

Foto: Kristofer Hedlund

Mångfaldsarbetet spänner över hela företaget

Som bemanningsstrateg på koncernnivå är Manne Didehvars fokus att stärka Postens affär. En framgångsfaktor är mångfaldsarbetet, som bidrar till ökad lönsamhet och konkurrenskraft.

Av Postens 33 000 medarbetare har cirka 20 procent en annan kulturell bakgrund än svensk. De representerar ett 70-tal nationaliteter och talar drygt 50 olika språk. Postens mångfaldsarbete inkluderar även många andra olikheter, exempelvis ålder, sexuell läggning och trosuppfattning.

– Att arbeta aktivt med mångfaldsfrågan, både internt och externt, är en absolut framgångsfaktor. I grunden handlar det om att Posten behöver medarbetare med olika kunskap, erfarenhet och perspektiv, som var och en kan bidra utifrån sina egna förutsättningar, säger Manne Didehvar.

På vilket sätt kan mångfald stärka Postens affär?

– När vår personalstyrka speglar det samhälle vi lever i och den marknad vi verkar på har vi goda förutsättningar att förstå våra kunder, deras behov och samhällets krav. Mångfald tillför nya perspektiv och idéer, och ökar kreativiteten, dynamiken och utvecklingskraften i företaget.

Hur kan Postens mångfaldsarbete hjälpa kunderna?

– Ett exempel är Direkt Reklam-mediet där Posten är en av Sveriges största aktörer. Våra kunder finner ett värde i att målgruppsanpassa budskapen när de erbjuder sina tjänster och produkter. Vi kan hjälpa till med att definiera målgrupperna

”ATT AKTIVT ARBETA MED MÅNGFALDSFRÅGAN, BÅDE INTERNT OCH EXTERNT, ÄR EN ABSOLUT FRAMGÅNGSFAKTOR.”



Namn: Manne Didehvar. **Ålder:** 42 år. **Titel:** bemanningsstrateg på Postens koncernstab. **Utbildning:** marknads-ekonom, IHM Business School, examen 1998.

utifrån olika kriterier, exempelvis kön, inkomst och familjeförhållanden, så att kommunikationen bättre når fram till rätt person.

Hur arbetar Posten med mångfald?

– Vi arbetar med det inom alla delar av företaget: Produktion, HR, Marknad och Kommunikation. Mångfald får aldrig bli en isolerad fråga. Ett företags framgång bygger på engagerade, kompetenta och friska medarbetare, liksom nöjda och lönsamma kunder.

Vad görs för att kommunicera synen på mångfald till medarbetarna?

– Vi involverar och utbildar Postens alla medarbetare och chefer genom ett diskussionsmaterial som heter Lika Unika. Vi använder inte pepkinnar utan försöker få medarbetarna att reflektera över mångfald genom praktiska övningar i det dagliga arbetet. Grunden är att göra människor medvetna om sina egna fördomar men också att belysa den affärsstrategiska nyttan med mångfald.

Du är från Persien och kom till Sverige som 20-åring. Hur berikar du Posten tack vare din bakgrund?

– Att fly från Persien och ensam ta mig till Sverige har berikat mig. I ryggsäcken bär jag på erfarenheter som är en mix av olika kulturer. Det har hjälpt mig att ifrågasätta, analysera och att inte ta saker för givet. Visst finns det tillfällen då jag har sprungit på minor för att jag inte känt till alla koder, men på det hela taget har min bakgrund varit en styrka snarare än ett hinder.

MÅNGFALD PÅ POSTEN

Mångfald för Posten handlar om att ta tillvara varje medarbetares erfarenhet och kompetens, skapa arbetsglädje och ett gott arbetsklimat på den egna arbetsplatsen. Det handlar också om att tillgodose kunders olika behov, utveckla nya affärsmöjligheter, skapa lönsamhet och ett gott resultat.

WWW.POSTEN.SE