerende tredjepart og v) kontroll. De tre modellene er:

► **Nettverk.** Modellen innebærer en nettverksorganisering, det vil si en organisering som legger noen føringer og gir noen forpliktelser til deltakerne, men som ikke vil innebære noen form for ekstern kontroll eller sertifisering. Et nettverk er i utgangspunktet en frivillig ordning, og medlemsvirksomheter kan typisk søke om medlemskap i nettverket eller – i en enda mindre rigid form – melde seg inn uten at det skjer noen form for godkjenning.

► **Mellommodell («medlemsmodell»).** Dette innebærer en mer formalisert og forpliktende deltakelse enn det vi beskrev i nettverksmodellen. Kravene for å bli medlem vil kunne være knyttet til forpliktelser til å jobbe med integrering av innvandrere på spesifikke måter. Medlemmene kan for eksempel forplikte seg til å vedta egne retningslinjer, strategier eller handlingsplaner for mangfoldsarbeid som de skal rapportere på at de følger opp. Noen form for rapportering på egne mål og utvikling til utsteder/medlemsorganisasjon vil være en naturlig del av en slik modell. Egendeklarering vil kunne gjennomføres basert på definerte kriterier, i samhandling med og rapportering til utsteder/medlemsorganisasjon. En form for kontroll vil kunne utføres av den som medlemsorganisasjonen definerer som kontrollorgan. En forskjell fra en mer standardisert ordning vil være at arbeidet og kravene for å få merket kan tilpasses den enkelte bedrift, dens modenhet på integreringsområdet og dens utfordringer. Slik sett vil det være virksomhetenes utvikling på integreringsområdet som i større grad måles enn noen kvantitative størrelser som for eksempel antall ansatte eller nyrekrutteringer med innvandrerbakgrunn.

► **Sertifiseringsordning basert på utvikling av standarder.** Den tredje og siste modellen legger opp til mindre fleksibilitet enn de to forutgående. Denne modellen for å oppnå et mangfoldsmærke skiller seg fra mellommodellen ved at det foreligger definerte krav i henhold til en standard som må verifiseres av en tredjepart. En slik sertifiseringsordning baserer seg på egenvurdering, basert på standardens krav og samhandling med utsteder/verifiseringsmyndighet. Sertifiseringsordningen kan også basere seg på selvdeklarering med stikkprøvekontroll vurdert av utsteder/verifiseringsmyndighet. Sertifiseringen forvaltes av et statlig organ med delegert ansvar til et sertifiseringsorgan. Det foreligger et krav til sertifisering.

De tre modellene sier ikke noe om i hvilken grad foretak vil ta i bruk en sertifiseringsordning. Men det er tre ulike tilnærminger som i stor grad kan påvirke hvorvidt man lykkes med å få foretak til å ta i bruk en sertifiseringsordning ettersom de stiller ulike krav til dokumentasjon, medlemskap, verifisering osv.

Etter Agenda Kaupangs vurdering er det flere forutsetninger for å øke sjansen for å lykkes med en sertifiseringsordning. Utredningen viser til blant annet følgende;

- Det er svært viktig at ordningen bygger på faglighet og kunnskapsbasert praksis når det gjelder mangfoldsarbeid i virksomheter. Man bør se om det er mulig å få til samarbeid med akademiske institusjoner der det forskes på relevante temaer.
- Relevante interessenter må involveres i arbeidet med utformingen av merkeordningen. Dette er også krav iht. anskaffelsesforskriften § 15-3 for at ordningen skal kunne anvendes ved offentlige innkjøp.
- Det kan være hensiktsmessig å differensiere mht. virksomhetsstørrelse både når det gjelder kriterier/krav for deltagelse i ordningen og ev. gebyrer/avgifter for å være med.
- Det vil antagelig være hensiktsmessig med en gradvis utrulling, for eksempel ved at flere bransjer involveres etter hvert.
- Det kan være hensiktsmessig å legge opp til en progresjon/utvikling i ordningen, slik at det for eksempel etter hvert stilles høyere krav til de virksomhetene som ligger i front.
- Det må være en effektiv markedsføring av ordningen, både rettet mot forbrukere, innkjøpere og virksomheter.
- Det bør legges vekt på å få dokumenterbare effekter og faktisk måloppnåelse av ordningen, og den bør evalueres etter et visst antall år.

Vedlagt følger kopi av utredningsrapporten «Mangfoldsmerking i Norge», 2020 fra Agenda kaupang.

IMDi finner forslag om innføring av en sertifiseringsordning for virksomheter interessant. Vi har med dette presentert innspill til momenter å vurdere for hvorvidt en sertifiseringsordning skal være et virkemiddel for å utvikle selskapers arbeid med likestilling og mangfold.

Med hilsen

Benedicte Hollen
Avdelingsleder

Morten Sonniks
Seniorrådgiver

Dokumentet er elektronisk godkjent og er derfor uten håndskrevet signatur

Vedlegg:

Mangfoldsmerking i Norge - Agenda kaupang 2020

Kopimottakere:

Postmottak Statsministerens kontor