

Nachhaltigkeit

NACHHALTIGKEIT BEI VALORA: LANGFRISTIG, ZUKUNFTSORIEN- TIERT UND BESTÄNDIG

Im vorliegenden Bericht werden Massnahmen aufgezeigt, die im Jahr 2016 eine nachhaltige Entwicklung bei Valora unterstützten. Aufgrund der zahlreichen Initiativen wird jedoch nur eine Auswahl an Aktivitäten vorgestellt. Bei der sozialen Nachhaltigkeit stehen dabei die Förderung der Mitarbeitenden sowie die Beziehungen zu Kunden und Geschäftspartnern im Vordergrund. Im Bereich der ökonomischen Nachhaltigkeit wird auf ethisches Verhalten, wie zum Beispiel die Einhaltung des Code of Conducts, die Beachtung des Jugendschutzes oder das Befolgen von Hygienestandards fokussiert. Der schonende Umgang mit Ressourcen spielt bei den Massnahmen im Rahmen der ökologischen Nachhaltigkeit eine wichtige Rolle.

SOZIALE NACHHALTIGKEIT

MITARBEITER- ZUFRIEDENHEIT IM FOKUS

Valora ist es ein Anliegen, dass sich ihre Mitarbeitenden kontinuierlich weiterentwickeln können und bei ihrer Arbeit zufrieden und motiviert fühlen.

Um die Zufriedenheit der Mitarbeitenden zu messen, führte Valora im 2. Quartal 2016 eine Mitarbeiterumfrage mit einem erfahrenen, externen Anbieter durch, die fortan in regelmässigen Abständen erfolgen wird. Im Rahmen der Befragung wurden die Mitarbeitenden von Retail Schweiz, bob Finance, Brezelkönig, Ditsch in Mainz sowie der Verwaltung in Muttenz zu Themen wie beispielsweise ihrer Zufriedenheit und organisatorischen Rahmenbedingungen befragt. Insgesamt haben 59% der 2396 zur Umfrage eingeladenen Mitarbeitenden an dieser teilgenommen.

Die Ergebnisse wurden nach deren Auswertung offen mit der gesamten Organisation geteilt. Besondere Bedeutung schenken die Mitarbeitenden laut der Umfrage der beruflichen und persönlichen Weiterentwicklung sowie einem guten Informationsfluss und der konsequenten Kundenfokussierung.

Im Rahmen von Teamdiskussionen wurden gemeinsam Massnahmen erarbeitet und deren Umsetzung eingeleitet. Hierzu gehört unter anderem die Initiierung von Plattformen zum regelmässigen Austausch über alle Hierarchieebenen. So organisiert Valora im Jahr 2017 neu sogenannte ‚Inspiration Lunches‘ für ihre Mitarbeitenden. Im Rahmen dieser Anlässe wird in informellem Ambiente über aktuelle Themen aus dem Geschäftsumfeld von Valora referiert und diskutiert. Den Startschuss hierzu bildet eine Ver-

anstaltung zu den digitalen Entwicklungen im Retailgeschäft, zu der sich rund 150 Mitarbeitende angemeldet haben. Über den Erfolg aller eingeleiteten Initiativen berichtet Valora im firmeneigenen Intranet.

Valora Retail Deutschland wird im Frühling 2017 die Umfrage im gleichen Setup durchführen. Auf Gruppenebene ist die nächste Befragung für 2018 geplant.

MITARBEITER FÖRDERN UND ENTWICKELN

Mit einem breiten internen Aus- und Weiterbildungsangebot fördert Valora ihre Mitarbeitenden.

Im Jahr 2016 wurde bei Valora Deutschland das Coaching als wesentlicher Teil der Führungskultur implementiert – insgesamt 20 Teilnehmer des Managements nahmen an dem mehrtägigen Seminar «Die Führungskraft als Coach» teil.

