



Makro Cash & Carry Belgium nv

Nijverheidsstraat 70

2160 Wommelgem

Telefoon: 03/328 90 28

Website: www.makro.be en

www.metro.be

Makro Cash & Carry Belgium als werkgever

Makro Cash & Carry Belgium maakt deel uit van de internationale Metro Group, actief in 33 landen en één van de grootste internationale distributeurs. In ons land heeft het 11 vestigingen.

Resultaten van het onderzoek

Primaire Arbeidsvoorwaarden	★ ★ ★ ★ ½
Secundaire Arbeidsvoorwaarden	★ ★ ★ ★ ½
Training & Ontwikkeling	★ ★ ★ ★ ½
Carrièremogelijkheden	★ ★ ★ ★
Organisatiecultuur	★ ★ ★ ★ ½

+: Makro bekleedt door de schaalgrootte van de vestigingen een unieke positie in de Belgische distributiesector. Het beschikt over een brede waaier van functies die heel wat uitdagingen en verantwoordelijkheden met zich meebrengen.

!: Makro kent een zeer klein verloop en vindt nog steeds voldoende kandidaten. Toch beseft Makro dat de 'war for talent' snel zal terugkeren. Het bedrijf bereidt zich daar op voor door een sterk retentiebeleid uit te stippelen.

Feiten en cijfers

- Onderdeel van de Duitse Metro Group
- 11 vestigingen en 3.400 werknemers in België
- Omzet in België: 1,29 miljard euro
- Omzet wereldwijd (Metro Cash & Carry) : 31,7 miljard euro

Arbeidsvoorwaarden

- Bij de hoogste lonen van de sector voor winkelpersoneel
- Groepsverzekering (ook voor tijdelijke contracten)
- Bedrijfswagen (afhankelijk van functie), aankoopkorting
- Veel interne doorgroeimogelijkheden, uitgebreid aanbod aan opleidingen



**Makro Cash & Carry
is gecertificeerd
als één van de Top
Employers België, 2011**



**Makro Cash & Carry Belgium
is een stabiele en groeiende
onderneming die veel belang
hecht aan de lange termijn.
Die stabiliteit laat medewerkers
toe een boeiende en afwisselende
carrière te ontwikkelen.
De schaalgrootte van de vestigin-
gen en de focus op professionele
klanten brengen veel uitdagingen
en verantwoordelijkheden met
zich mee. De doorgroeimogelijk-
heden zijn dan ook groot.**

Makro Cash & Carry ter introductie

Makro Cash & Carry Belgium is vooral bekend van de grote Makro-vestigingen. In 1970 opende de eerste Makro-winkel in België. Sinds 1998 maakt Makro Cash & Carry Belgium deel uit van de Duitse Metro Group, een internationale distributeur actief in 34 landen. De beursgenoteerde groep is één van de grootste winkelketens ter wereld.

Kenmerkend voor de zes Makro-vestigingen in België is de grote winkeloppervlakte en het immense aanbod aan food en non-foodartikelen. Een Makro-vestiging heeft een oppervlakte van minimaal 14.000 m² en mikt via scherpe prijzen en kwantumkortingen op een breed publiek van grootverbruikers, ondernemers en vrije beroepen. Sinds 2003 bouwt de groep ook een winkelketen uit onder de merknaam Metro. De Metro-winkels zijn kleiner maar tellen toch makkelijk 5.000 m², en richten zich uitsluitend naar professionele klanten uit de horeca en detailhandel. De nadruk ligt in deze winkels op voeding, al is er een beperkt non-foodaanbod. In de komende jaren blijft Metro verder groeien met de opening van nieuwe vestigingen.

In de elf vestigingen en het hoofdkantoor in Wommelgem werken 3.400 medewerkers. Alle werknemers van Makro en Metro hebben een bediendestatut.

Ruime carrièremogelijkheden

"In een Makro-vestiging werken tot vijfhonderd mensen. Een winkelpunt met een dergelijke omvang brengt veel uit- »

dagingen en verantwoordelijkheden met zich mee. De doorgroeimogelijkheden zijn dan ook groot. Omwille van de omvang van onze operaties, biedt Makro grotere carrièremogelijkheden dan andere spelers in de sector”, zegt Anja Anthonissen, Learning & Development Manager.

Op enkele gespecialiseerde profielen na worden bij Makro zo goed als alle vacatures intern ingevuld. “Een verantwoordelijke voor de wijnafdeling bij Metro is idealiter sommelier. Hij moet de klant, meestal een horeca-uitbater, kunnen adviseren bij het samenstellen van de wijnkaart. En dit wordt geapprecieerd door de professionele klanten.”

