

Komunikat prasowy

Jak naprawdę pracują hostessy w Polsce? Pierwszy raport o sytuacji w branży

Hostessing zapewnia młodym kobietom względnie wysokie zarobki i pozwala godzić naukę ze zdobywaniem doświadczenia zawodowego. Hostessy często są jednak narażone na molestowanie seksualne i finansowe wykorzystywanie przez pracodawców. Autorzy pierwszego raportu o sytuacji hostess proponują, między innymi wprowadzenie zbioru zasad etycznych branży. Do prac zapraszają także organizacje branżowe, związki zawodowe, pracodawców i instytucje publiczne.

Wiedza na temat branży hostessingowej była do tej pory oparta głównie na stereotypach. Raport „**Branża hostess w Polsce. Główne problemy i kontrowersje**” stanowi pierwszą próbę spojrzenia na sytuację w zawodzie hostessy na podstawie badania przeprowadzonego wśród samych hostess oraz analizy ogólnodostępnych źródeł. Raport powstał z inicjatywy Komitetu Dialogu Społecznego KIG (KDS KIG) oraz Forum Odpowiedzialnego Biznesu (FOB).

- Z wywiadów dowiadujemy się, że w branży hostessingowej przypadki molestowania seksualnego są tajemnicą poliszynela. Kobietom wykonującym zawód hostessy doskwierają również warunki pracy, nieproporcjonalność zobowiązań i zdarzająca się całkowita arbitralność w zakresie kar – mówi Konrad Ciesiołkiewicz, przewodniczący KDS KIG. – Publikując raport chcemy zwrócić uwagę opinii publicznej na problemy tej branży, a więc tysięcy ludzi w niej pracujących. Chcemy również doprowadzić do podjęcia tego tematu przez jej głównych aktorów i stworzenia wspólnie zbioru zasad etycznych.

Analiza przeprowadzona na potrzeby raportu pokazuje, że większość hostess to młode kobiety łączące pracę z nauką, ok. 70 proc. z nich jest w wieku 23-30 lat. Do głównych zalet pracy hostessy należą wysokie stawki godzinowe, elastyczność zatrudnienia i duża różnorodność zleceń. Natomiast najczęściej wymieniane wady to przypadki molestowania seksualnego i inne trudne sytuacje z klientami, uciążliwe warunki pracy (strój niedostosowany do temperatury otoczenia, wielogodzinne stanie w butach na obcasach) oraz wykorzystywanie dominującej pozycji przez pracodawców (opóźnienia w wypłatach). Hostessom we znaki dają się również stereotypy.

- Hostessy są stereotypizowane na trzy sposoby – mówi Anna Perlik-Piątkowska, współautorka raportu. – Pierwszy stereotyp mówi, że hostessing to „praca ciałem”. Wedle drugiego kobiety wykonujące tę pracę są „ładne, ale głupie”. Trzeci opisuje pracę hostessy jako „łatwą i przyjemną”. Presja stereotypów powoduje, że hostessy często wstydzą się wykonywanej pracy.

Przeciwnicy krytykują branżę hostessingową za uprzedmiotowienie kobiet. Zwracają uwagę na przypadki molestowania seksualnego, którego dopuszczają się mężczyźni o wysokim statusie społecznym np. podczas spotkań biznesowych. Twierdzi się również, że w obecnej formie hostessing współtworzy nieprawdziwy obraz branży technologicznej i motoryzacyjnej, w których miałyby nie być miejsca na merytoryczną pracę kobiet.

- Stereotypy na temat pracy hostess mogą hamować inicjatywy zmierzające do regulowania tej branży – hostessy jako grupa zawodowa nie są powszechnie postrzegane jako wymagające szczególnego wsparcia - mówi Monika Kulik, koordynatorka projektu z ramienia FOB. Nasz raport pokazuje jednak, że tak nie jest. Młode osoby zatrudnione w tej branży nie znają swoich praw pracowniczych, nie wiedzą jak radzić sobie z trudnymi sytuacjami w relacji z pracodawcami lub klientami, gdzie zwrócić się o pomoc. Dlatego ważne jest spojrzenie na tę branżę z perspektywy tworzenia dobrych miejsc pracy.

Inicjatorzy powstania raportu (zespół w składzie: Magdalena Bigaj, Konrad Ciesiołkiewicz, Witold Drożdż, Monika Kulik, Anna Perlik-Piątkowska, Zuzanna Rudzińska-Bluszcz) proponują podjęcie publicznej dyskusji na temat standardów pracy w hostessingu. Jednym z postulatów jest stworzenie zbioru zasad etycznych obowiązujących zarówno agencje eventowe zatrudniające hostessy, firmy PR, jak i organizacje korzystające z ich usług. Powinien on określać warunki zatrudnienia i pracy, sposoby rozwiązywania sytuacji kryzysowych, adresować zagadnienia różnorodności i równouprawnienia. Firmy i organizacje korzystające z usług agencji hostessingowych powinny w wymogach ofertowych zwracać uwagę na te kwestie, monitorować je w czasie trwania współpracy i reagować na ewentualne wykroczenia.

Raport „**Branża hostess w Polsce. Główne problemy i kontrowersje**” dostępny jest na stronie KDS KIG: <https://dialogkig.pl/wp-content/uploads/2019/11/Raport-BRANZA-HOSTESS-W-POLSCE-2019.pdf>

Kontakt: dialogkig@kig.pl