

KODEN TIL AT FÅ FLERE KVINDER IND I IT-BRANCHEN

Hos it-koncernen CGI Danmark, der er en del af en international organisation med 400 lokationer fordelt i verden, arbejder de målrettet med at ændre kulturen for at skabe inklusion og diversitet. I det seneste år har virksomheden sat ekstra fokus på at få flere kvindelige kolleger. Det har båret frugt, og halvdelen af ansøgerne til talentprogrammet er nu kvinder. Mød HR-direktøren Dorte Simonsen, der fortæller om at knække koden, arbejdet med employer branding og opgøret med de ubevidste bias.

Af Pia Bundgaard Hansen

Kampen om at tiltrække talent er en velkendt problemstilling i it-branchen. Tal fra Dansk Industri peger på, at der i 2030 mangler 13.000 kandidater indenfor de tekniske fag og heraf 7.000 indenfor it.

Den skæve fordeling i branchen og manglen på diversitet pynter heller ikke på tallene. Tal fra Danmarks Statistik viser, at i 2020 var kun en ud af

fire beskæftigede it-konsulenter i Danmark en kvinde. Selv om uddannelserne i de senere år har tiltrukket flere kvinder, er der stadig et stykke vej. I 2022 var færre end hver tredje optagede på it-uddannelserne en kvinde ifølge tal fra Uddannelses- og forskningsministeriet.

Stillingsopslag med et andet ordvalg

CGI, som er en af verdens største leverandører af konsulent-

deler og services inden for it og forretningsrådgivning, arbejder målrettet med at få flere kvinder ind i branchen.

”Vi har arbejdet med inklusion og diversitet. Vi har gjort op med de traditionelle mønstre i rekruttering. Vi har samarbejdet med en ekstern konsulent om at ændre sproget i vores stillingsopslag, og vi har arbejdet med de ubevidste bias,” fortæller Dorte Simonsen, der er HR-direktør i CGI Danmark.

Arbejdet med sproget har givet gevinst. I dag oplever CGI, at næsten lige så mange kvinder som mænd søger ind i talentprogrammet - noget, som ikke er sket før. Desuden oplever CGI en generel stigning i antallet af kvindelige ansøgere.

”Stillingsopslaget har fået fokus på blødere værdier. Vi beskriver samarbejdet i teams og sætter ord på kulturen og værdierne i CGI. Og så har vi også set på den grafiske indpakning,” siger Dorte Simonsen og uddyber:

”Vi har gjort op med de traditionelle stillingsopslag, der indeholder alenlange lister med bullets spækket med tekniske færdigheder og hårde facts, som en kandidat skal have. Helt ærligt, så giver man op ved bullet 7 ud af 21 - og mange gange afskrækker den type facitliste-information kvinder.”

Opgøret med de ubevidste bias

En af de store udfordringer i it-branchen er at fastholde kvinderne på arbejdsmarkedet. Derfor arbejder CGI med flere parametre end jobansøgningerne. Det er helt centralt, at nyansatte medarbejdere kan spejle sig selv i arbejdspladsen, og det kræver fleksibilitet og en målrettet indsats at gøre op med de ubevidste bias, som vi alle har.

”Indsatsen mod bias begynder på ledelsesniveau. Derfor har vi sat de ubevidste bias på dagsordenen hos lederne,” fortæller Dorte Simonsen.

Hos CGI ved lederne godt, hvorfor mangfoldigheden er vigtig, og hvordan den styrker virksomheden og slutprodukterne. Alligevel er det nødvendigt for den enkelte leder at kigge indad og identificere egne ubevidste bias, og hvordan de kan være en hindring for fx at få mangfoldigheden ind i et team.

”Vi har haft flere workshops med fokus på diversitet, lighed og inklusion. Her har vi arbejdet med de ubevidste bias, så lederne bliver opmærksomme på deres egne blinde punkter,” fortæller Dorte Simonsen og uddyber: ”Arbejdet med at forankre ubevidste bias i vores kultur er en løbende indsats, hvor vi skal blive ved med at udfordre os selv og hinanden i vores ledelsesstil, rekrutteringsprocesser og daglige interaktion med hinanden. En leder fortalte mig, hvordan hun og flere kolleger også tænkte ubevidste bias ind i mødet med vores kunder nu - det beviser for mig, at man ændrer sin adfærd og bliver mere inkluderende, det er absolut en god historie”.

Arbejdsplads for alle

CGI har fem store forretningsområder - blandt andet health-care, som udvikler og servicere løsninger til sundhedssektoren. Derfor har CGI skarpt fokus på employer branding for at vise alsidigheden og de mange muligheder for kvinder. Mange af medarbejderne i health-care kommer med en sundhedsfaglig uddannelse i bagagen og har videreuddannet sig inden for it.

