

Strategi – medarbetare och organisation

Stolta och engagerade medarbetare

En tydlig Axfoodkultur och ett värderingsstyrt ledarskap skapar stolthet, engagemang och samverkan bland medarbetare och handlare.



Medarbetarstrategi:

- Attrahera, behålla och utveckla medarbetare
- Prägla av värderingsstyrt ledarskap, aktivt medarbetarskap och en tydlig Axfoodkultur
- Vara en kundorienterad organisation med ett starkt affärsmannaskap
- Säkerställa ändamålsenliga, användarvänliga, kostnadseffektiva och säkra HR-processer

Attrahera, behålla och utveckla medarbetare

En god blandning av kompetenser och perspektiv ger fler infallsvinklar och kan på så sätt utveckla Axfoods kunderbjudande.

Mångfald & jämställdhet

Axfoods medarbetare speglar mångfalden hos koncernens kunder och alla ska ha lika möjligheter till utveckling.

Koncernen arbetar aktivt med dessa frågor genom allt ifrån obligatorisk rekryteringsutbildning för chefer till att erbjuda ett globalt sortiment i butikerna. Målet är att 20 procent av alla ledare ska ha internationell bakgrund 2020 och att det ska vara en jämn fördelning mellan kvinnor och män på ledande befattningar. 2016 hade 11 procent av ledarna och 21 procent av Axfoods medarbetare internationell bakgrund medan 32 procent av ledarna var kvinnor.

Viktigaste drivkrafterna för ökad mångfald är att arbeta med kultur, attityder och fördomar. Men även praktiska förutsättningar behövs. Under 2016 införde Axfood möjligheten för tjänstemän att flytta dagar med förkortad arbetstid, vanligtvis dag före helgdag. Därmed kan medarbetare lägga dessa dagar vid andra helgdagar än de traditionella svenska högtiderna.

Tydliggöra kompetenser och karriärvägar

På Axfood finns det många ställen att göra skillnad på. Styrkan ligger i kollektivet snarare än i en utvald elit. Axfood erbjuder lika möjligheter genom att säkerställa mångfald i processerna. HR-avdelningen ser till att tydliggöra karriärvägar och medarbetarna tar ett aktivt ansvar för sin egen utveckling. Under året har Axfood definierat beteenden hos framgångsrika medarbetare inom koncernen. Dessa är nu ett stöd för vidare utveckling av alla medarbetare inom koncernen.

Successionsplanering

För att nå koncernens ambition om en hög andel internrekrytering och de övergripande mångfaldsmålen arbetar Axfood aktivt med successionsplanering och säker ledarförsörjning. Varje ledare inom koncernen är ansvarig för att identifiera potentiella ledare av varje kön och stödja deras utveckling till att ta ett större ansvar inom koncernen. Årligen samlar ledarna systematiskt in namn på de potentiella efterträdarna och ser till att samtliga har en utvecklingsplan.

Arbetsgivarvarumärket

Arbetsgivarvarumärket är prioriterat och blir allt starkare, bland annat genom satsningar på mångfald och intern rörlighet, samarbeten med



Axfoods kärnvärden:

- Butiken är scenen
- Vi vågar
- Vi har koll
- Du är viktig
- Vi är starka tillsammans



Varje år på Ledarforum delas Guldäpplet ut till den medarbetare som inom respektive värdegrund bäst har levtt upp till Axfoods kärnvärde.

högskolor, dialog i sociala medier och tydlighet kring Axfoods arbete inom hållbarhet.

Under 2016 fick koncernen in 83 000 ansökningar till utlysta jobb. Det är dubbelt så många som 2015. Av de 78 sökande per tjänst var tre internt sökande. Detta tyder på att insatserna för att öka kännedomen om Axfood som en attraktiv arbetsgivare och för att påvisa karriärvägar inom koncernen har gett resultat.

Genom det ettåriga ungdomstraineeprogrammet Ung i Axfood som startade 2015 gör koncernen en insats mot ungdomsarbetslöshet. Axfood deltar också i ett forskningsprojekt om ungas kompetensförsörjning.

Värderingsstyrt ledarskap, aktivt medarbetarskap och en tydlig Axfoodkultur

Axfood har fem kärnvärden som vägleder hur medarbetarna ska agera, både gentemot varandra och andra. Kärnvärdena gör det lättare att ta rätt beslut och prioritera i det dagliga arbetet. Genom kunskapsöverföring, utbildning och dialog inom koncernen omsätts Axfoods kärnvärden i handling.

Förutom genom kärnvärdena tydliggörs vilket ledarskap som eftersträvas genom en koncern-gemensam ledarprofil. Ledarprofilen visar vilka beteenden som bidrar till prestation och önskat utfall. Ledarprofilen används som bas vid både rekrytering, utveckling och bedömning.