Zur Stärkung des Trainer-Portfolios und zur Qualitätssteigerung der Schulungen haben darüber hinaus bei Valora Deutschland zehn Kolleginnen und Kollegen aus den Fachbereichen im Rahmen einer fünfmonatigen Weiterbildung an der IHK Hamburg ab Oktober 2016 berufsbegleitend eine Trainerausbildung

«Es ist uns ein Anliegen, dass sich unsere Mitarbeitenden kontinuierlich weiterentwickeln können und sie sich bei ihrer Arbeit zufrieden und motiviert fühlen.»

Jonathan Bodmer,
Head of Human Resources Valora

Nachhaltigkeit

begonnen. Neben dem Kennenlernen von kreativen Lernabläufen und dem Steuern von Gruppenprozessen stand der methodische und didaktische Aufbau von Seminaren im Mittelpunkt.

«Gut ausgebildete Mitarbeiter sind der Schlüssel zum Erfolg. Mit dem Coaching, der Ausbildung ‚Train the Trainer‘ sowie dem Valora-Campus haben wir einen Raum für die berufliche Weiterbildung unserer Mitarbeitenden geschaffen, um sie in ihrer fachlichen Qualifikation, im eigenen Selbstmanagement oder auch der Führung von Mitarbeitenden weiterzubringen», erklärt Peter Obeldobel, Vorsitzender der Geschäftsführung von Valora Retail Deutschland. In der Schweiz finden regelmässige Führungskurse für die Verkaufsmitarbeitenden sowie Leadership-Days für erfahrene Führungskräfte statt. Diese Weiterbildungen werden durch externe Fachkräfte moderiert und tragen wesentlich zur persönlichen und beruflichen Weiterentwicklung bei.

Alljährlich treffen sich zudem alle geschäftsführenden Mitarbeitenden der Verkaufsformate von Valora zu ihrer jeweiligen Tagung. Die Teilnehmenden erhalten so die Gelegenheit, sich an ihrer Kiosk-, Agentur- oder Franchisepartner-Tagung zu informieren, zu unterhalten und vor allem auch ihr persönliches Netzwerk zu pflegen.

Ein immer stärker an Bedeutung gewinnender Bestandteil der Aus- und Weiterbildung ist die Wissensvermittlung über das E-Learning. Dies entspricht der Strategie, in allen Geschäftsbereichen auf innovative Plattformen sowie Initiativen im Bereich der Digitalisierung zu setzen. In der Aus- und Weiterbildung der Mitarbeitenden nutzt Valora dabei das Learning Management System Avendoo. Dieses ermöglicht es, den Verkaufsstellenmitarbeitenden zeitnah ein einheitliches Wissen zu vermitteln. Ebenso werden mit dem Tool die vorgeschriebenen Standards beim Geldwäschereigesetz und bei Geldüberweisungen gesichert.

Mitarbeitende werden unabhängig von Ort, Zeit und Beschäftigungsgrad erreicht. Aufgrund der zahlreichen positiven Rückmeldungen hat sich Valora zum Ziel gesetzt, diesen Bereich zukünftig weiter auszubauen.

FIT FÜR DIE ZUKUNFT

Valora engagiert sich seit mehr als 15 Jahren für den beruflichen Nachwuchs im Detailhandel. Derzeit absolvieren alleine in der Schweiz 20 Lernende ihre Ausbildung bei Valora. Davon werden 13 Lernende als Detailhandelsassistent/-in EBA oder Detailhandelsfachmann/-frau EFZ, Branche Kiosk und Nahrungs- und Genussmittel, ausgebildet. Zudem zählt Valora einen Lernenden als Systemgastronom und sechs Lernende in der kaufmännischen Grundbildung.

