

Mitarbeitende

Attraktivität als Arbeitgeberin	50
Kommunikationskampagne zur Gewinnung von Fachkräften	50
Neuer Gesamtarbeitsvertrag mit vielen Verbesserungen und Lohnerhöhungen	50
Pensionskasse CPV/CAP auf einem soliden Fundament	51
Mitarbeiterumfrage Veritas durchgeführt	51
Coop-Kurse für gesundheitsfördernde Führung	51
Grosszügige Rabatte für Mitarbeitende, Pensionierte und ihre Angehörigen	52
Mitarbeitergesundheit und Kinderbetreuung bei Transgourmet	52
Ausbildung und Personalentwicklung	52
Coop Campus: Praxisorientierte und wirksame Ausbildung	52
Zukunftsworkshop mit Lernenden inspiriert zu neuen Taten	52
E-Learning macht jeden Ort zum Ausbildungsplatz	52
Erster Studierendentag bei Coop	53
Auf Snapchat zeigen Auszubildende die Coop-Zukunft	53
Transgourmet Österreich investiert in Aus- und Fortbildungs massnahmen	53
Change-Management	53
Jobcenter unterstützt bei Stellenwechsel	53

Mitarbeitende

Mitarbeiterumfrage Veritas bestätigt hohe Zufriedenheit und Identifikation der Mitarbeitenden mit Coop. Ein neuer Gesamtarbeitsvertrag bringt viele Verbesserungen für Mitarbeitende. Der modernisierte Kommunikationsauftritt zeigt Coop als vielfältige, attraktive und nachhaltige Arbeitgeberin.

Im Jahr 2017 zählte die Coop-Gruppe insgesamt 86 318 Mitarbeitende in den Geschäftsbereichen Detailhandel und Grosshandel/Produktion – darunter 3 484 Lernende. Von den Arbeitsplätzen befinden sich 64,1 % in der Schweiz, die restlichen im Ausland.

86 318

Mitarbeitende in
der Coop-Gruppe

Die aktuellen Entwicklungen im Arbeitsmarkt machen die nachhaltige Personalarbeit zur Herausforderung. Im Zentrum stehen der Fachkräftemangel, ein zunehmender Wettbewerb um qualifizierte Mitarbeitende und der rasante technische Fortschritt. Auch der demografische Wandel, insbesondere im Hinblick auf die geburten-schwachen Jahrgänge und die Pensionierung der Babyboomer, erfordern eine hohe Anpassungsfähigkeit bei den Unternehmen. Die Bedeutung der Berufstätigkeit von Frauen hat stark zugenommen, die Arbeitswelt wird zunehmend multikultureller und die Arbeitsmodelle werden flexibler. In diesem Umfeld positioniert sich

die Coop-Gruppe als vielfältige, attraktive und nachhaltige Arbeitgeberin. Dies ist besonders wichtig, um bestens qualifizierte Stellensuchende als Mitarbeitende gewinnen und auch halten zu können.

In ihrer Personalarbeit verfolgt die Coop-Gruppe folgende strategische Schwerpunkte: Attraktivität als Arbeitgeberin, Unternehmertum und Führung sowie Change-Management. Neben der Rekrutierung neuer Kräfte ist die Qualifizierung und Begeisterung der Mitarbeitenden für den technologischen Wandel und die Digitalisierung eines der wichtigsten Ziele der Personalarbeit von Coop.

Attraktivität als Arbeitgeberin

Kommunikationskampagne zur Gewinnung von Fachkräften

Um qualifizierten Fachkräften die vielfältigen Möglichkeiten und guten Anstellungsbedingungen bei Coop verstärkt zu kommunizieren, lancierte Coop im Februar 2017 die Employer-Branding-Kampagne «Eine Welt voller Möglichkeiten». Im Rahmen der Kampagne wurde die Karriere-Plattform auf den Internetseiten von Coop neu gestaltet und ein neuer Messeauftritt entwickelt, mit dem Coop auf verschiedenen Karrieremessen auftrat. In der Facebook-Videokampagne «Hinter den Kulissen» stellte Coop verschiedene Berufsbilder in der Coop-Unternehmensfamilie vor: Freunde und Verwandte schildern im Interview, wie sie sich den Alltag der oder des Mitarbeitenden vorstellen – anschliessend wird der tatsächlich Alltag der oder des Mitarbeitenden gezeigt. Auch auf Snapchat war Coop aktiv. Lernende dokumentierten im Kanal «coop.zukunft» ihre Erfahrungen in der Ausbildung.

