

Pressmeddelande
5 mars 2007

Cloetta Fazers tjejer i anfallszon

Inom ramen för de satsningar som Cloetta Fazer gör för att stärka sina chefers ledarskapsförmåga har bolaget sedan våren 2006, i samarbete med Kvinnokompetensen AB, satsat på ett ledarutvecklingsprogram för företagets kvinnliga chefer. I samband med den internationella kvinnodagen kommer de att få pröva sina talanger i en av de mest manliga av miljöer – nämligen i hockeys! Det görs tillsammans med ishockeytränaren och expertkommentatorn Niklas Wikegård i syfte att ytterligare utveckla ledarskapet.

Sedan maj 2006 pågår ett ettårigt program inom Cloetta Fazer för 15 kvinnliga chefer i koncernen. Programmet leds av Kvinnokompetensen och har redan resulterat i att fler kvinnor avancerat till nya chefsposter. Cloetta Fazer – som är ett företag där majoriteten av de anställda och de konsumenter som fattar inköpsbesluten utgörs av kvinnor – har konkret nytta av att berika företaget med allt flera kvinnor på chefsposter.

Jesper Åberg, vd för Cloetta Fazer, pekar direkt på den kommersiella nyttan av att fler kvinnor finns på chefsposter.

– De senaste utredningarna om ledarskapet i de långsiktigt framgångsrika företagen visar att kraven på dagens ledare är betydligt större än för ett tiotal år sedan. Nu krävs förutom de traditionella IQ-relaterade intelligenserna att cheferna också har hög emotionell (=EQ) intelligens. Det är förmågan att skapa engagemang och få fram drivkraften hos medarbetarna som ger framgång. Det är bland annat här som kvinnorna ofta bidrar med ett bredare synsätt.

– Förutom det affärsstrategiska tänkandet stärker programmet också den egna ledarskapsförmågan och därmed skapas bättre förutsättningar för en framgångsrik karriär. Nu på den internationella kvinnodagen ville vi dock ha en aktivitet utöver det vanliga, säger Cloetta Fazers koncernchef Jesper Åberg. Denna blir att låta tjejerna kliva rakt in i anfallszon och ”spela” på killarnas villkor. Ett dubbelpass med tränare Wikegård – det blir en utmaning för ledarskapet.

– På Kvinnokompetensen har man denna gång gjort ett nytt grepp i och med hockeysatsningen. Så är också Cloetta Fazers satsning unik i sin storlek och ambition, säger Anna Eliasson Lundquist, vd för Kvinnokompetensen. Vi har sedan tidigare skapat en egen metod som bygger på att identifiera de drivkrafter och den värdegrund som finns i varje företag. På motsvarande sätt utvecklas deltagarnas medvetenhet om egna drivkrafter, personlighet och erfarenheter i syfte att möta och matcha drivkrafterna och värdegrunden i verksamheten. I detta program använder vi basen av den metoden men arbetar samtidigt tätt med koncernchef Jesper Åberg för att optimera affärsnyttan i programmet.

– Det är angeläget att våra kvinnliga chefer har en stark position i vår anfallszon. I ett framgångsrikt företag är det viktigt att chefspositioner bemannas av både män och kvinnor för att uppnå en bra dynamik och den största affärsmässiga nyttan, säger Jesper Åberg.



För ytterligare information kontakta Cloetta Fazers vd och koncernchef Jesper Åberg, mobil 070-180 21 01 eller Kvinnokompetensens vd Anna Eliasson Lundquist, mobil 070-7167708

www.cloettafazer.se

Om Cloetta Fazer

Cloetta Fazer-koncernen är Nordens ledande konfektyrföretag med en marknadsandel på cirka 22 procent. Produktionen sker i Sverige och Finland. Verksamhetens främsta styrka är de många starka varumärkena, exempelvis Karl Fazer, Kexchoklad, Dumle, Geisha, Polly och Center. Medelantalet anställda är cirka 1.600 och omsättningen uppgår till cirka 3 miljarder kronor.