
MITARBEITENDE

Coop erhöht die Lohnsumme – Mitarbeitende mit tieferen Löhnen profitieren. 67 % der Lernenden werden nach ihrem Lehrabschluss weiterbeschäftigt. Coop finanziert insgesamt 58 826 interne Ausbildungstage.

ANSTELLUNGSBEDINGUNGEN

Konsequente Anhebung der tieferen Lohnsegmente

Per 31. Dezember 2009 beschäftigte die Coop-Gruppe 52 974 Mitarbeitende in der ganzen Schweiz. Davon sind rund 37 500 Angestellte im Monats- und Stundenlohn dem national gültigen Gesamtarbeitsvertrag (GAV) unterstellt. Der GAV regelt unter anderem die Bestimmungen zu Arbeitszeit, Zuschlägen, Kündigungsschutz, Chancengleichheit, Ferien und Mutterschutz. Er garantiert faire Arbeitsbedingungen, die in vielen Bereichen grosszügiger gehalten sind als in den regionalen Gesamtarbeitsverträgen, wie sie zum Beispiel in Zusammenhang mit der Ausdehnung der Ladenöffnungszeiten von den Gewerkschaften gefordert werden.

Ein deutliches Zeichen setzte Coop mit der Erhöhung der Lohnsumme per 1. Januar 2010 – trotz Minusteu-erung, düsteren Wirtschaftsprognosen und steigendem Konkurrenzdruck im Detailhandel. Sie ist das Ergebnis einer konstruktiv und offen geführten Lohn-verhandlung mit den Sozialpartnern KV Schweiz, Syna/OCST, UNiA und dem Verein der Angestellten Coop (VdAC). Coop verfolgt erneut die konsequente Anhebung der tieferen Lohnsegmente. Alle Coop Mitarbeitenden mit einem Bruttomonatslohn bis 4 499 Franken erhalten eine fixe Lohnerhöhung von 40 Franken pro Monat bei 13 Monatsgehältern. Angestellte mit einem Bruttomonatslohn zwischen 4 500 und 5 999 Franken profitieren von individuellen Lohnerhöhungen von 0,75 % der Lohnsumme. Auch die im GAV Coop definierten Referenzlöhne und

der Mindestlohn (Monats- und Stundenlohn) wurden nach oben angepasst. Darüber hinaus profitieren alle Mitarbeitenden, die Lernenden und auch die Pensionierten der Coop-Gruppe von zahlreichen Personalrabatten wie beispielsweise 10 % Rabatt auf alle Non-Food-Produkte oder den Bezug von Reka-Checks mit 20 % Rabatt.

Weiterbeschäftigung zahlreicher Lernender

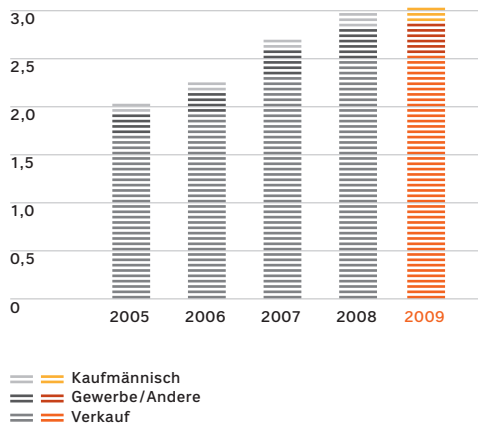
Als eine der grössten Ausbildungsstätten der Schweiz fühlt sich Coop für die über 3 000 Lernenden auch nach deren Lehrabschluss verantwortlich. Sie möchte den Jugendlichen nicht nur eine umfassende Ausbildung bieten, sondern daran anschliessend die Chance auf vielfältige Aufstiegs- und Weiterbildungsmöglichkeiten. Gerade im wirtschaftlich schwierigen Jahr 2009 stellte dies eine grosse Herausforderung für Coop dar. Dank einer weitsichtigen Planung konnte Coop schliesslich die in der Personalstrategie 2012+ angestrebte Weiterbeschäftigungsquote von mindestens 60 % halten und insgesamt 605 Lernenden nach ihrem Lehrabschluss im Sommer 2009 eine Anstellung bei Coop bieten. Teilweise besetzte Coop hierfür Vakanzen absichtlich nicht neu und hielt sie für die eigenen Lehrabgängerinnen und Lehrabgänger frei.