Neuer Gesamtarbeitsvertrag mit vielen Verbesserungen und Lohnerhöhungen

Die Verhandlungen zum Gesamtarbeitsvertrag (GAV) wurden im Jahr 2017 erfolgreich abgeschlossen. Der neue GAV, welcher für weitere vier Jahre gültig ist, enthält zahlreiche Verbesserungen für die Mitarbeitenden. Der bezahlte Vaterschaftsurlaub wurde um zwei Wochen erhöht. Somit haben Mitarbeitende, die kürzlich Vater geworden sind, nun Anspruch auf drei Wochen bezahlten und zwei Wochen unbezahlten Vaterschaftsurlaub. Ebenso wird mit dem neuen GAV das Programm Coop Child Care

weiter ausgebaut. Dank dieses Programms können Mitarbeitende von einer wesentlichen finanziellen Unterstützung durch Coop profitieren, wenn sie während der Arbeit bei Coop ihr Kind von einer Tagesmutter oder in einer Kinderkrippe betreuen lassen. Der Maximallohn, welcher zur finanziellen Unterstützung berechtigt, wurde mit der GAV-Verankerung stark angehoben. Ebenso wurde der Mutterschaftsurlaub ausgebaut. Neu haben Mitarbeiterinnen schon ab dem dritten Anstellungsjahr 16 Wochen Mutterschaftsurlaub. Coop bietet den Müttern zudem einen Lohnausgleich in Höhe von 100% und überschreitet mit beiden Massnahmen die gesetzlichen Anforderungen deutlich. Mit den drei Anpassungen im GAV werden die familienfreundlichen Arbeitsbedingungen von Coop weiter ausgebaut. Ebenfalls im neuen GAV verankert ist der Coop-Sozialdienst. Coop-Mitarbeitende können in allen Regionen der Schweiz eine vertrauliche, kostenlose Beratung durch professionelle Sozialarbeiterinnen und Sozialarbeiter in Anspruch nehmen, wenn sie private oder geschäftliche Sorgen haben. Diesen Anspruch hält der neue GAV nun verbindlich fest.

Mit dem neuen GAV wurde Ende Oktober auch die Lohnrunde für das Jahr 2018 kommuniziert, welche ebenfalls im Einvernehmen mit den Sozialpartnern abgeschlossen werden konnte. Coop erhöht die Lohnsumme zum 1. Januar 2018 um 1% und garantiert, dass mindestens zwei Drittel der Mitarbeitenden in den Genuss einer Lohnerhöhung kommen. Sowohl die Lohn- als auch die GAV-Verhandlungen fanden in einer kooperativen Atmosphäre statt. Die gute Gesprächskultur, die Coop mit ihren Sozialpartnern pflegt, hat wesentlich zu den für beide Seiten sehr positiven Resultaten beigetragen.

Pensionskasse CPV/CAP auf einem soliden Fundament

Die CPV/CAP Pensionskasse Coop wies per 31. Dezember 2017 einen Deckungsgrad von 114% aus, der somit um einen Prozentpunkt verbessert werden konnte. Er ist damit leicht höher als im Vorjahr (113%). Dieses sehr erfreuliche Resultat ist vor allem den guten Anlageerträgen zu verdanken.

Im Jahr 2017 erzielte die CPV/CAP – trotz des weiterhin schwierigen Umfeldes – eine Rendite von 7,8%. Dieses Resultat liegt sowohl über dem strategischen als auch über dem taktischen Benchmark. Die Altersguthaben der aktiven Versicherten wurden im Jahr 2017 mit 2,5% verzinst. Damit lag der Zins um 1,5% über dem BVG-Mindestzinssatz. Der provisorische Zinssatz für das Jahr 2018 liegt bei 2,0%. Die Renten blieben 2017 unverändert; dies gilt auch für das Jahr 2018.