Auch beim Laugenspezialisten Ditsch setzt man auf eine kontinuierliche Vereinbarung im Bereich der Ausbildung. Jährlich werden hier über 40 Lernende an den Standorten Mainz und Oranienbaum ausgebildet. Oberstes Ziel dabei ist es, den Nachwuchs schon während der Ausbildung zu qualifizieren und ihn nach erfolgreichem Lehrabschluss in den Betriebsablauf zu integrieren. Darüber hinaus wurde in der Schweiz in diesem Jahr die Erfolgsgeschichte des

einjährigen Valora Traineeprogramms für Hochschulabsolventen fortgeschrieben. Zusätzlich bietet Valora sowohl in der Schweiz wie auch in Deutschland einen dualen Studiengang an. Nach erfolgreichem Abschluss haben die Absolventen die Möglichkeit, zu attraktiven Anstellungsbedingungen in der Verwaltung oder auf der Position eines Junior Verkaufsleiters dauerhaft für Valora tätig zu werden. «Beide Programme haben sich bewährt, um junge Talente für uns zu gewinnen. Daher werden wir auch in Zukunft auf sie setzen», betont Christa Heinke, Leiterin Personalentwicklung bei Valora Schweiz.

ERFOLGREICHE ZUSAMMENARBEIT MIT AGENTUR- UND FRANCHISEBETRIEBEN

Mit ihren Agentur- und Franchisebetrieben pflegt Valora eine partnerschaftliche Zusammenarbeit. Hierzu finden in der Schweiz im Rahmen von regelmässigen Gremiumsmeetings und Arbeitsgruppen enge Abstimmungen mit den Vertretern der Verkaufsstellen statt. Gemeinsam wurden Schulungen zu Themen wie beispielsweise Arbeitsrecht, Betriebswirtschaft und Pensionskasse entwickelt. Hinzu kommt die dreitägige Einführungsschulung, welche im Jahr 2016 insgesamt vier Mal durchgeführt wurde. An dieser bildet Valora ihre zukünftigen Agentur- und Franchisepartner in wichtigen Bereichen ihres täglichen Arbeitsalltags aus. Hierzu gehören unter anderem Aufgaben wie zum Beispiel Betriebswirtschaft, Inventur und -differenzen, Personalführung und Altersvorsorge. Dieses Angebot wird von den zukünftigen Agentur- und Franchisepartnern sehr geschätzt.

«Die Unterstützung, die ich von Tag eins an seitens Valora erhalten habe, hat meinen Einstieg in die Selbständigkeit extrem erleichtert», bestätigt An-

«Im Jahr 2016 wurde bei Valora Deutschland das Coaching als wesentlicher Teil der Führungskultur implementiert.»

Peter Obeldobel,
Vorsitzender der Geschäftsführung Retail
Deutschland/Luxemburg

Nachhaltigkeit

kul Lal, der seit 2014 als Agenturpartner für Valora tätig ist.

Ähnlich äussert sich Baidullah Naroeei, der seit März 2015 einen Kiosk leitet: «Dank der professionellen Einarbeitung wird man von A bis Z auf seine zukünftige Tätigkeit als Agenturpartner vorbereitet.» Zudem freut er sich über die Chance, die ihm Valora mit der Übernahme der Verkaufsstelle gegeben hat: «Ich finde es sehr gut, dass Valora externen Leuten wie mir die Möglichkeit gibt, sich selbständig zu machen. Zudem eröffnet die Zusammenarbeit mit einem so starken Partner wie Valora viele Optionen und gibt zusätzlich Sicherheit.»

Auch in Deutschland pflegt Valora einen aktiven Austausch mit ihren Agentur- und Franchisepartnern. Einmal jährlich werden diese zu einer dreitägigen Jahrestagung eingeladen. Unter dem Motto «Valora – A Customer Company» wurde in diesem Rahmen im Mai 2016 die strategische Neuausrichtung sowie zahlreiche Branchentrends behandelt. Das Thema Kundenorientierung zog sich dabei als roter Faden durch das Programm. Nach interessanten Vorträgen und Workshops konnten sich die Teilnehmenden bei einem attraktiven Abendprogramm austauschen und das Netzwerk pflegen. Da dieser Anlass bei den Agentur- und Franchisepartnern sehr beliebt ist, wird dieser auch im Jahr 2017 wieder durchgeführt. Das Tagungsprogramm für den erneut im Mai stattfindenden Event umfasst namhafte, externe Redner zum Thema «Kunden begeistern». Fester Bestandteil ist zudem die jeweils mit Spannung erwartete Ehrung der Franchisepartner bzw. Filialleiter des Jahres. Hierbei werden Partner ausgezeichnet, die sich durch hervorragende Arbeit und hohes Engagement hervorgehoben haben.

