

Miteinander –

SO ARBEITEN WIR IN DER EDEKA FOODSERVICE
UNTERNEHMENSGRUPPE

UNSERE KOMMUNIKATIONSLEITLINIEN



WIR sind die EDEKA Foodservice Unternehmensgruppe!

UNSERE KOMMUNIKATIONSLEITLINIEN

LIEBE KOLLEGIN, LIEBER KOLLEGE,

in dieser Broschüre finden Sie die Kommunikationsleitlinien unserer Unternehmensgruppe. Wir möchten Ihnen auf den nächsten Seiten aufzeigen, was uns für die gemeinsame Kommunikation wichtig ist, welche Vereinbarungen von Leitlinien wir für den Umgang, das Miteinander, die Führungskultur und die unternehmensweit geltende Netiquette getroffen haben. Diese Kommunikationsleitlinien sollen als Beitrag zur Integration der unterschiedlichen Unternehmensteile und zur Förderung eines besseren „Miteinanders“ dienen. Wir haben uns dabei auf aktuell relevante Themen fokussiert und freuen uns darauf, diese mit Ihnen zu teilen und zu leben.

VIELEN DANK.

Grundsätzliches

The background of the slide features a photograph of several people's hands stacked on top of each other in a circle, a common gesture for team spirit and collaboration. The entire image is overlaid with a semi-transparent red filter. The text is positioned in the upper left and lower left areas of the frame.

UNSERE KOMMUNIKATIONSLEITLINIEN



Wir sind die Edeka Foodservice Unternehmensgruppe mit den Vertriebsmarken EDEKA Foodservice, Handelshof, EDEKA Convenience sowie den zugehörigen Tochterunternehmen Löwenkaffee (bzw. Franz Willick Kaffeegroßrösterei) und Medsorg – wir bauen stetig das Trennende ab und das Verbindende auf



Wir lernen unvoreingenommen aus der Unterschiedlichkeit unserer Kolleg:innen und Ihrer Aufgaben



Wir arbeiten an dem Miteinander zwischen den Betrieben, der Verwaltung und den Fachbereichen und gewährleisten so beste Leistungen für unsere Kunden

Umgang & Kommunikation

UNSERE KOMMUNIKATIONSLEITLINIEN

ARBEITSAUFTRÄGE & ANFRAGEN

- » Wir erklären den Grund und Kontext und liefern auf Nachfrage mehr Informationen
- » Wir geben realistische Fristen zur Bearbeitung mit an
- » Wir bestätigen den Erhalt von Aufträgen innerhalb eines Tages
- » Wenn ein Auftrag nicht in der gewünschten Form bzw. Frist zu erledigen ist, geben wir aktiv Alternativvorschläge
- » Wir vermeiden Anfragen mit dem Zeithorizont „ASAP“

TELEFON

- » Die **Nutzung der Mailbox** ist verpflichtend; dabei ist die Mailboxansage immer mit Vor- und Nachnamen sowie dem Unternehmen besprochen

Beispiel: *Hallo, dies ist die Mailbox von Max Mustermann, EDEKA Foodservice Stiftung & Co. KG*

- » Bei Nichterreichen **hinterlassen** wir eine **Nachricht** mit kurzem, konkretem Inhalt
- » Vor einem Rückruf ist es wünschenswert die **Mailbox abzuhören**
- » Bei einer Abwesenheit von mehr als 24 Stunden leiten wir unsere Telefone weiter oder benennen eine **Vertretung** inklusive dessen Kontaktdaten

E-MAIL ALLGEMEIN

- » Wir nutzen die Betreffzeile aussagekräftig
- » Eine höfliche Anrede und Grußformel sind für uns selbstverständlich, bei häufigem Kontakt können wir auf diese jedoch verzichten
- » Wir nutzen die aktuelle E-Mail Signatur, auch auf mobilen Endgeräten (in Kurzform)
- » Aus unseren E-Mails wird klar erkennbar, wer der Absender ist (z.B. Assistenz)
- » Wir achten auf die geltenden Vertraulichkeits- und Priorisierungsregelungen
- » Bei Abwesenheit von mehr als 24 Stunden gelten die Regeln der Telefonie (s. S.9)
- » Für die Übertragung besonders vertraulicher Daten nutzen wir Cryptshare
- » Wir wählen den Kreis der Verteiler mit Bedacht
- » Wir vermeiden E-Mail-Ketten und fassen beim Weiterleiten die wesentlichen Inhalte zusammen

E-MAIL INHALT

- » Wir bemühen uns um eine kurze und klare Formulierung des Anliegens
- » Wir verwenden wenn möglich Aufzählungszeichen und heben die wesentlichen Schlagwörter (fett) hervor
- » Bei Anhängen oder Auswertungen fassen wir die Quintessenz kurz zusammen
- » Wir nutzen Ausrufezeichen sparsam und nur in Ausnahmefällen
- » Vor dem Absenden lesen wir unsere Nachricht nochmal Korrektur
- » Wir treffen Entscheidungen unter Berücksichtigung der geltenden Regularien zu zustimmungspflichtigen Geschäften (z.B. bzgl. Investitionen)