Der Bestand der aktiven Versicherten stieg von 36 796 Versicherten im Vorjahr auf 37 063 Versicherte im Jahr 2017. Die Zahl der Rentenbezügerinnen und Rentenbezüger erhöhte sich um 336 Personen auf 19 780 per Ende 2017. Im Berichtsjahr hat der Stiftungsrat die Anlagestrategie überprüft. Aufgrund der seit Jahren relativ guten Resultate hat er lediglich eine marginale Korrektur beschlossen: Die Anteile der Aktien und Immobilien im Ausland werden zulasten von Obligationen in Fremdwährungen um je zwei Prozentpunkte erhöht.

Mitarbeiterumfrage Veritas durchgeführt

Zum fünften Mal hat Coop unter dem Namen Veritas eine Mitarbeiterbefragung bei Coop durchgeführt. Um die Anonymität der Teilnehmenden zu gewährleisten, arbeitete Coop für Veritas 2017 eng mit einem externen Befragungsinstitut zusammen, das die Antworten der Mitarbeitenden auswertete. Insgesamt nahmen 21 745 Mitarbeitende an der Befragung teil. Die Rücklaufquote konnte im Vergleich zur letzten Befragung um 6,5% gesteigert werden. Die Zufriedenheit der Mitarbeitenden, gemessen mit einem Punktwert zwischen 0 und 100, fiel mit 71 Punkten insgesamt positiv aus. Im Vergleich zu 2013 blieb der Wert unverändert. Am höchsten bewerteten die Teilnehmenden mit 87 Punkten die Leistungsbereitschaft, also die Motivation am Arbeitsplatz. Ebenfalls legten die Mitarbeitenden eine besondere Treue zum Arbeitgeber an den Tag, die mit 79 Punkten bewertet wurde. Entsprechend positiv wurde mit 80 Punkten auch die Identifikation mit Coop bewertet. Auch die Themen Personalentwicklung (78 Punkte) und Arbeitsinhalt (77 Punkte) fielen positiv auf. Coop kommuniziert die Ergebnisse auf allen Stufen und definiert Massnahmen zu allen Punkten, die Handlungsbedarf aufzeigen.

Coop-Kurse für gesundheitsfördernde Führung

Im Jahr 2017 lancierte Coop ein Pilotprojekt in der Verkaufsregion Ostschweiz-Ticino: Aufbauend auf den internen Coop-Kursen zum Thema «Gesundheitsfördernde Führung» führen Trainer Workshops mit den Geschäftsführerinnen und Geschäftsführern einer Verkaufsgruppe durch. Anhand von Fallbeispielen, die von den Teilnehmenden aus ihrem Führungsalltag vorbereitet und eingebracht werden, sind Lösungsideen erarbeitet und spezifische Fragestellungen erörtert worden. Zudem haben die Teilnehmenden anhand der Beispiele Gesprächsführungsmethoden entwickelt und Möglichkeiten der Früherkennung thematisiert.

Grosszügige Rabatte für Mitarbeitende, Pensionierte und ihre Angehörigen

Coop gewährt den Mitarbeitenden zahlreiche Vergünstigungen in den Bereichen Retail, Trading und in ihren Tochterunternehmen. So erhalten die Mitarbeitenden sowie der oder die im gleichen Haushalt lebende Partner oder Partnerin bei jedem Einkauf in den Coop Supermärkten fünffache Superpunkte auf Lebensmittel und 10% Personalrabatt auf das Non-Food-Sortiment. Rabatte zwischen 5% und 20% werden zudem auf Einkäufe in nahezu allen Trading-Formaten gewährt. Mit der Update Fitness AG ist im Berichtsjahr ein weiteres Tochterunternehmen dazugekommen, welches allen Mitarbeitenden der Coop-Gruppe einen Rabatt von 10% auf das Jahresabonnement bietet. Zusätzlich profitieren die Mitarbeitenden von vergünstigten Angeboten bei Partnerfirmen. Ebenso können die Mitarbeitenden von Coop Reka-Checks mit einer Vergünstigung von 20% beziehen.

