

# Ein dynamischer Auftritt

Der Angestelltenkongress war ein Anlass der Superlative: höchste Gäste in der schönsten Stadt, im beliebtesten Kanton der Schweiz – laut den Rednern. Dass in Rekordtempo alle Geschäfte verabschiedet wurden, unterstrich das neue dynamische Bild des Kaufmännischen Verbandes.



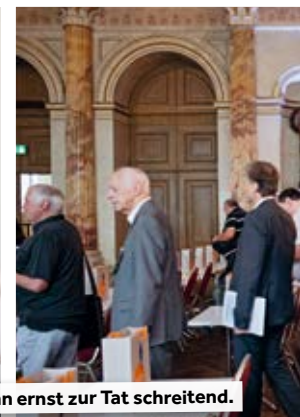
Andrea Mašek



Priska Ketterer



Die Delegierten: erst fröhlich, dann ernst zur Tat schreitend.



**W**hat a Wonderful World. Es ist ein wunderbarer heisser Tag in Luzern. Der Angestelltenkongress des Kaufmännischen Verbandes ist in vollem Gang. Das Duo Huser & Valmond spielt auf.

Die wunderbare neue Verbandswelt wird im Imagefilm vorgeführt. CEO Peter Kyburz betont im Anschluss: «Wir können uns verändern. Wir müssen uns verändern, weil sich unsere Kundenschaft geändert hat und dies von uns erwartet.» Er spricht die Strukturreform an, die nun geplant wird. Allerdings ohne Zeitdruck, so Peter Kyburz, denn das Ziel sei ein gutes Resultat.



CEO Peter Kyburz: strukturiert.



Susanne Zimmermann, Zentralvorstand  
«Der neue Auftritt ist ein Brückenbauer zwischen Deutschschweiz und Romandie.»



Michaela Huser, Delegierte Aargau Ost  
«Mich sprechen die jungen Gesichter des neuen Auftritts an. Toll, dass wir nun mobilkonform sind.»

Um keinen Zeitdruck zu erzeugen, zieht Stefan Keller vom Kaufmännischen Verband Ost die beiden Anträge seiner Sektion zu Harmos und zu Innovationen wieder zurück. Dafür verabschieden die 64 Delegierten eine Resolution zur Reform der Altersvorsorge 2020. Manuel Keller, Leiter Beruf und Beratung, erläutert die Leitplanken der

weiter Seite 10



Abstimmung: für alle Traktanden grünes Licht.



Stadtrat Adrian Borgulas  
Thema: GAV.



Hanni Wismer, Ehrenmitglied  
«Das Branding ist spritzig und sehr dynamisch. Mich stört, dass vor allem mit schönen, jungen Leuten geworben wird. Die meisten Mitglieder sind älter.»



Regierungsrat Reto Wyss: partnerschaftlich.

# «WIR SETZEN STARK AUF WEITERBILDUNG»

*Herbert Bolliger, Generaldirektionspräsident des Migros-Genossenschafts-Bundes, betonte als Gastreferent die Wichtigkeit von gut ausgebildeten Mitarbeitenden.*



**Context: Herr Bolliger, was hat Sie dazu bewogen, am Angestelltenkongress des Kaufmännischen Verbandes als Referent aufzutreten?**

Herbert Bolliger: Es ist eine Geste der Wertschätzung. Es war für mich eine gute Gelegenheit, dem Verband für die gute Zusammenarbeit zu danken und die Partnerschaft zu festigen.



**Mit guter Zusammenarbeit sprechen Sie die Sozialpartnerschaft an. Wie wichtig ist Ihnen diese?**

Wir haben eine starke interne Personalvertretung, es braucht aber auch starke externe Sozialpartner. Solche wie der Kaufmännische Verband, der sowohl die Interessen der Mitarbeitenden wie auch jene des Unternehmens gut abwägt und nicht bloss Propaganda für sich selbst macht und ein Parteiprogramm verfolgt.

**Wieso haben Sie gerade dieses Thema gewählt?**

Es ist mir persönlich ein grosses Anliegen. Für gut ausgebildete Menschen ist das Risiko, arbeitslos zu werden, wesentlich kleiner. Gut ausgebildete Menschen haben eine bessere Perspektive. Bildung schafft mehr Wohlstand und politische Stabilität. Für uns sind gut ausgebildete Mitarbeitende auch ein wichtiges Differenzierungspotenzial. Das wird im hart umkämpften Detailhandelsmarkt immer wesentlicher. Viele Anbieter haben mehr oder weniger die gleichen Produkte, die Läden sehen auch ähnlich aus. Wie können wir uns also von den anderen abheben? Mit besseren Mitarbeitenden! Deshalb setzen wir auch stark auf Weiterbildung.