Recent afgestudeerden met een masterdiploma en bachelors hotelmanagement kunnen starten als management trainee. “Welk masterdiploma iemand heeft, maakt weinig uit. Al merken we dat jonge mensen met een economische opleiding sneller voor de distributiesector kiezen. Kandidaten hoeven nog geen duidelijk zicht te hebben op welke functie ze precies ambiëren. We geven hen de kans die bij ons te ontdekken. Via een grondige selectie gaan we op zoek naar de juiste profielen met een goede attitude. Zonder in detail te treden, zoeken we klantgerichte en leergierige collega's met potentieel om een goede peoplemanager te worden. Want in onze sector draait alles om mensen.”, zegt Anja Anthonissen.



Jeremy Gaillard (23),
afdelingschef delicatessen bij
Makro Machelen

“Het managementtrainee traject dat Makro aanbiedt, sprak me aan. Je wordt niet in een vooraf bepaald traject geduwd. Je kunt proeven van verschillende functies. Al is het niet eenvoudig om na vijf jaar studeren de handen uit de mouwen te steken op de werkvloer. Maar het is de ideale leerschool om het bedrijf te leren kennen.”



"Recent afgestudeerde kandidaten hoeven nog geen duidelijk zicht te hebben op welke functie ze precies ambiëren. We geven hen de kans die bij ons te ontdekken."

Anja Anthonissen,
Learning & Development Manager

Elke management trainee doorloopt een uniek opleidingstraject. "De trainee wordt ondergedompeld in het bedrijf om zo het reilen en zeilen van een distributiebedrijf te leren kennen. De eerste maanden worden de trainees ingeschakeld in de dagelijkse werking. Dit betekent dat ze onder meer de rayons vullen, aan de kassa werken en de infobalie bemannen. Alleen zo leren trainees hoe ons bedrijf werkt. Wat het betekent om urenlang aan de kassa te zitten en te blijven lachen, kun je niet uitleggen in een klaslokaal. Wie bij ons carrière wil maken, moet letterlijk de handen uit de mouwen steken", benadrukt Anja Anthonissen. Zelf heeft ze ook drie weken rayons aangevuld toen ze in de sector startte. "Een ervaring die nu nog steeds van pas komt bij coachinggesprekken," erkent de Learning & Development Manager. Doorgaans duurt deze eerste opleiding drie tot zes maanden. Elke management trainee heeft een mentor in het directiecomité met wie ze minstens één keer per maand contact hebben.

"Nadien solliciteren de trainees op een interne vacature voor een eerste leidinggevende functie, bijvoorbeeld afdelingschef in een vestiging. Gemiddeld na negen maanden gaan de trainees aan de slag in een operationele functie of in het hoofdkantoor. Een tweetal jaar later komen de trainees in aanmerking voor een kaderfunctie. Maar ook daarna zijn de door-

groeimogelijkheden groot", schetst Anja Anthonissen.

Ook internationaal kan carrière gemaakt worden. "Zowel in het hoofdkantoor in Düsseldorf als in vestigingen in één van de 34 landen waar de groep actief is, zijn er mogelijkheden. Al merken we dat Belgische medewerkers veeleer een internationale functie opnemen, bijvoorbeeld internationaal inkoopverantwoordelijke voor een productgroep, dan effectief naar een ander land verhuizen om er te werken." De cv's van alle kaderleden worden op het hoofdkantoor van Metro Group gecentraliseerd. Bovendien moet elke medewerker aangeven of hij internationaal mobiel is of niet. "Zo heeft het hoofdkantoor een directe toegang tot de competenties die beschikbaar zijn in de verschillende landen. Een duidelijker signaal dat de doorgroeimogelijkheden reëel zijn, ook internationaal, is er niet", merkt Anja Anthonissen op.

Al doende leren

De meerderheid van de management trainees starten na hun opleiding een boeiende carrière bij de distributieketen. "Het verloop, zowel bij de trainees als bij de vaste medewerkers, is zeer klein. Als trainees afhaken, is dat vooral omdat ze hun draai niet vinden in de sector", weet Anja Anthonissen.

»



“Hoewel alles strikt geregeld is, heerst er in het bedrijf een warme en familiale sfeer.

De deuren staan hier letterlijk en figuurlijk open.”