Mitarbeitergesundheit und Kinderbetreuung bei Transgourmet

Für Transgourmet France stand das Jahr 2017 ganz im Zeichen der Mitarbeitergesundheit. Von Mai bis August nahmen 329 Mitarbeitende an 20 Standorten der Ländergesellschaft erfolgreich an der sogenannten «Global Challenge» teil. Ziel der internationalen Gesundheitskampagne war es, täglich mindestens 10 000 Schritte zu gehen. Die 47 Teams konnten insgesamt 236 010 km oder 368 765 108 Schritte zurücklegen, was einem Tagesdurchschnitt von 13 198 Schritten entspricht. Transgourmet Österreich führte im August 2017 in Traun erstmals unter neuem Namen eine Kinderbetreuung für Kinder der Mitarbeitenden durch. Die Kinder im Alter von drei bis zehn Jahren wurden von Pädagogen betreut, wobei die Betreuungszeiten den Wünschen der Eltern angepasst wurden. Neben verschiedenen Beschäftigungen vor Ort und zahlreichen Ausflügen bekamen die Kinder täglich eine auf ihre Bedürfnisse zugeschnittene Mahlzeit aus dem Betriebsrestaurant «chilly». Das Projekt, das in Zusammenarbeit mit dem OÖ Familienbund stattfand, wird 2018 nach Bedarf an weiteren Standorten von Transgourmet Österreich angeboten.

Ausbildung und Personalentwicklung

Coop Campus: Praxisorientierte und wirksame Ausbildung

Mit dem Coop Campus betreibt Coop die führende Bildungsstätte im Schweizer Detailhandel: Mehr als 350 interne Kurse und zahlreiche externe Angebote stehen den Mitarbeitenden an 17 Standorten zur Verfügung. Um massgeschneiderte Ausbildungsprogramme für jede Führungsstufe und zu allen Fachthemen

45 Mio. CHF

jährliche Investition in die Aus- und Weiterbildung

bieten zu können, investiert Coop jährlich rund 45 Millionen Franken in den Coop Campus. Dabei finden zahlreiche Kurse direkt vor Ort statt, also beispielsweise in der Verkaufsstelle oder beim Lieferanten. Durch eine klare Kursstruktur mit den vier Levels Profi, Experte, Master und Leader steigert Coop die Motivation der Mitarbeitenden. Um sicherzustellen, dass das Gelernte im Arbeitsalltag umgesetzt wird, fordert Coop einige Wochen nach dem Kursbesuch einen Kompetenznachweis – für Kurse der Fachausbildung sowie seit 2017 auch für Kurse in der Führungsausbildung.

Zukunftsworkshop mit Lernenden inspiriert zu neuen Taten

Auf einem Workshop im Juni 2017 trafen sich in Basel Lernende von Coop und Transgourmet, um gemeinsam neue Ideen für die Zukunft des nachhaltigen Detailhandels zu entwickeln. Ziel des Workshops war die gezielte Entwicklung von konkreten Zukunftsprojekten: Neben einem selbstgeschriebenen Nachhaltigkeits-Song entwickelten die Jugendlichen mit «Coop to chill» ein nachhaltiges Ladenformat für Jugendliche und schlugen wiederverwendbare Boxen für Karma-Läden sowie eine nachhaltige Modelinie für junge Leute vor.

E-Learning macht jeden Ort zum Ausbildungsplatz

Lernen findet bei Coop vermehrt multimedial statt. Neben der täglichen Ausbildung am Arbeitsplatz werden die vielseitigen Angebote des Coop-Campus-Kursprogramms Schritt für Schritt durch moderne Lernmittel ergänzt. Allein im Jahr 2017 fanden über 55 000 Online-Trainings in unterschiedlichsten Themengebieten statt. Seien es komplexere Zusammenhänge wie Weiterbildungen im Bereich Hygiene, in der Rechnungsverbuchung oder praxisnahe Jugendschutzschulungen – durch E-Learning können die Lerninhalte schnell, einheitlich, ortsunabhängig und auf attraktive und methodisch durchdachte Weise vermittelt werden.

Erster Studierendentag bei Coop

Auch Studierende spielen für die Coop-Gruppe eine wichtige Rolle. Um Ihnen einen Einblick in die Welt von Coop zu geben, fand 2017 bei Coop ein Ausbildungstag speziell für Studierende statt. An der ersten Auflage des Studierendentages am 6. Mai 2017, der im Coop-Ausbildungszentrum in Jongny stattfand, nahmen 100 Studierende teil. Die Studierenden setzten sich im Rahmen von Workshops mit den für Coop wichtigen Themen und Werten auseinander und informierten sich so initiativ über den Berufseinstieg bei Coop. Im Jahr 2017 fanden in der französischsprachigen Schweiz gleich drei Studierendentage statt. Auch andere Verkaufsregionen der Coop-Gruppe haben das Konzept übernommen.