Axfood genomför medarbetarundersökningar vartannat år. I undersökningen 2016 deltog 98 procent av medarbetarna. Koncernens mål är att uppnå ett nöjd medarbetarindex, NMI, på minst 90. Axfoods NMI uppgick i årets undersökning till 92, vilket är fortsatt långt över benchmark på 86. Drygt 8 av 10 medarbetare är stolta över att arbeta inom koncernen. Axfood mäter även andelen ambassadörer och koncernens resultat är tre gånger högre än benchmark, 23 jämfört med 7.

En kundorienterad organisation med ett starkt affärsmannaskap

För att säkerställa en kundorienterad organisation med ett starkt affärsmannaskap genomför Axfood varje år ett stort antal utbildningsinsatser, som också förmedlar Axfoods kärnvärden.

Axfoodakademien är koncernens centrum för utbildningar och traineeprogram. Akademien utvecklar insatser som stärker kunderbjudandet och tillhandahåller utbildningar för alla medarbetare samt utvecklingsprogram för koncernens ledare.

Under 2016 deltog 1 662 medarbetare i sammanlagt 3 521 utbildningsdagar via Axfoodakademien. Totalt genomfördes 22 olika lärarledda utbildningar vid 128 kurstillfällen. Dessutom genomfördes över 34 000 e-learningkurser.

92

var Axfoods Nöjd medarbetarindex, NMI, 2016. Benchmark i branschen var 86.

Många nyanlända som praktikanter

Axfood arbetar aktivt med att inkludera och ge människor möjlighet till erfarenhet på arbetsmarknaden. Att frågan värderas högt av butikscheferna syns i den undersökning som genomfördes under året.

Bland Willys och Hemköp hade 90–95 procent av butikerna tagit emot praktikanter under året. Över hälften av butikerna uppger att praktikplatser har lett till anställning. Var tredje butik har tagit emot närmare 200 nyanlända eller asylsökande praktikanter.

Uppdelat per kedja hade följande andel butiker tagit emot nyanlända:

Willys

36%

Hemköp

41%

Axfood Snabbgross

21%



Prioriterade aktiviteter 2017:

- Fortsätta arbeta med successionsplanering
- Erbjudna praktik för ungdomar och personer med mångkulturell bakgrund
- Stärka Axfood som attraktiv arbetsgivare
- Fokusera på att sänka sjukfrånvaron
- Koncerntreaneprogram



Ändamålsenliga, användarvänliga, kostnadseffektiva och säkra HR-processer

För att förebygga ohälsa och minska sjukfrånvaron bidrar ändamålsenliga, användarvänliga, kostnadseffektiva och säkra HR-processer. Det skapar också en effektiv koncern och en attraktiv arbetsgivare.

För att motverka samhällstrenden för ohälsa och bryta den trend som även påverkat sjukfrånvaron inom koncernen satsar Axfood på utbildning till alla chefer. Under året infördes en obligatorisk utbildning i rehabilitering eftersom ledarskapet har en stor påverkan på hälsoarbetet. Syftet är att skapa en tydligare arbetsprocess och bättre verktyg så att cheferna kan agera på tidiga signaler som tyder på ohälsa.

Företagshälsovården gjordes koncerngemensam och erbjuder nu lika hälsoutbud samt smidigare styrning och uppföljning för alla koncernbolag.

Signalvärde med visselblåsarfunktion

Sedan 2016 har Axfood en visselblåsarfunktion för den typ av ärenden som medarbetarna inte vill lyfta i de vanliga kanalerna. Möjligheten att rapportera via en visselblåsarfunktion visar att Axfood tar överträdelser och etiskt beteende på allvar. Medarbetarna rapporterar anonymt genom en extern part.

Detaljer om hållbarhet presenteras i Axfoods hållbarhetsredovisning 2016

Axfoods ambition är att vara ledande inom hållbarhetsområdet och vara en föregångare både inom nya arbetssätt och tekniska lösningar. Hållbarhetsfrågorna är integrerade i det dagliga arbetet och utgör en central del i koncernens strategi.

Koncernens hållbarhetsprogram redovisas detaljerat i hållbarhetsredovisningen för

2016. Där redogörs också för prioriteringar och utfall av mätningar av viktiga nyckeltal. Hållbarhetsredovisningen beskriver hur Axfood ser på samspelet med intressentgrupperna: kunder, medarbetare, leverantörer, samhälle och ägare. De frågor som intressenterna ser som viktigast är vägledande för hållbarhetsarbetet.





Kakao och framtidstro

FRANCISCO CANTALICIO I DOMINIKANSKA REPUBLIKEN.

De flesta har nog koll på Fairtrademärkningen. Men vad är egentligen en råvarucertifiering och hur kan den påverka en hel by i Sydamerika? Vi begav oss till Dominikanska Republiken för att se hur kakaobönan,

människorna och kulturen påverkats efter att certifieringen gjort sitt intåg i landet.

Läs hela reportaget på garantskafferiet.se.