

Charter for Flere kvinder i Ledelse – Coop Danmark baseline-rapport

Indledning

I denne rapport beskrives først status for fordelingen mellem mænd og kvinder for Coop Danmarks lederstillinger, både på butikks- og hovedkontorssiden.

Derefter beskrives, hvilke mål Coop har for kvinder i ledelse på kort og længere sigt samt, hvilke initiativer Coop har og vil igangsætte for at nå målene.

Den analyse, der ligger til grund for dette notat er baseret på Coop Danmarks medarbejdere. De selvstændige brugsforeninger, Fakta og Irma er ikke analyseret til bunds, men en overordnet vurdering bekræfter samme tendens, som ses for Coop Danmark, dog er Irma noget bedre, hvad angår kvindelige butikschefer.

Konklusion på status på kønsfordeling for Coop Danmarks lederstillinger

På trods af, at der er i Coop er en dominans af kvinder blandt medarbejder-skaren – især på butikssiden - er andelen af kvindelige ledere lille, når vi ser på de øverste ledelsesniveauer. Det gælder både på butikssiden og på hovedkontorssiden.

På butikssiden er der en lille overvægt af kvindelige ledere, når man kikker på mellemliderstillinger (salgsleder mv.). Det er interessant, at disse kvindelige ledere er markant ældre end deres mandlige kollegaer på samme ledelsesniveau. Dvs. at kvinderne bliver ledere senere i deres liv. Og denne "forsinkelse" får de tilsyneladende ikke indhentet senere i karrieren. Dette er en hypotese, som skal analyseres nærmere.

Kikker vi på funktionschefer (souschef mv.), ligger andelen af kvindelige ledere stadig på omkring eller over 50% for de fleste kæder. Dog er der en kæde, der skiller sig markant ud med en væsentlig mindre andel af kvindelige ledere. På butikschefniveau er andelen af kvindelige ledere forsvindende lille, hvad angår de store butikker. I de små butikker stiger andelen af kvindelige ledere til lige under 20%. Også i Irma er andelen af kvindelige butikschefer op mod 20 %.

Går vi niveauet op til regions-/salgschefer (chef for et antal butikschefer), ser vi en gruppe på 36 medarbejdere, hvoraf kun én er kvinde.

På hovedkontorssiden er andelen af kvindelige og mandlige ansatte ca. 50/50 %. Kikker man på ledergrupperne (dvs. ledere med reference til koncernledelsen i Coop Danmark) er der en markant overvægt at mænd, den kvindelige andel af lederne ligger lige under 20%. Der er afdelinger, der skiller sig ud med væsentligt flere kvindelige ledere, men tendensen er det samme i hele virksomheden.

Taleksempler - status på

I ledergruppen er kønsfordelingen som nedenfor anført i henholdsvis personer og procent.

kønsfordeling for Coop Danmarks le- derstillinger

Gruppe	Kvinder	% Kvinder	Mænd	% Mænd	I alt
Ansatte i butikker	8358	54	7035	46	15395
Mellemledere	275	53	241	47	516
Funktionschefer	155	38	250	62	405
Butikshefer	30	9	299	91	329
Salgs-/regionschefer	35	97	1	3	36
Ansatte hovedkontor	617	51	592	49	1209
Ledergrupper HQ	38	18	173	82	211
Koncernledelsen	1	6	15	94	16
Direktion	1	25	3	75	4

Mål for andel af kvindelige ledere i Coop Danmark på kort og længe- re sigt

Coops personalepolitik beskriver klart og tydeligt, at Coop ønsker en sammensætning af medarbejderne, der afspejler befolkningens sammensætning. Overordnet er målet således klart.

Af ovenstående status fremgår det med al tydelighed, at der er en meget skæv kønsfordeling med en markant overvægt af mænd på lederstillingerne i Coop. Eneste undtagelse af mellemliderstillingerne på butikssiden, hvor andelen af kvinder er over 50 %. Her er imidlertid det forhold, at en stor del af disse kvindelige mellemledere er mellem 38 – 57 år, dvs. ikke helt unge ledere.

Med dette udgangspunkt må der sættes nogle ambitiøse, men dog realistiske mål på kort og længere sigt.

En vigtig del af Coops HR-strategi er, hvad vi kalder 80/20. Det betyder, at vores mål er, at 80 % af rekruttering til leder- og nøglestillinger skal ske internt. Derfor er gruppen af mellemledere interessant, idet de forhåbentlig udgør fremtidens ledere på højere niveau i Coop. Det er derfor vigtigt at holde en høj andel af kvindelige ledere i denne gruppe fast, og gerne også yngre kvinder med ambitioner om karriere. Målet er, at andelen af kvinder på dette niveau matcher kønssammensætningen blandt de ansatte i Coop d.v.s. ca. 55%

For funktionschefer skal andelen af kvinder op. Målet er her, at andelen skal op på 50 % kvinder over en 3-årig periode.

For butiks- og- salgs-/regionschefer er andelen af kvinder forsvindende lille. Målet på kort sigt er, at nå en andel af kvindelige chefer på 20 %, og 50 % på længere sigt.

For ledere på hovedkontoret er målet en andel af kvindelige ledere på 30 % på kort sigt og 50 % på længere sigt.

For alle grupper skal andelen af kvindelige ledere øges år for år frem mod målet.

Igangværende og planlagte initiativer for

At Coop har tiltrådt charteret og nu analyserer situationen giver fokus på problemstillingen. Og fokus er i sig selv vigtigt. Et initiativ er derfor at udbrede kendskab til status og de konsekvenser dette medfører for or-

at nå mål

ganisationen. Fokus skal fastholdes ved fortsat at rapportere status i de HR-nøgletal som kvartalsvis tilgår Coops ledere.

Det er vigtigt at analysere de barrierer, der er for at få flere kvindelige ledere - både i butik og på hovedkontoret.

På butiksniveau kan arbejdstider være en barriere. En måde at overvinde denne er at sikre en god arbejdsplanlægning i butikken, så familien i god tid ved, hvornår der er lange arbejdsdage og kan planlægge efter det.

Coop er en meget værdistytret virksomhed. Derfor er de gode eksempler på, at det kan lade sig gøre at være kvinde og f.eks. butikschef meget vigtige at få fortalt bredt ud i organisationen. Den unge kvindelige mellemlider skal have sine tydelige forbilleder. Derfor er et vigtigt initiativ historiefortællingerne om de gode eksempler. Det skal foregå på møder, og i vores interne medier.

Det er vigtigt at fastholde og styrke en høj andel af kvindelige ledere på mellemliderniveau - og gerne yngre kvinder med ambitioner om karriere. Dette kan gøres ved at have særlig fokus på Coops kvindelige lederaspiranter, d.v.s. ledere på vej. Erfaringen viser, at de unge kvinder ofte har brug for et skub til at styrke deres selvtillid. Dette kan dyrkes i højere grad på vores lederaspiranthold.
