

Familienfreundlich in die Zukunft

Bank Coop möchte als attraktive Arbeitgeberin

anerkannt werden – neu mit Zertifikat

Die Bank Coop setzt im Bereich der Work-Life-Balance Massstäbe. Heute erhält sie das Zertifikat als «familienfreundliches Unternehmen». Die Investitionen in die Zufriedenheit der Mitarbeitenden zahlen sich langfristig offenbar auch aus.

baz: Herr Waespi, die Bank Coop erhält heute Donnerstag als erstes Schweizer Finanzinstitut das Zertifikat «familienbewusstes Unternehmen» der Familienmanagement GmbH. Weshalb fördert die Bank Coop die Familien?

ANDREAS WAESPI: Wir sind der Überzeugung, dass langfristig nur Menschen mit einer gesunden Work-Life-Balance wirklich erfolgreich sein können. Wir wollen Mitarbeitende, die lange bei uns arbeiten und langfristig in der Lage sind, Höchstleistungen zu erbringen. Ausserdem nimmt die Bedeutung der Vereinbarkeit von Familie und Beruf als Entscheidungskriterium bei der Wahl des Arbeitgebers zu. Die Bank Coop wird damit als attraktive Arbeitgeberin wahrgenommen.

Ihr Unternehmen ist schon früher mit Work-Life-Balance-Preisen ausgezeichnet worden. Wie kam es nun zur Zertifizierung als familienbewusstes Unternehmen?

Tatsächlich haben wir 2005 bereits den nationalen «Prix Egalité» und 2007 den «Prix famille entreprise» der Region Biel/Seeland erhalten. Wir wollen im Bereich der familienfreundlichen Unternehmen zu den Besten gehören. Deshalb vergleichen und messen wir uns immer wieder mit anderen. So können wir sicherstellen, mit den aktuellen Entwicklungen mitzuhalten.

Welche familienfreundlichen Massnahmen bietet die Bank Coop ihren Mitarbeitenden konkret?

Die Massnahmen umfassen zum Bei-

spiel flexible Teilzeitarbeitsmodelle auf allen Hierarchiestufen, Job-Sharing, Vaterschaftsurlaub und unbezahlten Urlaub. Wir entwickeln ständig neue Möglichkeiten, um für unsere Mitarbeitenden die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben zu optimieren.

Ihre Familienförderung ist kostspielig. Zahlen sich solche Angebote aus?

Unsere Massnahmen zahlen sich für die Bank Coop in vielerlei Hinsicht aus. Sie erhöhen die Zufriedenheit unserer Mitarbeitenden und damit auch die Bindung an die Bank als Arbeitgeberin. Dass sich Investitionen in familienfreundliche Massnahmen auch finanziell lohnen, zeigt zum Beispiel eine Studie der Prognos AG aus dem Jahr 2005.

Haben Sie weitere Vorhaben zu Familienförderung, Frauenförderung und Work-Life-Balance im Köcher?

Wir haben in Workshops zahlreiche Ideen entwickelt. 48 Massnahmen haben wir umgesetzt und weitere sind in Prüfung. Aktuell haben wir den bezahlten Vaterschaftsurlaub von einer Woche beim ersten Kind und zwei Wochen ab dem zweiten Kind auf allgemein zwei Wochen bezahlten Urlaub und vier Wochen unbezahlten Urlaub erhöht. Der gesamthaft sechswöchige Vaterschaftsurlaub kann neu innerhalb eines halben Jahres auch in Teilzeit bezogen werden.

INTERVIEW: ELIAS KOPF



Andreas Waespi. Der CEO der Bank Coop glaubt an die Familie.