Vandaag ervaart Makro geen moeilijkheden om nieuwe medewerkers aan te trekken. Maar Anja Anthonissen beseft dat dit snel kan veranderen. “We maken ons op voor de volgende ‘war for talent’. Hoe kunnen we onze medewerkers nog meer helpen bij het ontwikkelen van hun potentieel, is het uitgangspunt. Hiervoor schakelen we het lijnmanagement nog meer in. Via een nieuw opleidingstraject scherpen we de peoplemanagementvaardigheden van onze lijnmanagers nog aan. De focus ligt op het herkennen van potentieel bij medewerkers en het verder ontwikkelen ervan.”

Jaarlijks doorlopen medewerkers een potentieelbeoordeling. Dit kan uitmonden in een persoonlijk ontwikkelingsplan. “We geven de voorkeur aan maatwerk als het gaat over het ontwikkelen van talent. Bovendien reageren we ook snel als er een opleidingsbehoefte ontstaat. We zijn daar eigenlijk continu mee bezig. De voorkeur gaat naar ‘action learning’. Medewerkers moeten niet te veel in een klaslokaal zitten, al doende leert men sneller”, weet Anja Anthonissen.

Nieuw zijn de e-trainingen ontwikkeld door de eigen universiteit, House of Training. “Dit zijn vooral bedrijfsgerelateerde opleidingen, bijvoorbeeld over hoe een winkelpunt er idealiter moet uitzien. Deze worden centraal ontwikkeld, maar de verschillende landen kunnen ze

aanpassen aan de lokale situatie. Opleidingen in het kader van persoonlijke ontwikkeling worden niet via e-training, maar wel op nationaal en internationaal niveau aangeboden.”

Familiale sfeer

Het bedrijf betaalt een loon dat hoger ligt dan het marktgemiddelde. Daarnaast genieten alle medewerkers van een aantrekkelijk pakket extralegale voordelen zoals een groepsverzekering, ook voor de tijdelijke medewerkers, aanvullende vakantiedagen, een kilometervergoeding en een fietsvergoeding. Alle medewerkers krijgen korting voor aankopen bij Makro. Bovendien horen bij heel wat functies bijkomende vakantiedagen.

Volgens Anja Anthonissen is Makro omwille van zijn schaalgrootte een bedrijf met veel instructies en procedures. “Hoewel alles strikt geregeld is, heerst er in het bedrijf een warme en familiale sfeer. We spreken elkaar bij de voornaam aan en de deuren staan letterlijk en figuurlijk open.” Niettemin moet er hard gewerkt worden. “Flexibiliteit is een tweesnijdend zwaard in de distributie. Door de ruime openingsuren van de winkels vragen we veel flexibiliteit van de medewerkers. Zolang een winkel open is, moet er een winkelverantwoordelijke aanwezig zijn. Toch kiezen veel medewerkers net voor een job bij Makro of Metro

omwille van de flexibele uurroosters. Sommige medewerkers zijn liever op een weekday thuis dan op zaterdag. Bijna negentig procent van het winkelpersoneel werkt bovendien deeltijds. De medewerkers op het hoofdkantoor kennen glijdende werkuren."

Ook het continue klantencontact zorgt voor de nodige druk. "Een klant wil onmiddellijk geholpen worden. Dit geeft extra druk, maar is ook een stimulans. Bovendien is elke dag onvoorspelbaar. Saai is het zeker niet. Omdat we over een beperkt aantal vestigingen beschikken, zijn de communicatielijnen ook zeer kort en direct."

Aandacht voor het milieu

Na de actie 'Red het bos', waarbij Makro een boom plant voor elke vijf klanten die de papieren folder niet meer willen ontvangen, kunnen klanten nu sparen voor Fair Trade handdoeken. "Specifiek voor het personeel loopt er een actie samen met WWF om oude gsm's in te leveren. Zo stimuleren we hen hun telefoon-toestel langer te gebruiken en communiceren we waarom dit goed is voor het milieu", vertelt Anja Anthonissen. Ook besteedt het bedrijf veel aandacht aan diversiteit. De distributieketen voert o.a. een leeftijdsbewust personeelsbeleid en doet extra inspanningen om oudere werknemers aan te werven.



**Bert Vanmoortel (29),
Product Group manager**

"Zes jaar geleden begon ik bij Makro als management trainee. Sindsdien ben ik al verschillende keren intern van job mogen veranderen. De commerciële omgeving, de vele groeimogelijkheden en uitdagingen, de open sfeer en de korte communicatielijnen, zijn enkele van de redenen waarom ik nog steeds graag voor dit bedrijf werk."