Auf gegenseitiges Vertrauen bei der Zusammenarbeit mit seinen mehr als 200 Agenturpartnern sowie einen fairen Umgang miteinander setzt auch Ditsch. Die stetige Weiterentwicklung der Agentur-

partner durch Schulungen gehört dabei ebenfalls zu den Säulen der partnerschaftlichen Zusammenarbeit.

Um den Informationsfluss zwischen der Zentrale und den Verkaufsstellen weiter zu optimieren, führt Valora ab Sommer 2017 ein neues System zur Kommunikation mit ihren Verkaufsstellen ein. Dieses soll dazu beitragen, Informationen einfacher, strukturierter und effizienter miteinander zu teilen.

FÖRDERUNG DER ARBEITSSICHERHEIT

Valora achtet auf die Sicherheit und Gesundheit ihrer Mitarbeitenden am Arbeitsplatz. Daher werden bei Valora Retail Deutschland regelmässig Begehungen mit Fachkräften für Arbeitssicherheit und Betriebsärzten bzw. Arbeitsmedizinern durchgeführt. Die Arbeitsplätze werden individuell begutachtet und etwaige Bedürfnisse beziehungsweise Erfordernisse im Hinblick auf Ergonomie oder Beleuchtung am Arbeitsplatz aufgenommen und wo möglich erfüllt.

Auch in der Schweiz spielt die betriebliche Gesundheitsförderung bei Valora eine grosse Rolle. Seit 2011 wird hier die «Betriebsgruppenlösung Valora

Schweiz AG» zur Umsetzung der Arbeitssicherheit und des Gesundheitsschutzes eingesetzt. Gemäss den gesetzlichen Vorgaben muss eine Betriebsgruppenlösung periodisch überprüft und den Behörden zur Rezertifizierung vorgelegt werden. In Zusammenarbeit mit einem kompetenten Partner im CH-Detailhandel sowie Arbeitsärzten, Arbeitshygienikern und internen Fachspezialisten wurden die notwendigen Vorbereitungen getroffen, damit auch künftig eine genehmigte Betriebsgruppenlösung vorliegt. Die Rezertifizierung durch die zuständige Behörde ist für März 2017 vorgesehen.

Die Gesundheit der Mitarbeitenden geniesst auch bei Ditsch oberste Priorität. Die Laugenbäckerei bietet allen Mitarbeitenden eine arbeitsmedizinische Betreuung, welche durch externe Partner durchgeführt wird. Ferner werden im Rahmen des Betrieblichen Eingliederungsmanagements (BEM) langzeitkranke Arbeitnehmer bei der Wiedereingliederung in das Berufsleben begleitet. Kann ein Mitarbeitender nicht auf seine eigentliche Position zurückkehren, wird mit dem Werksarzt, den Ansprechpartnern der Behörden und den Vorgesetzten eruiert, in welcher Form der Angestellte dennoch in den Arbeitsprozess bei Ditsch zurückkehren kann.

LANGFRISTIGE PARTNERSCHAFTEN

Valora setzt auf eine langfristige Zusammenarbeit. Mit Partnern wie der SBB, Selecta, Swisslos, der Loterie Romande oder auch Lekkerland besteht diese seit vielen Jahren.

Die Kooperation mit der SBB basiert dabei auf einer professionellen und partnerschaftlichen Zusammenarbeit, welche über ein reines Mieter-Mieterverhältnis hinausgeht. Während das Tagesgeschäft durch Themen wie Expansion und Mietvertragsmanagement bestimmt wird, steht übergeordnet die gemeinsame Ausrichtung auf die

«Ich habe grosse Freude an der Zusammenarbeit mit Valora. Denn sie lässt einem viel Freiraum und bietet gleichzeitig grosse Unterstützung.»