Health-care-området viser, at der er mange veje ind i it-branchen - og mange muligheder for at udvikle sig, når man er kommet ind.

”

Vi har arbejdet med inklusion og diversitet. Vi har gjort op med de traditionelle mønstre i rekruttering. Vi har samarbejdet med en ekstern konsulent om at ændre sproget i vores stillingsopslag, og vi har arbejdet med de ubevidste bias

**Dorte Simonsen,
HR-direktør CGI**



Den enkelte kan specialisere sig i en bestemt retning og blive ekspert, andre vil gå ledelsesvejen, endnu andre vil hellere arbejde ”bag kulisserne” og udvikle løsninger, og nogle foretrækker at have den tætte kontakt med kunderne. Der er kort sagt masser af muligheder og initiativer hos CGI, som på verdensplan tæller 91.500 medarbejdere.

”Vi har mange forskellige stillingstyper, og det er helt centralt, at fleksibiliteten følger med. Vi leverer løsninger til mennesker, skabt af mennesker. Derfor har vi plads til alle, uanset hvor de er i livet og arbejdslivet,” fortæller Dorte Simonsen:

Fleksibilitet i arbejdslivet

CGI har for eksempel stillinger til medarbejdere, der gerne vil arbejde mindre end 37 timer om ugen. Det appellerer blandt andet til yngre kvinder, som gerne vil finde den rette balance mellem familie og karrieren uden at gå på kompromis.

”Vi forsøger at møde medarbejderne, der hvor de er i livet, og det betyder, at man fx kan arbejde som konsulent på nedsat tid uden at gå på kompromis med karrieren. Det appellerer til nogle yngre kvinder, som gerne vil finde den rette balance mellem familie og karriere.”

CGI har lanceret en stribe videoportrætter af forskellige

medarbejdere. Videoerne viser diversiteten og mulighederne for at sammensætte en spændende karriere med fleksible arbejdsdage, og de kan ses på CGI’s karriereside: cgi.dk/vores-medarbejdere.

”Med videoerne ønsker vi også at gøre op med det stereotype billede, der er af it-branchen. De unge, talentfulde kvinder må ikke bare tro, at tech handler om at sidde og kode dagen lang. Der er jo mange forretningsområder inden for branchen. Vi arbejder med det hele menneske, fordi vi ved, at diversitet skaber stærke og holdbare løsninger, og at vi ved at have forskellige mindsets i vores teams kan udfordre og støtte hinanden,” forklarer Dorte Simonsen.

Netværk for kvinder

CGI har søsat en stribe initiativer, fx netværk, hvor kvinder i branchen kan dele erfaringer og viden og inspirere hinanden - og potentielle nye kolleger - til at søge nye udfordringer.

”Vi har et kvindenetværk i CGI, ”Women of CGI”, som både er nationalt og globalt. Vi er kun lige begyndt på rejsen mod at styrke diversiteten og tiltrække flere kvinder til branchen,” fortæller Dorte Simonsen, som understreger, at CGI på verdensplan har 400 kontorer, så der er rig mulighed for en international karriere.

Rækker ud til pigerne

CGI rækker også ud til kvinderne allerede på uddannelserne, fx ved at støtte IT-Camp for piger, som foregår i Aarhus. Campen, der er gratis, tilbyder tre dage med teknologi, design og inspiration for piger, som går i gymnasiet eller har sabbatår.

Globalt står CGI bag programmet STEM@CGI, der henvender sig til børn mellem 7 og 15 år. STEM står for Science, Technology, Engineering og Mathematics, og programmet er også tilgængeligt i Danmark.

STEM@CGI er gratis og for alle - både private, uddannelsesinstitutioner, fritidsinstitutioner og i det hele taget alle interesserede.

Nyt mentorprogram for kvinder

Flere initiativer er på vej, og CGI har netop lanceret et mentorprogram for kvinder. Programmet er både lokalt, nationalt og internationalt, og det er helt op til kvinderne hvordan de vil bruge mentorprogrammet til fx at booste karrieren og søge gode råd og sparring hos erfarne mentorer.

”Vi har haft flere workshops med fokus på diversitet, lighed og inklusion. Her har vi arbejdet med de ubevidste bias, så lederne bliver opmærksomme på deres egne blinde punkter,” fortæller Dorte Simonsen.



Foto: Adobe Stock 326402441



FAKTA

CGI er grundlagt i 1976 og en af verdens største leverandører af konsulentydelse og services inden for it og forretningsrådgivning.

Læs meget mere på www.cgi.dk