MITARBEITERBEFRAGUNGEN

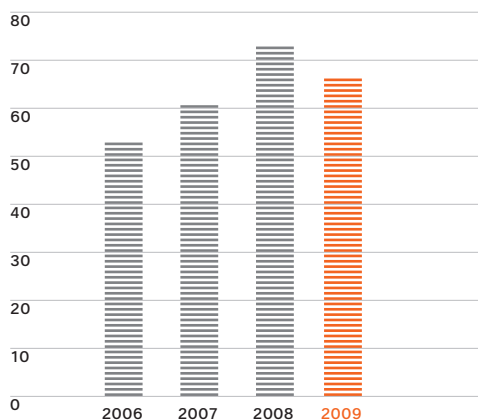
Veritas: Mitarbeitende sind zufriedener als 2006

Im Frühjahr 2009 bezogen die Mitarbeitenden der Coop-Gruppe im Rahmen der Personalumfrage Veritas erneut Stellung zu ihrer derzeitigen Arbeits-

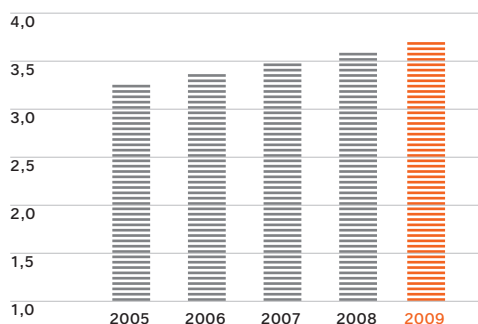
**Anzahl Lernende
in Tausend**



**Weiterbeschäftigung nach der Lehre
Weiterbeschäftigte in %**



**Entwicklung Mindestlohn
für ungelernete Mitarbeitende
in Tausend Franken**



situation. Auf einer Skala von 6 (sehr gut) bis 1 (sehr schwach) bewerteten sie die Themenbereiche Kollegen, Vorgesetzte, Information, Mitsprache, Management und allgemeine Fragen – und zeigten sich

Sicher in die Zukunft

«Für sehr viele Mitarbeitende von Coop stellen die Pensionskassengelder den grössten Teil ihres Vermögens dar. Umso wichtiger ist es daher, dass diese Gelder durch die CPV/CAP nachhaltig bewirtschaftet werden. Dies bedeutet für uns, dass wir den Aspekten Langfristigkeit der Anlagen, Risikomanagement und Erzielung einer marktkonformen Rendite umfassend Rechnung tragen. Es bedeutet aber auch, dass wir mit den uns anvertrauten Mitteln kostenbewusst und immer im Interesse unserer Versicherten umgehen, ihnen eine optimale Dienstleistung erbringen und offen und transparent kommunizieren. Zusammen mit einem gut ausgebauten Versicherungsplan tragen wir so dazu bei, dass die Mitarbeitenden von Coop auch nach ihrer Pensionierung ruhig in die Zukunft schauen und ihren dritten Lebensabschnitt geniessen können.»