Renata Habdija,
Agenturpartnerin

Nachhaltigkeit

Kundenbedürfnisse im Fokus. Dank der Bündelung des Detailhandelswissens von Valora mit der Bahnhofskompetenz der SBB entstehen zahlreiche Mehrwerte für die Kundinnen und Kunden.

Selecta ist Valoras Kaffee-Partner für alle Retail-Formate in der Schweiz. Die Zusammenarbeit zwischen beiden Unternehmen ist in der gemeinsamen Vergangenheit begründet. Die Partnerschaft basiert auf gegenseitigem hohem Respekt für die jeweiligen Kernkompetenzen sowie einer offenen und schnellen Kommunikation, um die gesteckten, nachhaltigen Ziele zu erreichen.

Auch die enge und erfolgreiche Partnerschaft von Swisslos und Valora besteht bereits seit vielen Jahren und geht auf die Gründung von Swisslos im Jahr 1937 zurück. Valora trägt mit ihrem ausgebauten Vertriebsnetz einen wesentlichen Beitrag zum Swisslos Gesamtumsatz bei. Der Reingewinn der Genossenschaft Swisslos fliesst in die kantonalen Lotterie- und Sportfonds zurück, die damit jährlich 12 000 gemeinnützige Projekte in den Bereichen Sport, Kultur, Umwelt und Soziales unterstützen. Durch den Vertrieb an ihren Verkaufsstellen hat auch Valora hieran einen grossen Anteil.

Ebenso arbeitet Valora seit über 30 Jahren mit der Loterie Romande zusammen. Mit dem Kauf von Naville und

der verstärkten Präsenz in der Romandie hat sich die Partnerschaft intensiviert. Zahlreiche gemeinsame Projekte rund um das Glücksspiel sind der Beweis einer langfristigen, innovativen Vision, die von beiden Unternehmen geteilt wird.

Zu den langjährigen Partnern in Deutschland gehört die Firma Lekkerland. Das Grosshandelsunternehmen beliefert die von Valora betriebenen Verkaufsstellen und bringt dabei auch sein Know-how im Category Management mit ein. Der Erfolg der Zusammenarbeit beruht auf einer exzellenten Feinlogistik sowie schlanken administrativen Prozessen.

Auch Ditsch setzt auf langfristige Partnerschaften. Besonders wichtig ist der Laugenbäckerei dabei eine vertrauensvolle Zusammenarbeit. Darüber hinaus legt Ditsch grossen Wert darauf, dass bei sämtlichen Kooperationen von allen Parteien die gleichen Normen in Bezug auf ordnungsgemässe Arbeitsbedingungen sowie anerkannte, soziale und ökologische Standards eingehalten werden.

VALORA HILFT – DORT, WO ES BENÖTIGT WIRD

Bei Caffè Spettacolo werden qualitativ einwandfreie Lebensmittel, die aufgrund ihres Mindesthaltbarkeitsdatums nicht mehr verkauft werden dürfen, an die gemeinnützigen Initiativen «Schweizer Tafel» und «Tischlein deck dich» übergeben.

Darüber hinaus spendet Valora im Rahmen der ok.-Kooperation mit dem deutschen Fussballverein FC St. Pauli für jedes Heimspiel sowie für jedes Tor, dass der Verein in der Nachspielzeit erzielt, einen Betrag von jeweils € 1000,- für einen wohltätigen Zweck. Zu den Begünstigten zählten im Jahr 2016 unter anderem die nachbarschaftliche Anti-Kälte-Hilfe St. Pauli sowie die NoBorder-Kitchen in Hamburg.

«Grosse, industriell produzierende Hersteller und Lieferanten müssen mindestens eines der drei Zertifikate BRC, IFS oder ISO vorweisen können.»