**Wie erleben Sie uns als Sozialpartner?**

Daniel Jositsch brachte es auf den Punkt: Jede Seite muss ihre unterschiedlichen Interessen, Anliegen und Positionen formulieren, dann setzen wir uns gemeinsam an den Tisch und suchen konstruktive Lösungen. Die bestehen dann meistens aus einem ganzen Paket von Massnahmen.

**Die Migros sei sehr fortschrittlich, lobte Peter Kyburz. Was sind die wichtigsten neusten Schritte?**

Im neuen Landes-GAV haben wir die Vereinbarkeit von Familie und Beruf noch weiter ausgebaut, unter anderem den Vaterschaftsurlaub verlängert. Wir bieten auch besonders flexible Teilzeitmodelle an, damit Frauen nach dem Mutterschaftsurlaub wieder ihren Beruf ausüben können. Weiterbildung ist uns ebenfalls wichtig. Unsere Mitarbeitenden können zum Beispiel alle gratis die Kurse der Klubschule besuchen.

**Wie halten Sie es als CEO persönlich mit Weiterbildung?**

Ich tausche mich regelmässig mit Fachleuten und anderen CEOs aus. Ich besuche Veranstaltungen und Kongresse. Intern organisieren wir Klausuren und Trendforschungsanlässe, zu denen wir externe Referenten einladen. Wenn immer möglich gehe ich auch an unsere internationale Handelstagung. Die Schulbank drücke ich aber nicht mehr, ich absolviere keine Lehrgänge mehr. Für mich ist der Austausch wichtig.



Präsident Daniel Jositsch: erhellend.



Schlussbouquet: Austausch bei einem feinen Essen.



Mitglieder finden alle Fotos des Kongresses im Intranet unter Agenda.

**Ihr Referat an unserem Kongress drehte sich denn auch um Bildung.**

**Sie plädierten in Ihrem Referat für die duale Berufsbildung, betonten aber andererseits die Attraktivität der Migros für Hochschulabsolvierende. Lösen Sie diesen Widerspruch für uns auf?**

Die meisten Mitarbeitenden im Detailhandel haben eine Berufslehre absolviert. Das gilt für alle Bereiche, nicht nur für den Verkauf, sondern auch in der Logistik, in der Buchhaltung oder im Einkauf. Wir brauchen aber auch Hochschulabsolventen, zum Beispiel Lebensmittelingenieure, Prozessmanager oder IT-Spezialisten.

**Sie sagten weiter, die Folgen von guter Bildung seien mehr Chancengleichheit und höhere Vereinbarkeit von Familie und Beruf. Das mag für die Migros stimmen, aber nicht für die ganze Schweiz. Was ist zu tun?**

Der Schlüssel dazu liegt bei den Verantwortlichen. So etwas kann man nicht per Gesetz oder Reglement diktieren. Die Verantwortlichen in den Unternehmen müssen einsehen, dass die Schweiz sowohl gesellschaftlich wie auch wirtschaftlich nur dann ein Erfolgsmodell bleibt, wenn sich Männer und Frauen beruflich verwirklichen können. Ich denke, dass diese Einsicht schon ziemlich weit verbreitet ist, jetzt müsste sie aber noch umgesetzt werden. Bei mir werden mehr Direktionen von Frauen als von Männern geführt. Wir haben eine Chefin im Rechtsdienst, im Generalsekretariat in der Kommunikation und für die Nachhaltigkeit.

**Was zeichnet Frauen aus?**

80 Prozent aller Kaufentscheide werden von Frauen gefällt. Da die Migros keine Autos verkauft, ist bei uns der Anteil bestimmt noch grösser. Das bedeutet, dass Mitarbeiterinnen vermutlich noch genauer wissen, was unsere Kundinnen wünschen.