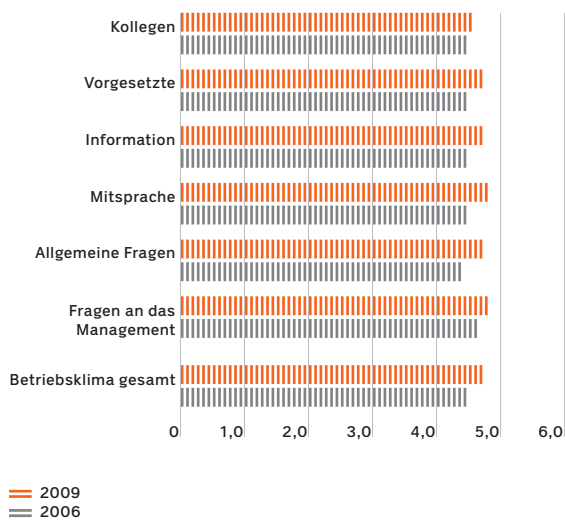
Michael Dober, Vorsitzender der Geschäftsleitung CPV/CAP Pensionskasse Coop

insgesamt deutlich zufriedener als bei der letzten Umfrage 2006. So liegt der Gesamtmittelwert aus allen Themenbereichen bei 4,75 Notenpunkten und somit 0,19 Punkte höher als vor drei Jahren. Den besten Mittelwert erzielte die Kategorie Mitsprache mit 4,81 Punkten, am schlechtesten schnitt der Themenbereich Kollegen ab. Coop versandte bei der diesjährigen Umfrage 43 897 Fragebögen in neun verschiedenen Sprachen, von denen knapp die Hälfte beantwortet wurde. Rund 21 % der teilnehmenden Mitarbeitenden gaben ihre Antworten auf einem Online-Fragebogen ab, der in diesem Jahr erstmals zur Verfügung stand. Die Auswertung der Daten erfolgte erneut durch einen unabhängigen externen Dienstleister, wodurch die Anonymität der Umfrage gewahrt blieb.

Resultate bilden Basis für Optimierungsmassnahmen

Aus den Ergebnissen der Personalumfragen leitet Coop konkrete Massnahmen zur weiteren Verbesserung des Betriebsklimas und der Arbeitszufriedenheit ab. So führte Coop auf Basis der Umfrageergebnisse von 2006 ein zweites Mitarbeiter-Fördergespräch im Herbst ein. Der Nutzen dieser Massnahme zeigt sich deutlich in den Resultaten von Veritas 2009: Hier erhöhte sich der Mittelwert bei der Beurteilung der Zufriedenheit mit dem Vorgesetzten im Vergleich zu 2006 und liegt neu bei 4,79 Notenpunkten. Die Umfrageergebnisse 2009 zeigen auch, dass die konsequente Anhebung der tieferen Lohnsegmente in

Mitarbeiterzufriedenheit in den einzelnen Dimensionen
Ergebnis der Personalumfrage Veritas 2009
1 = tiefste Note, 6 = höchste Note



den letzten Jahren von den Mitarbeitenden realisiert und positiv bewertet wurde. Zusammenfassend kann gesagt werden, dass sich das Arbeits- und Betriebsklima bei Coop insgesamt verbessert hat. Optimierungspotenzial sehen die Mitarbeitenden unter anderem hinsichtlich der Zusammenarbeit im Team und der gegenseitigen Unterstützung. Zudem signalisieren sie einen grösseren Bedarf an Informationen, die sie direkt betreffen. Trotz objektiv zunehmendem Druck und steigender Produktivität zeigen sich die Mitarbeitenden im Punkt Arbeitshektik zufriedener als noch 2006. Offenbar ist es gelungen, die Prozesse und Abläufe so zu verbessern und zu vereinfachen, dass die subjektive Belastung nicht grösser geworden ist.