Michel Vaucher,
Projektverantwortlicher Valora Retail Schweiz

ÖKONOMISCHE NACHHALTIGKEIT

INTEGRITÄT ALS BASIS VERANTWORTUNGSVOLLEN HANDELNS

Der Code of Conduct beschreibt die Verhaltensweisen, die von Valora Mitarbeitenden und Stakeholdern erwartet werden. Anhand der elf Grundsätze werden alle Partner angehalten, sich an hohen Standards von moralischem Verhalten und menschlicher Integrität zu orientieren. Ein Compliance Handbuch dient den Mitarbeitenden ebenfalls als Hilfsmittel und Unterstützung für richtiges Verhalten. Darüber hinaus steht den Mitarbeitenden eine Ethikhotline zur Verfügung. Beobachtungen von Unrechtmässigkeiten, kriminellen Delikten sowie Beschwerden gelangen über die Hotline anonym an den Compliance-Officer.

QUALITÄTSBEWUSSTSEIN ALS WICHTIGES GUT

Die Themen Qualitätssicherung, Krisenmanagement und Rückrufprozes-

«Unseren Mitarbeitenden steht eine Ethikhotline zur Verfügung, über die sie Beschwerden oder Beobachtungen von Unrechtmässigkeiten anonym an den Compliance Officer melden können.»

Alexia Bühler,
Legal Counsel & Compliance Officer

Nachhaltigkeit

«Jeder ok.– Energy Drink wird zusätzlich regelmässig einer externen Analyse in einem zertifizierten Labor unterzogen.»

Michael Betschart,
Brand & Product Manager Valora Retail
Schweiz

se werden bei Valora stetig überprüft. Es gilt die Qualitätssicherung der Produzenten, die Produktinformation sowie die Gesetzeskonformität und die Lieferbedingungen zu kontrollieren. «Grosse, industriell produzierende Hersteller und Lieferanten müssen mindestens eines der drei Zertifikate BRC, IFS oder ISO vorweisen können. Zudem darf das Selbstkontrollkonzept nach HACCP-Grundsätzen nicht älter als zwei Jahre sein», erklärt Michel Vaucher, Projektverantwortlicher bei Valora Retail Schweiz. Das HACCP-Konzept müssen auch kleinere, regionale, gewerblich produzierende Hersteller und Lieferanten vorweisen können. Es beinhaltet die Gefahrenanalyse, die Definition von kritischen Kontrollpunkten sowie von Richtwerten zur Kontrolle von Gefahren und ein Überwachungssystem. Die Bestimmung von Korrekturmassnahmen und Arbeitsanweisungen zur Einhaltung der sogenannten guten Herstellungspraxis sind ebenfalls Teil des Konzepts.

Für jeden Artikel im Sortiment muss seitens Lieferant eine Produktspezifikation vorliegen. Schweizer Hersteller legen eine schriftliche Bestätigung vor, dass ihr Produkt dem Schweizer Lebensmittelgesetz entspricht. Ausländische Produzenten müssen die Konformität anhand einer Bestätigung

von einer Schweizer Fachstelle vorlegen. Die Beschriftungsvorschriften für Verpackungsmaterial, z.B. die Nennung der Haltbarkeit, gelten für Food- und Non-Foodartikel. Die Haltbarkeit und Lagerbedingungen müssen zudem beim Transport berücksichtigt werden.

Strenge Qualitätsvorschriften werden ebenso bei ok.– eingehalten. So werden Verkehrsfähigkeitsprüfungen bei jedem ok.– Neuprodukt oder bei Verpackungsänderungen durchgeführt. Hinzu kommen regelmässige Laboranalysen, die vom Lieferanten ausgeführt werden. «Jeder ok.– Energy Drink wird zusätzlich regelmässig einer internen und einer externen Analyse in einem zertifizierten Labor unterzogen», unterstreicht Michael Betschart, Brand & Product Management Retail Schweiz.

Um sicherzustellen, dass nur Ware bezogen wird, die möglichst umweltverträglich angebaut wurde, ist Ditsch seit Februar 2015 Mitglied des «Roundtable on Sustainable Palm Oil» (RSPO). Die Organisation RSPO engagiert sich weltweit für den nachhaltigen Anbau von Palmöl und ermöglicht eine Zertifizierung entlang der gesamten Lieferkette.

