

Stockholm den 31 mars 2011

Manpower skapar nya innovativa lösningar för kompetensförsörjning:

Talangtorkan kräver globalt omtag

Allt fler företag har problem med att hitta rätt kompetens. I Sverige uppger var femte arbetsgivare att de har svårt att hitta rätt människor att anställa. Globalt har var tredje företag problem med talangtorkan - kompetens har blivit en av de tydligaste nyckelfaktorerna i den globala konkurrensen. För att möta det paradigmskifte som nu går från kapitalism till talentism lanserar Manpower ett nytt koncept med fokus på mänskliga värden som drivkraft. Samtidigt byter moderbolaget namn till ManpowerGroup och den globala verksamheten knyts tätare samman för att säkerställa att kundernas allt mer komplexa behov när det gäller kompetensförsörjning tillgodoses.

Det mänskliga kapitalet är den enskilt mest betydelsefulla faktorn för ekonomisk tillväxt och det innebär utmaningar som företag runt om i världen tidigare inte behövt agera utifrån. Men de senaste lågkonjunkturerna och den omritade ekonomiska världskartan har lett till stora förändringar som kräver ett nytt affärstänkande med hållbarhet och mänskliga värden i fokus. Affärsstrategin måste i mycket större utsträckning utgå från individernas potential – från mänskligt möjligt - och hur den bäst utvecklas på kort och lång sikt.

- Vi kan konstatera att arbetsgivarna behöver nytänkande och skräddarsydda lösningar för att möta den nya verkligheten och få ut medarbetarnas fulla potential. Vi förstår företagets utmaning och våra nya tjänster möter detta på ett sätt som ingen annan aktör klarar i dagsläget, säger **Peter Lundahl**, landschef för ManpowerGroup Sverige.

Även den snabba teknikutvecklingen och en förändrad demografisk struktur bidrar till det paradigmskifte som nu sker. Såväl företag som stater och individer behöver ta ansvar och få en ny förståelse för hur den mänskliga potentialen och passionen kan och bör användas.

- Att hitta, behålla och utveckla rätt kompetens kräver ett helt nytt synsätt där matchningen är central. Detta är en avgörande konkurrensfördel som kommer att ersätta hårda ekonomiska värden – och det är här förflyttningen från kapitalism till "talentism" kommer in och både affärs- och HR-strategier måste utgå från detta, fortsätter **Peter Lundahl**.

Den nya transparens som teknikutvecklingen och de sociala medierna medfört ger möjlighet att bygga engagemang och direktkommunikation, två viktiga byggstenar i **The Human Age**, som är den benämning på den nya eran som Manpowers koncernchef Jeff Joerres lanserade för första gången i samband med World Economic Forum i Davos i januari.

För mer information, kontakta:

Hans Makander, informationschef Manpower Sverige, tel. 070-377 45 43, hma@manpower.se

Mer fakta om The Human Age samt bild på landschef Peter Lundahl finns på www.manpower.se/pressrum.

Fakta om ManpowerGroup

Manpower skapar och levererar tjänster som gör kunderna till vinnare på en föränderlig arbetsmarknad. Manpower genererar drygt 20 000 jobb per år i Sverige och är med sina 4 000 kontor i 82 länder världsledande inom arbetsmarknadsrelaterade tjänster. I Sverige finns Manpower på 70 orter och har 11 000 medarbetare. Manpower.se är Sveriges största privata jobbsite med information och tjänster om att [söka jobb](#), 100.000 aktiva cv och tusentals [lediga tjänster](#).