Bedeutung von Nachhaltigkeit im Unternehmen

Mit den 14 Leitsätzen zur Nachhaltigkeit, die für alle Teile der Coop-Gruppe verpflichtend sind, hat Coop soziales und ökologisches Engagement auf höchster strategischer Ebene verankert. Um die einzelnen Mitarbeitenden stärker in diesen Prozess mit einzubeziehen, führte Coop 2009 unter ihren Beschäftigten eine repräsentative Befragung durch. Dabei wurden die folgenden drei Themen behandelt: Bedeutung von Nachhaltigkeit generell, Entwicklung der persönlichen Einstellung zum Thema Nachhaltigkeit sowie Einschätzung und Identifikation mit dem Coop Engagement für Nachhaltigkeit. Die Ergebnisse der Umfrage zeigen, dass der Begriff Nachhaltigkeit für die Befragten die unterschiedlichsten Bedeutungen hat – von Rücksichtnahme auf die Umwelt über Verpackungsreduktion bis hin zu sozialen Arbeitsbedingungen. Die Übernahme sozialer und ökologischer

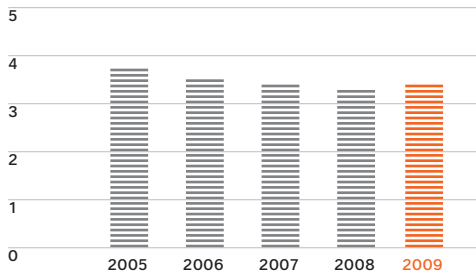
Verantwortung vonseiten Coop wurde auf einer Skala von 1 (gar nicht wichtig) bis 10 (sehr wichtig) durchschnittlich mit der Note 7,8 bewertet. Über 85 % der befragten Mitarbeitenden sehen das soziale und ökologische Engagement von Coop generell als wichtig bis sehr wichtig an. Besonders hohe Identifikation erzielten die ökologisch und sozial profilierten Kompetenzmarken, allen voran Naturplan und Max Havelaar. Auch die Anstrengungen von Coop im Bereich Energie wurden gut gewertet. Erstaunlich ist, dass der Coop Fonds für Nachhaltigkeit wenig im Bewusstsein der Mitarbeitenden ist. Hinsichtlich des Coop Nachhaltigkeitsprogramms erkennen 34 % der Befragten keine Defizite, wünschen sich jedoch eine intensivere Kommunikation.

AUS- UND WEITERBILDUNG

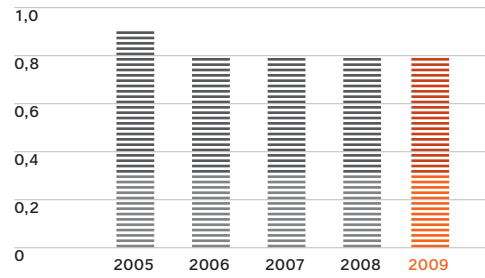
Spezifische Ausbildungsprojekte in den Regionen

Die Aus- und Weiterbildung der Mitarbeitenden stellt für Coop eine wichtige Investition in die Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens dar. Mitarbeitende, Lernende und Führungskräfte sollen fortdauernd bedarfsgerecht, individuell und auftragsbezogen gefördert werden. Dies ist in der Ausbildungsstrategie fest verankert. 2009 bot Coop ihren Mitarbeitenden über 4 400 Kurse an und finanzierte insgesamt 58 826 interne Ausbildungstage. Dazu kamen externe Ausbildungen in demselben Umfang. Neben dem national gültigen internen Ausbildungsangebot von Coop gibt es zahlreiche regionale Projekte. Die Coop Verkaufsregion Ostschweiz-Ticino führte im Berichtsjahr den Kurs «Ganz einfach freundlich» für Mitarbeitende in der Verkaufsstelle weiter. Die insgesamt 3 343 Teilnehmenden lernten darin den Zusammenhang zwischen ihren Leistungen, der eigenen Zufriedenheit, der Teamarbeit und der Kundenzufriedenheit kennen – und das mit Erfolg. So ist seit der Schulung in vielen Verkaufsstellen eine Steigerung der Freundlichkeit an der Kasse spürbar. Auf grosses Interesse stiess auch das Ausbildungsprojekt «Qualité et Service» in der Verkaufsregion Suisse Romande. In drei unterschiedlichen Kursen wurde den Mitarbeitenden im Management, in der Verkaufsstelle und im Category Management beziehungsweise in der Administration die Bedeutung der Begriffe Qualität und Service nähergebracht. Je nach Berufsgruppe wurden die Inhalte in einem Seminar, einem Erfahrungspraktikum oder einem Workshop vermittelt. Insgesamt nahmen 2 613 Mitarbeitende aus der Suisse Romande an dem Ausbildungsprojekt teil.