**Mit Frauen könnte der Fachkräftemangel gemindert werden. Ist dieser auch für die Migros ein Problem?**

Ja, wir brauchen die Frauen unbedingt und ja, wir haben zu wenige Fachkräfte. Zudem haben wir Mühe, genügend Lernende zu rekrutieren. Deshalb haben wir für uns intensiv an den SwissSkills 2014 geworben. Der Migros haftet manchmal das Image des «Hörnlihändlers» an. Wenn wir dann aufzeigen können, was es alles braucht, bis ein Pro-

dukt in den Läden und schliesslich beim Konsumenten zu Hause ist, ändert sich das Bild. Wir müssen auch bewusst machen, dass wir in der Migros 40 verschiedene Berufe anbieten. Jetzt kommen die geburtschwächeren Jahrgänge. Dann geht der Kampf um die besten Leute erst recht los.

**Woran leidet die Migros in diesen schwierigen Zeiten auch noch?**

Im Detailhandel stagnieren die Umsätze. Durch die Währungskrise haben wir erneut eine Negativteuerung auf den Sortimenten. Im Elektronikbereich sind die Preise nochmals fünf Prozent runtergekommen, im Pflege- und Kosmetikbereich bis zu acht Prozent. Ein extrem starker Konkurrent ist zudem der Einkaufstourismus, der nochmals deutlich zugenommen hat.

*Ja, wir brauchen die Frauen unbedingt. Wir haben zu wenige Fachkräfte. Zudem haben wir Mühe, genügend Lernende zu rekrutieren.*

**Sie sprachen sich in Ihrem Referat dezidiert für längere Ladenöffnungszeiten aus. Das ist ein heisses Thema.**

Ich bin auch gegen Sonntagsöffnungszeiten, die brauchen wir nicht. Aber wir müssen unter der Woche flexibler sein – für die Konsumentinnen und Konsumenten. Heute können Berufstätige oft nicht mehr während ihrer Arbeitszeit einkaufen gehen. Der Arbeitsmarkt hat sich verändert. Wir müssen uns anpassen können. Deshalb sollten die Läden unter der Woche bis 20 Uhr offen haben.

**Der Kaufmännische Verband hat es also richtig gemacht und sich der Kundschaft angepasst. Wie gefällt Ihnen unser neuer Auftritt?**

Sehr gut. Ich dachte zuerst, ich sei am falschen Ort. Bin ich wirklich bei einem Verband, fragte ich mich. Der Auftritt wirkt sehr zeitgemäss, er spricht mich an. X

**43 Jahre** – Der Kaufmännische Verband ist seit 1972 Sozialpartner des Migros-Genossenschaftsbundes. Der neuste Landes-GAV wurde für die Jahre 2015-2018 abgeschlossen.



Laurent Comte, Delegierter  
La Chaux-de-Fonds

*«Es gab keine Reaktionen. Das ist gut, denn wir hatten Kritik erwartet. Das Branding wird also akzeptiert.»*

Resolution: «Die Altersvorsorge muss als ein Paket behandelt werden und das Leistungsniveau gewährleistet bleiben.» (Die Resolution findet sich auf: kfmv.ch)

**TIERISCH GUT**

Der Kaufmännische Verband beschäftigt sich momentan auch mit der Umsetzung der Masseneinwanderungsinitiative: «Wir haben eine aktive, konstruktive Position ergriffen», sagt Präsident Daniel Jositsch. Er meint, tragfähige Lösungen seien nur möglich, wenn alle politischen Kräfte zusammenspannen. Arbeitgeber und Arbeitnehmende müssten zusammen Lösungen finden.

Das Zusammenspannen klappt im Kanton Luzern bestens: «Der Kaufmännische Verband Luzern ist ein wichtiger Partner für uns», betont Bildungsdirektor Reto Wyss. – Auch wenn der Kanton mehr Schweine als Einwohner hat. Damit erntet der Regierungsrat grosses Gelächter. Es folgt Metzgersohn und Migros-CEO Herbert Bolliger, der zum Thema «Bildung, unser wichtigster Treibstoff» referiert (mehr dazu im Interview auf dieser Seite).

Die weiteren Traktanden wie Geschäftsbericht und Jahresrechnung 2014, Revisionsbericht, Budget 2015 oder Finanzplanung 2016 werden durchgewinkt und alle nötigen Décharges erteilt. Der Zentralvorstand wird in seiner jetzigen Zusammensetzung von den Delegierten bestätigt. X



Jean Spiess, Delegierter Basel

*«Die Reaktionen zum Branding waren positiv. Man lobt, der Auftritt sei frischer als vorher.»*