BESPRECHUNGEN

- » Wir kommunizieren (2 Werkzeuge vorab) **Ziel und Agenda** an alle Teilnehmenden
- » Der Einladende **leitet den Termin** oder benennt vorab eine Sitzungsleitung
- » Die Frage der **Protokollierung** ist vor dem Termin geklärt
- » Wir vereinbaren konkrete **nächste Schritte** (wer, was, bis wann und wie)
- » Wir schenken den Vortragenden eine angemessene, hohe **Aufmerksamkeit**
- » Jeder Teilnehmende sollte einen Beitrag leisten oder eine **Rolle im Termin** haben
- » Wir halten die **angesetzten Zeiten** ein
- » Wir benennen **Vertreter**, wenn wir an einem Termin nicht teilnehmen können

VIDEOBESPRECHUNGEN

- » Bei Videobesprechungen schalten wir – soweit technisch möglich – **die Kamera an**
- » Wir prüfen vor der Besprechung, ob unsere **Technik** funktioniert
- » Sollte es technische Probleme geben, wenden Sie sich bitte an die IT und geben den Teilnehmenden rechtzeitig Bescheid
- » Alle Teilnehmenden, die nicht sprechen, **deaktivieren ihren Ton**

PRÄSENTATIONEN

- » Wir nutzen stets den aktuellen **Folienmaster** der Unternehmensgruppe
- » Der Folienmaster wird nicht eigenständig geändert
- » Wir nutzen immer das **Deckblatt**, die **Agenda** sowie die Vorlage für **nächste Schritte**
- » **„Weniger ist mehr“**, wir stellen komplexe Themen komprimiert und verständlich dar

SOCIAL MEDIA

- » Die Bereiche Marketing und Unternehmensentwicklung betreiben die Social Media Accounts des Unternehmens; weitere Unternehmens-Accounts sind nicht gewünscht
- » Wenn wir im privaten Umfeld Inhalte mit Bezug auf das Unternehmen posten, machen wir das mit Bedacht und ohne Verbindung zu politischen oder religiösen Themen

INTRANET

- » Alle Ansprechpartner:innen sind inklusive ihrer Kontaktdaten aktuell und leicht zugänglich im Telefonbuch im Intranet zu finden
- » Jeder Mitarbeitende hat ein gepflegtes Profil und kümmert sich darum, dass dieses aktuell ist (Informationen und Änderungen an: marketing@edeka-foodservice.de)

MITARBEITENDENKOMMUNIKATION

- » In jedem Quartal finden für alle Mitarbeitenden Informationsveranstaltungen statt
- » Es finden mindestens jährlich Jahrestagungen und Kick-Off Veranstaltungen statt

Führung & Entwicklung

UNSERE KOMMUNIKATIONSLEITLINIEN

FEHLERKULTUR

- » Wir machen und akzeptieren **Fehler**, wir teilen sie miteinander und lernen daraus (als Chance um kontinuierlich besser zu werden)
- » Wir erkennen **Defizite /Problemfelder** frühzeitig und sprechen sie an
- » Wir fordern **Hilfe** und nehmen diese unvoreingenommen an
- » Nur wer nach Hilfe fragt, kann diese bekommen

FEEDBACK & WERTSCHÄTZUNG

- » Positives Feedback geben wir gerne auch schriftlich, negatives Feedback klären wir mündlich untereinander
- » Feedbackgespräche werden (jährlich, Pulse Check) durchgeführt und nachgehalten
- » Es werden regelmäßige Mitarbeitendenbefragungen durchgeführt
- » Es ist für uns selbstverständlich zu loben sowie Bitte und Danke zu sagen
- » Wir feiern Erfolge und bedanken uns informell bei hohem Arbeitsanfall – das geht zum Beispiel per E-Mail, bei der Begegnung im Flur oder in einem persönlichen Gespräch

**Heute schon gelobt?
Über positives Feedback
freut sich jeder.**



Unternehmertum & Kundenorientierung

UNSERE KOMMUNIKATIONSLEITLINIEN

GESTALTUNGSSPIELRAUM

- » Alle Bereiche der Unternehmensgruppe sind dazu aufgerufen, den **Gestaltungsspielraum für unsere Betriebe** zu erhöhen

INTERPENDENZEN

- » Für übergreifende Entscheidungen werden **alle relevanten Fachbereiche eingebunden** (z. B. bei neuen Kunden, der Einführung neuer IT-Systeme, großen Projekten etc.)