Brezelkönig wurde auch im Jahr 2016 wieder erfolgreich nach der Norm ISO 9001:2015 zertifiziert. «Als Un-

«Valora nimmt den Jugendschutz sehr ernst. Daher werden alle unsere Mitarbeitenden regelmässig zu dieser Thematik geschult und sensibilisiert.»

Jean-Christophe Faré,
Mitglied der Geschäftsleitung Valora Retail
Schweiz

ternehmen in der Produktion und im Vertrieb von Backwaren ist diese Zertifizierung ein Garant für solide und verlässliche Prozesse», bestätigt Michel Gruber, Geschäftsführer Brezelkönig. Zudem darf sich das Laugengebäck von Brezelkönig mit dem Label SUISSE GARANTIE schmücken. Hierbei handelt es sich um eine Garantiemarke, die nur Produkte tragen dürfen, deren Rohstoffe nicht nur in der Schweiz produziert, sondern auch in der Schweiz verarbeitet werden.

JUGENDSCHUTZ – DIE VERANTWORTUNG DER ERWACHSENEN

TABAK- UND ALKOHOLVERKÄUFE

Der Jugendschutz wird bei Valora sehr ernst genommen. Daher werden alle Mitarbeitenden regelmässig in diesem Bereich geschult und sensibilisiert. Mit Hilfe einer jährlichen E-Learning-Schulung werden Themen wie Tabak oder Alkoholverkauf an Jugendliche behandelt und abgefragt. Die Teilnahme ist für alle Eigenstellen, Agenturpartner und Franchisenehmer obligatorisch. Zusätzlich sensibilisieren die Verkaufsleiter ihre Mitarbeitenden in den Verkaufsstellen bezüglich der Wichtigkeit und gesetzlichen Notwendigkeit.

In der Schweiz und in Deutschland erinnern zudem Plakate an der Kasse die Mitarbeitenden an die vor Ort geltenden Vorschriften. Management, Verkaufsleiter und Mitarbeitenden sind sich der Wichtigkeit der Kontrollen bewusst und daran interessiert, den Jugendschutz zu verbessern und den Missbrauch weiter einzudämmen.

FINANZDIENSTLEISTUNGEN

Wer wie bob Finance Kredite vergibt, übernimmt Verantwortung gegenüber den Kreditnehmern. Bob Finance Angebote richten sich an Kreditnehmer mit

Nachhaltigkeit

«Caffè Spettacolo möchte den durch Pappbecher anfallenden Abfall reduzieren. Daher befüllen wir in unserer Kaffeebarkette bereits seit zwei Jahren nicht nur Einweg-, sondern auch Mehrwegbecher.»

Franziska Kaiser,
Bereichsleitung Vertrieb Caffè Spettacolo

digitaler Affinität, die einen Konsumkreditantragsprozess effizient online durchlaufen wollen. Durch eine umfassende Bonitäts- und detaillierte Kreditfähigkeitsprüfung unter Berücksichtigung gespeicherter Informationen bei der Zentralstelle für Kreditinformation (ZEK), der Informationsstelle für Konsumkredit (IKO), weiterer Auskunftsplattformen und der Selbstauskunft des Antragstellers stellt bob Finance sicher, dass die Höhe der Kreditverpflichtung den Tragbarkeitsvorgaben des Konsumkreditgesetzes entspricht. Hinsichtlich der Finanzmarktregulierung zur Geldwäscherei- und Terrorismusbekämpfung untersteht bob Finance direkt der Eidgenössischen Finanzmarktaufsicht (FINMA).

Für das Produkt ok.- cash hat Valora das Mindestalter auf 25 Jahre bewusst und freiwillig festgelegt. Im Rahmen der Antragsprüfung werden auch in diesem Prozess mehrere Auskunftsteil- und Adressdatenbanken, wie die Zentralstelle für Konsumkredit (ZEK), abgefragt. Neben einer ausgezeichneten Bonität sind zudem ein Schweizer Wohnsitz, eine private Email Adresse und eine Handynummer erforderlich.

