

Jag är en levande skyltdocka!

Butiksanställda känner sig ofta som "vandrande reklampelare" för det företag de jobbar på och det finns krav på hur de ska se ut och bete sig, visar en ny studie från Karlstads universitet. Dessa estetiska krav kommer från både arbetsgivare, de anställda själva, kunder och rådande normer i samhället. Kraven är inte sällan otydliga och outtalade. Kraven kan bli problematiska när de är diskriminerande eller inkräktar på den personliga integriteten.

Hel och ren

Det enda uttalade krav som brukar finnas på hur den anställda ska vara är den rätt så slitna frasen "hel och ren"; uttrycket kan dock innehålla mycket mer än vad som antyds av orden. Helhetsintrycket är det viktigaste, men detaljer har stor betydelse för helheten och kraven kan gälla såväl frisyrer, tatueringar, smycken, kroppsbyggnad som språklig brytning. Arbetsgivarna är dock försiktiga med att uttrycka sig klarare eftersom alltför hårda krav kan bli rasistiska, sexistiska och fördomsfulla.

Uttrycket "hel och ren" blir ett samlingsnamn för de krav som ställs och innebörden är ofta underförstådd och beroende av sammanhanget. Många av de anställda har svårt att fylla uttrycket med innehåll, men kan däremot ganska lätt ange vad som faller utanför ramen, det vill säga hur man *inte* får se ut.

Skilda synsätt

Från arbetsgivarnas perspektiv är de butiksanställda företagets ansikte utåt och de ska spegla de ideal som företaget står för. Många av arbetsgivarna menar att utseendet inte ska spela någon roll, men att det ändå gör det i ganska hög grad.

– De anställda slits mellan förståelse för arbetsgivarnas perspektiv och en önskan om att värna sin integritet gentemot krav som känns alltför påträngande, säger **Henrietta Huzell, Karlstads universitet**, projektledare för studien.

Olika krav på män och kvinnor

På en direkt fråga om kraven är olika för män och kvinnor menar de flesta att de inte är det, men om de anställda får lista kraven så visar det sig att listan över krav för kvinnor är längre och mer detaljerad.

Medvetandegör kraven

Att det finns estetiska krav är såväl forskare, arbetsgivare och butiksanställda överrens om. Problemet är att de ofta är outtalade och att de kan bli diskriminerande och inkräkta på den personliga integriteten i alltför hög grad. Därför bör denna fråga lyftas på arbetsplatserna både hos ledningen och hos arbetstagarna. På så sätt kan kraven tydliggöras och onödiga, diskriminerande och oetiska krav kan rensas bort.

Rapporten "Jag är en levande skyltdocka!" ingår i forskningssatsningen "Handeln som arbetsplats", som finansieras av Handels Utvecklingsråd, och finns att ladda ned i sin helhet på www.hur.nu

För ytterligare information och kommentarer kontakta:

Jenny Dahlerus, informatör, Handels Utvecklingsråd, 010-471 86 29, jenny.dahlerus@hur.nu
Henrietta Huzell, filosofie doktor, Karlstads universitet, 054-700 13 42, henrietta.huzell@kau.se

Handels Utvecklingsråd är en av Sveriges största finansiärer av handelsforskning. 15 miljoner kronor betalas årligen ut till olika forskningsprojekt. Handels Utvecklingsråd är en kollektivavtalsstiftelse som består av arbetsgivarorganisationerna Svensk Handel och Arbetsgivarförbundet KFO, samt arbetstagarorganisationerna Akademikerförbunden, Handelsanställdas förbund och Unionen.