



Anna Thanner och Klara Stefansson har skippat cv:t och det personliga brevet.

REKRYTERING

## VISA VAD DU KAN – men inte vem du är!

**FULLSERVICEBYRÅN OH MY** testar nya vägar i sin rekrytering. De kallar sin modell för Smakprovet. Kandidaterna behöver inte skicka ett cv eller ett personligt brev. I stället ombeds de beskriva tre »case« från branschen med förslag på hur de skulle ha gjort för att förbättra dem. Utifrån det görs ett första urval.

»Folk skriver ändå liknande saker i sina personliga brev. Samma ord förekommer i nästan alla: Typ »kreativ« och »prestigelös«. Vi tycker att det här ger en bättre bild av personen. Vi är intresserade av vart de vill snarare än var de har varit«, säger Anna Thanner, copywriter på Oh My, som jobbat fram idén tillsammans med redaktör Klara Stefansson.

Rekryteringsmodellen lanserades för några veckor sedan och Oh My har redan hunnit få in »ett helt gäng« ansökningar. En copywriter som sökte jobb i en testomgång för att se om modellen fungerade i praktiken har anställts.

»Och de ansökningar vi fått in har varit över förväntan – vi tycker verkligen att det går att avläsa kom-

petens och engagemang från smakproven«, säger Anna.

En av de bärande tankarna med Smakprovet är att personerna som söker är helt anonyma.

»Med ett brev och ett cv ser man namn, ålder, kön och så vidare. Hur medveten man än är så tror vi att man lätt väljer den som är lik en själv – och det skapar homogena grupper«, säger Klara.

»I branschen har många kompetensen som söks av arbetsgivare, men alla har inte lika lätt att få jobbet. Genom Smakprovet ger vi alla samma förutsättningar att få komma på en intervju«, säger Anna.

Smakprovet är också ett sätt för Oh My att sticka ut som potentiell arbetsgivare.

»Alla företag jagar de bästa talangerna och erbjuder olika förmåner för att få dem. Men alla använder ungefär samma rekryteringsprocess. Vi tyckte det var intressant att ändra på det första steget. Det gör också att kandidaterna får en personlig bild av oss som arbetsgivare.«

TEXT: TOMMY JEPSSON

## DISKRIMINERING REGELVÄRK

**FÖR FÖRETAGSLEDNINGAR** gäller det att följa en rad regelverk. Men hur besvärligt är det? Och vad känns tyngst? Det har fPlus och Arbetsmarknadsnytt gett Svenskt Näringslivs företagspanel i uppdrag att undersöka. Av de 3 880 företagare som svarade uppgav hela 86 procent att »hanteringen av lagar och regler är betungande eller mycket betungande för det egna företaget mätt i tid och pengar«. Regelverken som upplevts tyngst visas nedan, i fallande ordning med Arbetsrätten i topp, vilken mer än hälften ansåg vara besvärligast av allt.

**ARBETSRÄTT:**

**54 %**

**ARBETSMILJÖREGLER:**

**49 %**

**SKATTE- OCH MOMSREGLER:**

**45 %**

**MILJÖREGLER:**

**41 %**

**REDOVISNING OCH BOKFÖRING:**

**37 %**

**BRANSCHSPECIFIKA REGLER**  
(exempelvis personalligare och serveringstillstånd):

**36 %**

**PLAN- OCH BYGGNADSREGLER:**

**31 %**

Mån	Tis	Ons	Tor	Fre	Lör	Sön
			☑			

SPANING

## NU INFÖR WISE GROUP HELGDAGSFLEX!

ETT EFTERLÄNGTAT INITIATIV som innebär att man kan byta en allmän helgdag som inträffar på en vardag mot en annan helgdag som överensstämmer med individens tro.

»Vår förhoppning är att helgdagsflex främjar fortsatt mångfald och därigenom leder till vidgade perspektiv i urvalsprocesser men även till nya perspektiv i de implementationer och konsultationer vi gör för egen och kunders räkning i nästa led. Tillsammans med Tre, Sportify och andra inspirerande bolag som infört motsvarande vill vi bidra till ett modigare, mänskligare och mer hållbart arbetsliv«, säger HR- och kulturchefen Nathalie Berthelius.