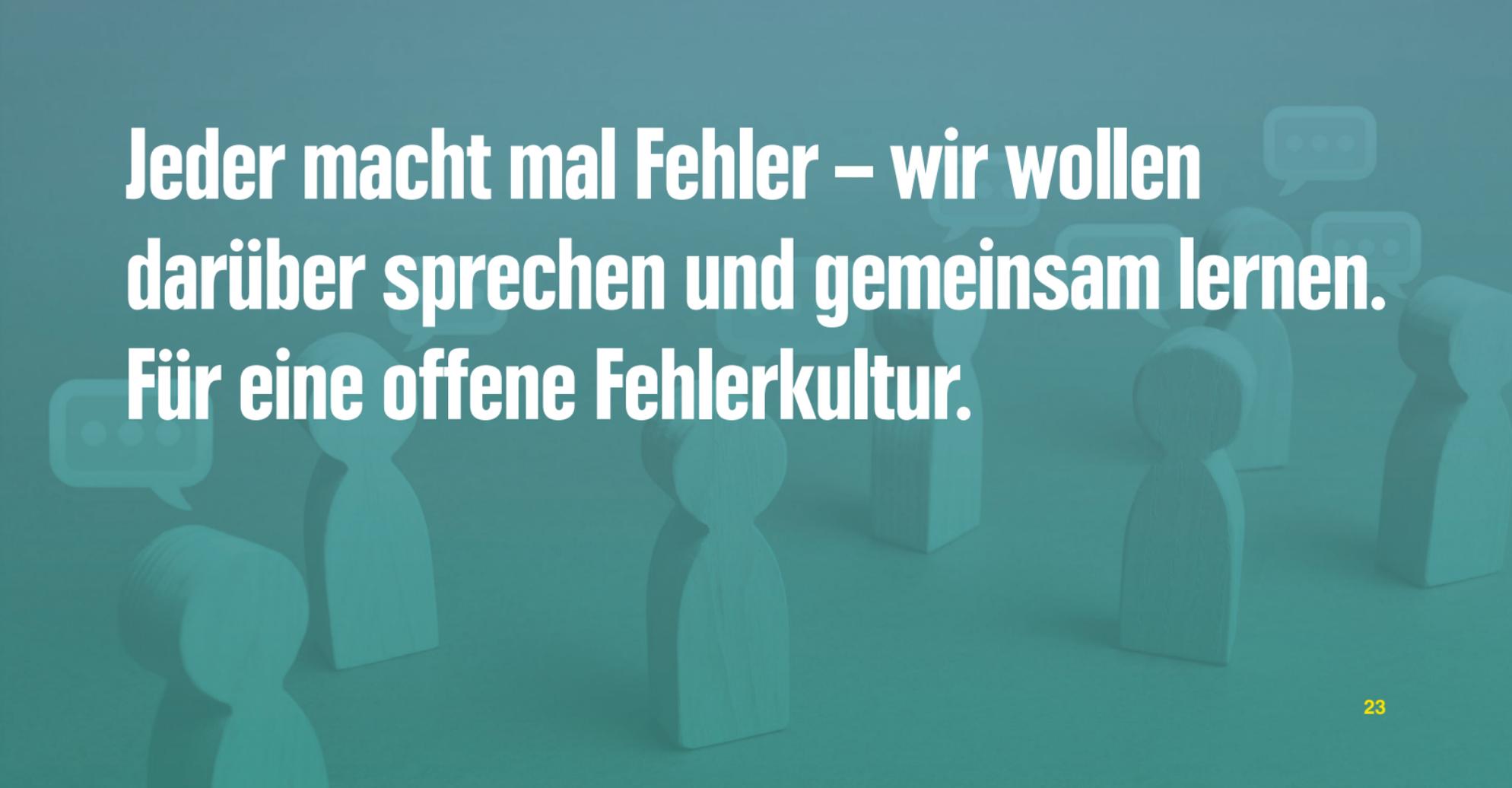
PRAXISNÄHE

- » Jeder Mitarbeitende der EHMG verbringt mind. **einen Tag im Jahr in einem Betrieb**
- » Mitarbeitende der Betriebe erhalten die Möglichkeit zu **Praxistagen in der Verwaltung**

DIENSTLEISTUNGSMENTALITÄT

- » Die Verwaltung und Fachbereiche sind die wichtigsten Dienstleister der Betriebe
- » Wir finden geeignete Ansprechpartner heraus, wenn wir nicht zuständig sind
- » Wir führen Aufgaben zu Ende („Ownership“) und übergeben diese vernünftig

**Jeder macht mal Fehler – wir wollen
darüber sprechen und gemeinsam lernen.
Für eine offene Fehlerkultur.**

The background is a solid teal color. Overlaid on this are several faint, semi-transparent icons. There are several stylized human figures in various poses, some appearing to be in conversation. There are also several speech bubble icons scattered throughout the scene, suggesting a focus on communication and dialogue.

Noch mehr Informationen unter

www.whmal.de/kommunikationsleitlinien

Stand: 09/2023