

Nestlé bromsar inte trots lågkonjunktur

Vi drar inte ner och vi fortsätter att rekrytera ungefär som vanligt, säger HR Manager Lotta Brantlind. Livsmedelbranschen är intressant och dynamisk, och inte så konjunkturberoende – mat måste vi ju alltid ha. Jag tror att en del av förklaringen till att det går bra för oss är att vi är noga med att tillgodose konsumenternas behov.



Förståelse för konsumenten och affären är viktig för att göra karriär på Nestlé. Jonas Holfve kom till Nestlé 2001. På fyra år har han gått från att arbeta med marknadsföring i butik, via säljchef till en plats i ledningsgruppen med ansvar för retail. Hans framgångskoncept är att själv skapa sina karriärmöjligheter genom att kombinera det man själv vill med vad företaget behöver:

"Det är viktigt att skaffa sig bred kompetens och ta vara på de utmaningar som kommer upp, eller själv identifiera olika möjligheter. Självkännedomen är viktig. Jag är förändringsbenägen och gillar att gå in i nya situationer för att se vilka förändringar som kan göras. Andra personer är förvaltande eller specialister. Vilka möjligheter finns i situationen och hur kan jag använda dem för att både skapa värde för företaget och utvecklas i den riktning som jag själv vill? Det är så jag har byggt mitt arbetsliv – genom att säkra spännande arbetsuppgifter genom att identifiera möjligheterna själv. Det finns mycket möjligheter att utvecklas här om man vill, men det handlar om tagande och givande."

Lotta Brantlind håller med om att det är viktigt att själv driva sin utveckling:

"Inom Nestlé är vi noga med att chef och medarbetare diskuterar fram individuella utvecklingsplaner, vilka ska följas upp var sjätte månad. En förutsättning för att göra karriär inom Nestlé är att man visar resultat, har matchande kompetens samt att man vet vad man vill. Att vara en del av en stor koncern innebär att vi kan rekommendera medarbetare till internationella utbildningar".



Lotta Brantlind, HR Manager

Nestlé har sitt eget Training Centre i Schweiz, där Nestlés globala huvudkontor ligger. Här möts medarbetare och företagsledare från hela världen för att vidareutbilda sig inom olika områden som till exempel organisationsutveckling, ledarskap, marknad & försäljning, ekonomi och produktutveckling. Som ett led i en långsiktig karriärutveckling kan medarbetare i Nestlé Sverige utstationeras till något av Nestlés alla dotterbolag runtom i världen, eller till Nestlés huvudkontor i Vevey i Schweiz. Även om man inte blir utstationerad till ett annat land, finns ändå alltid den internationella känslan, i och med kontakter med kollegor från andra länder.

Långsiktig uthållighet

Nestlé Sverige har Europas modernaste anläggningar för luftreningsteknik på kafferosteriet i Helsingborg där Zoega's Kaffe produceras.

"Vi samarbetar kontinuerligt med Länsstyrelsen och Helsingborgs kommun för att hitta lösningar för långsiktig hållbarhet. Den nyinstallerade Pro Forte-anläggningen ger effektiv rening av rökgaserna från rosteriet och därmed en renare luft för Helsingborgsborna. Det finns reningsledningarna på taket som körs både dag och natt. Vi arbetar även aktivt med arbetsmiljön i samarbete med fackförbunden. Sedan november 2005 när det nya tanke sättet infördes har vi inte haft en enda arbetsskada. Bland annat görs beteendeobservationer för att rätt investeringar i arbetsmiljö ska göras."

Jerker Sjöstrand, Factory Manager.



Kort om Nestlé

Nestlé Sverige AB kombinerar lokal närvaro med styrkorna av att vara en del av en stor internationell koncern. Huvudkontoret ligger i Helsingborg och ytterligare kontor finns i Stockholm, Mariestad och Malmö. Företaget omsätter ca 320 miljoner € och har ca 700 anställda. De flesta roller har både nationellt fokus och stora beröringspunkter med den nordiska marknaden. Det finns cirka 276 050 medarbetare i 86 länder i den globala koncernen med en omsättning på ca 107 miljarder CHF.

Sex av de tio personer som sitter i ledningsgruppen för Nestlé Sverige är kvinnor. Könsfördelningen i företaget är ungefär 50-50. Nestlé Sverige arbetar också tillsammans med bolagen i Danmark, Finland och Norge i en operativ enhet – Nestlé Norden, som tillsammans blir mer konkurrenskraftigt än varje land för sig.

Nestlés verksamhet i Sverige inleddes 1962 då företaget köpte dåvarande Findus. År 2000 sålde Nestlé den djupfrysta delen av Findus till EQT Scandinavia B.V. Därmed påbörjades en ny Nestlé-era på den svenska marknaden och idag omfattar verksamheten affärsområdena drycker, barnmat, konfektyr, Hälsans Kök, frukostflingor, godmorgonvälling, glass och djurmat. Några exempel på varumärken är dryckerna NESCAFÉ, ZOÉGAs och NESPRESSO, Chokladerna KITKAT, LION, AFTER EIGHT, och SMARTIES, Nestlé vällingar, Flingorna FITNESS, NESQUIK, CHERIOOS, samt Djurmat som FRISIKIES och PUSSI.

Källa: www.nestle-nordic.com, www.nestle.com, intervju med Lotta Brantlind, HR Manager, Marie Louise Elmgren Corporate Communication Manager, Jonas Holfve Channel Development Manager, Linnéa Gustafsson HR Specialist och Jerker Sjöstrand Factory Manager, alla från Nestlé Sverige 2008-12-16.

[Tillbaka](#)