Sicherheit steht bei Valora an oberster Stelle. Daten werden durch die Verwendung der neuesten Sicher-

heitssoftware geschützt. Für eine sichere Datenübermittlung werden unterschiedliche Zertifikate verwendet. Eines davon ist die SSL EV Verschlüsselung – höchster Bankenstandard für verschlüsselte Verbindungen.

ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT

ABFALL REDUZIEREN

Valora nimmt seit mehreren Jahren an den Basler Littering-Gesprächen teil. Im Rahmen dieser Arbeitsgruppe entwickeln Vertreterinnen und Vertreter von Wirtschaft und Verwaltung gemeinsam Massnahmen gegen das Wegwerfen von Müll.

Bereits seit 2014 sind alle Valora Verkaufsstellen in der Schweiz mit PET-Sammelbehältern ausgestattet. Parallel wird in allen deutschen Verkaufsstellen, wenn immer möglich, auf Produkte in Einwegverpackungen verzichtet. So werden beispielsweise bevorzugt Getränke angeboten, deren Flaschen über das Pfandsystem in den Wertstoffkreislauf zurückgeführt werden können. Zudem können in Deutschland in jeder Verkaufsstelle Pfandflaschen zurückgegeben werden. Im Rahmen des DPG-Pfandsystems wer-

den diese in den Filialen gesammelt und wiederverwertet. Letzteres gilt auch für das Altpapier in den Filialen.

Bei Caffè Spettacolo werden bereits seit zwei Jahren nicht nur Einweg-, sondern auch Mehrwegbecher befüllt. Die zu Valora gehörende Kaffeebarkette möchte so den durch Pappbecher anfallenden Abfall reduzieren. Um noch mehr Kunden zur Verwendung von Mehrwegbechern anzuregen, schenkt Caffè Spettacolo den Gästen, die ihren eigenen Becher mitbringen, ein kostenloses Upgrade auf die Grösse ‚Grande‘.

DIE UMWELT SCHONEN – ENERGIEEFFIZIENT HANDELN

Seit 2016 werden alle Schweizer Verkaufsstellen von Valora mit Grünstrom versorgt. Auch der Energiebedarf von Valora Retail Deutschland in Hamburg wird zu 100% mit Ökostrom gedeckt. Überdies wurde auf Konzernebene ein Aktionsplan erarbeitet, welcher konkrete Energiesparmassnahmen beinhaltet. So werden zum Beispiel nachts einzelne Geräte in den Filialen mit einer Zeitschaltuhr ausgeschaltet.

Um die Umweltleistungen kontinuierlich zu verbessern, setzt Ditsch an seinen Produktionsstandorten auf einen effizienten Einsatz von Ressourcen. Aus diesem Grund wurden bereits im Jahr 2009 Wärmerückgewinnungsanlagen in den Produktionshallen installiert. Mit diesen kann die rückgewonnene Abwärme für die Heizung und zur Erwärmung von Wasser genutzt werden.

Konzernweit wurden zudem alle Lichtquellen überprüft und bei Umbauten durch LED Leuchtmittel ersetzt. So werden zum Beispiel in Deutschland heute bei Um- und Neubauten ausschliesslich LED Leuchtmittel eingesetzt, was sowohl den Energieverbrauch als auch die Wartungskosten reduziert. Energieeffiziente Kühler, Kaffeemaschinen oder Backöfen der Klasse A+ kommen nach Umbauten zum Einsatz. Sie erzeugen weniger Wärme, womit die Lebensmittel weniger gekühlt werden müssen.

«Wir sind stolz, dass Ditsch von Stiftung Warentest in der Kategorie Laugenbrezel für das aromatische Röstaroma sowie für die langanhaltende Knusprigkeit als Testsieger ausgezeichnet wurde.»

Thomas Eisele,
CEO Food Service