Auf Snapchat zeigen Auszubildende die Coop-Zukunft

Unter dem Namen «coop.zukunft» betreibt Coop seit Februar 2017 einen eigenen Snapchat-Kanal für Lernende. Denn das soziale Medium, das von rund 52 Prozent der 13- bis 25-Jährigen in der Schweiz regelmässig genutzt wird, erlaubt es Coop, auf Augenhöhe mit den Jugendlichen zu kommunizieren. Jeweils zwei Wochen lang erhält ein Auszubildender oder eine Auszubildende Zugang zu dem Account, um ungefiltert über seinen oder ihren Arbeitsalltag in Betrieb oder Schule zu berichten. Auf diese Weise erhält diese wichtige Zielgruppe Einblick in verschiedene Berufsbilder und Branchen. Eine Snap-Nachricht erreicht im Schnitt 2 000 Interessierte («Freunde»), welche auf diese Weise mehr über den Alltag bei Coop erfahren.

Transgourmet Österreich investiert in Aus- und Fortbildungsmassnahmen

Auszubildende bei Transgourmet Österreich erhalten seit 2017 die Möglichkeit, einen Lehrlingscoach in Anspruch zu nehmen. Im Rahmen der Initiative «Lehre statt Leere» des Wirtschaftsförderungsinstitutes (WIFI) erhalten Jugendliche Unterstützung in schwierigen Lebenssituationen. Die Einzelcoachings sind anonym, vertraulich, persönlich und kostenlos. Transgourmet Österreich bietet sechs verschiedene Lehrausbildungen an, in denen, je nach Ausbildung, verstärkt auch auf Job-Rotation gesetzt wird, um den Auszubildenden einen Einblick in die verschiedenen Unternehmensbereiche von Transgourmet Österreich zu bieten. In der Ausbildung der Lernenden setzt Transgourmet Österreich auf speziell für Lernende abgestimmte Lehrlingsseminare unter dem Titel «Fit für Transgourmet – fit fürs Leben. Gemeinsam an die Spitze». Um zusätzlich die Qualität der Ausbildung zu verbessern, unterstützt die Transgourmet-Ländergesellschaft zudem die Ausbildung zertifizierter Ausbilder. In der Fortbildung der Mitarbeitenden setzt Transgourmet Österreich auf sogenannte «etrainings», die 2017 um drei weitere Trainings ergänzt wurden. Auch offline hat Transgourmet Österreich die Weiterbildung ausgebaut. So setzt die Ländergesellschaft beispielsweise auf das Training «Optimierung Kraftstoffverbrauch und wirtschaftliches Fahren», um die Fahrerinnen und Fahrer für eine noch umweltschonendere Fahrweise zu sensibilisieren. Für die Eröffnung der Transgourmet-Akademie in Traun, die Anfang 2018 eröffnet wird, wurden bereits 2017 die Grundsteine gelegt.

Change-Management

Jobcenter unterstützt bei Stellenwechsel

Auch im Jahr 2017 wurden die von Standortverschiebungen oder organisatorischen Veränderungen betroffenen Mitarbeitenden im Jobcenter betreut und verschiedene Change-Massnahmen umgesetzt. Die personelle Integration der Logistik-Mitarbeitenden, welche im Jahr 2017 von den Standorten Wallisellen, Dietikon und Hinwil nach Schafisheim oder Dietikon gewechselt hatten, verlief aufgrund der Betreuung durch das Jobcenter sehr erfolgreich.

Des Weiteren hat das Jobcenter im Rahmen des Umzuges der Chocolats Halba nach Pratteln kontinuierlich Unterstützung geleistet. Zudem wurden im Jahr 2017 auch Mitarbeitende aus administrativen Bereichen durch das Jobcenter unterstützt. Im Zuge des Shared Service Center Betriebswirtschaft, welches 2018 in Dietikon entsteht, wurden im Jobcenter vor allem Mitarbeitende beraten und begleitet, welche nicht an den neuen Standort wechseln wollen. Auch hier strebt Coop an, allen Mitarbeitenden ein alternatives Angebot innerhalb der Coop-Gruppe unterbreiten zu können.