Krankheitsquote
Ausfälle in % aller Arbeitstage

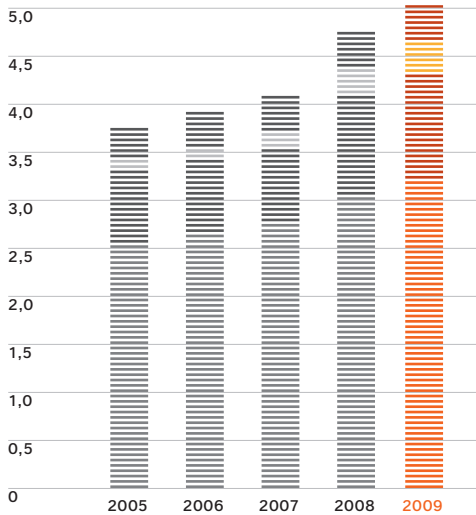


Unfallquote
Ausfälle in % aller Arbeitstage



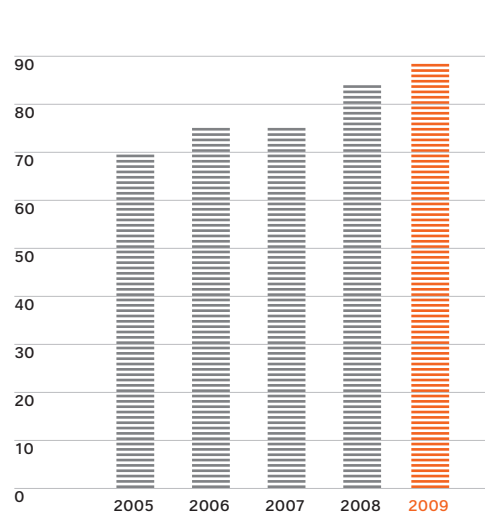
▬ Nichtberufsunfälle
▬ Berufsunfälle

Verteilung der Wertschöpfung
in Milliarden Franken

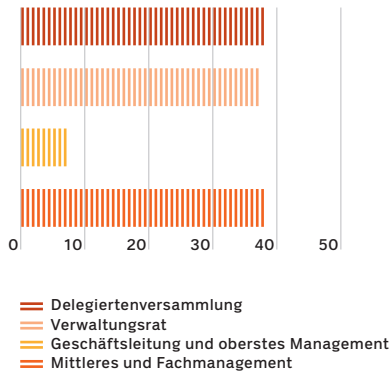


▬ Bildung von Reserven
▬ Kapitalgeber
▬ Öffentliche Hand
▬ Mitarbeitende

Stundenproduktivität
Umsatz pro Arbeitsstunde in Franken

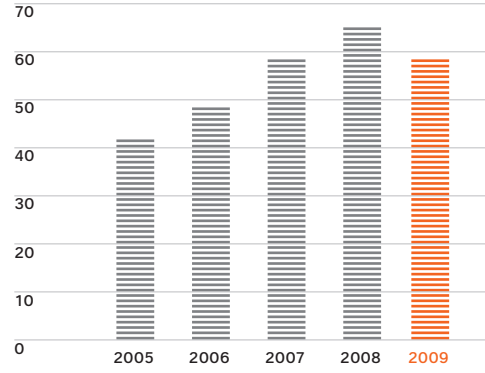


Frauenanteil in Organen und Management
in %



▬ Delegiertenversammlung
▬ Verwaltungsrat
▬ Geschäftsleitung und oberstes Management
▬ Mittleres und Fachmanagement

Interne Aus- und Weiterbildung
in Tausend Teilnehmertagen



Stärkere Kommunikation von Nachhaltigkeit

Die Coop-interne Befragung zum Thema Nachhaltigkeit hat gezeigt, wie sehr die Mitarbeitenden einerseits das nachhaltige Engagement von Coop befürworten und wie unterschiedlich sie andererseits den Begriff Nachhaltigkeit definieren. Umso bedeutender ist es für Coop, weitere Massnahmen zu ergreifen, um jeden einzelnen Mitarbeitenden für Umweltthemen zu sensibilisieren und die Bedeutung von Nachhaltigkeit zu kommunizieren. Als effizient haben sich die Kommunikation von Nachhaltigkeitsthemen im Mitarbeitermagazin Coop Forte sowie die Serie von Schulungsplakaten rund um das Thema Nachhaltigkeit erwiesen. Die Plakate werden einmal im Monat an alle Verkaufsstellen und Betriebe versandt und liefern Input für Stehinfos zu vielfältigen Themen der Nachhaltigkeit. Im Rahmen einer Evaluation wurden nun Verbesserungspotenziale hinsichtlich der optischen Gestaltung der Plakate, der Themenwahl und -aufbereitung sowie der Umsetzbarkeit im Arbeitsalltag ermittelt. Darüber hinaus soll das Thema Nachhaltigkeit durch eine konsistente und systematische Vermittlung und Schulung künftig umfassender in die Ausbildung bei Coop integriert werden. Hierfür soll bis Ende 2010 ein konkretes Massnahmenpaket erarbeitet werden.

Gezielte Förderung von älteren Mitarbeitenden

Vor dem Hintergrund des demografischen Wandels wird das Potenzial gerade von älteren Mitarbeitenden zum künftigen Erfolgsfaktor eines Unternehmens. Im Wissen darüber initiierte Coop 2007 das Projekt 50+, das zwei Handlungsschwerpunkte festlegt: Förderung der Gesundheit und der Leistungsfähigkeit von älteren Mitarbeitenden sowie Erhalt des strategischen Know-hows und Erfahrungswissens für die Zukunft. Im Rahmen des Projekts 50+ führte Coop im Juni 2009 erstmals Ernährungs- und Bewegungsworkshops in der Logistik durch. Die Kursinhalte wurden von der Coop-internen Fachstelle Ernährung erarbeitet. Daneben bietet Coop in einem Pilotprojekt Kurse für erfahrene Geschäftsführerinnen und Geschäftsführer an. Unter dem Motto «Fit in die Zukunft» wird hier funktionspezifisches Know-how überprüft, aufgefrischt und vertieft. Im Kurs «Selbstmanagement» lernen die Teilnehmenden darüber hinaus, wie sie ihre persönlichen Schwachstellen erkennen und ihre Zeit für das Wesentliche einsetzen können. Diese Massnahmen helfen mit, den steigenden Anforderungen besser gerecht zu werden und dadurch mehr Lebensqualität im Privatleben zu erlangen.

Gesundheits-Check-up motiviert Mitarbeitende

Unter dem Motto «I feel great» rief die Coop Verkaufsregion Zentralschweiz-Zürich bereits zahlreiche Projekte ins Leben, die die Mitarbeitenden für eine gesunde Ernährung und mehr Bewegung motivieren sollen. Im Frühjahr 2009 wurde zum fünften Mal in Folge ein Gesundheits-Check-up durchgeführt, bei dem unter anderem der Puls, die Herzfrequenz, der Cholesterinwert und der Body-Mass-Index gemessen werden. Die durchschnittlich 500 Teilnehmenden aus Verkauf, Logistik und Administration erhielten jeweils ein Datenblatt, auf dem ihre eigenen Werte und die jeweiligen Normwerte erfasst sind. So wurde Gesundheit zum Gespräch und zugleich ein Ansporn geschaffen, sich für den Check-up im nächsten Jahr zu verbessern.