Den unge og uundværlige generation i Bilka vil have feedback på disken

Skrevet af **Kristina Hvas Stokholm**

Billeder taget af **Kristina Hvas Stokholm** og **Bilka Holstebro**

**I Bilka Holstebro står den unge generation højt på agendaen. Den udgør over halvdelen af medarbejderstaben og higer efter mening i alt, hvad den gør. Det forsøger varehuschef, Sigmund Ottosen Rubeksen at favne med en særdeles konkret feedbackkultur – og forældremøder. Ja, du læste rigtigt.**

Bilka Holstebro. For de fleste et trækplaster, når der skal fyldes op i køleskabet eller handles ind til studenterfesten. Men bag de meterlange hylder kører et stort maskineri, der holdes i gang af 440 medarbejdere.

Over halvdelen af dem, helt præcis 260 ansatte, er ungarbejdere i alderen 16 til 25 år – også kendt som generation Z.

Ikke nok med at de udgør størstedelen af medarbejderskaren, så udskifter Bilka Holstebro også de ikoniske lyseblå Bilka-skjorter på omkring halvdelen af ungarbejderne hvert eneste år. Og det er helt bevidst, forklarer varehuschef, Sigmund Ottosen Rubeksen.

**Om Sigmund Ottosen Rubeksen**

Begyndte som 16-årig som ungarbejder i Bilka Holstebro i 2001.  
  
Gik i lære i afdelingen for isenkram og elektronik i søster-kæden, Føtex i 2004.  
  
Avancerede til afdelingschef og senere salgschef, inden han i 2012 skiftede til en anden kæde, Kvickly, hvor han arbejdede som souschef i Silkeborg, Valby og Nørrebro og senest som varehuschef i Lemvig fra 2016 til 2018.  
  
Efter Lemvig skiftede han tilbage til Bilka. Først som driftschef i Bilka Herning og derefter som sektionschef i Bilka Viborg, inden han i 2020 begyndte som varehuschef i Bilka Holstebro.  
Privat bor Sigmund i Ikast med Sisse og parrets tre børn.

*– Der er et naturligt rul blandt de ungarbejdere, fordi en stor del arbejder her i deres sabbatsår eller ved siden af ungdomsuddannelsen og dernæst flytter til større byer for at studere,*siger Sigmund Ottosen Rubeksen og fortsætter.

*– Men vi arbejder også aktivt på at få dem videre, hvis de har været her for længe. Det vil sige mere end to år. Så tager vi en snak om, hvad næste skridt er – hvad end det er en elevplads eller opstart på en ny uddannelse*.

Han mener, at Bilka Holstebro har en forpligtelse i at uddanne og bygge på de unge mennesker, især når de *nok er den virksomhed i Holstebro, der er så heldig at have flest ungarbejdere under taget*, som det lyder med varehuschefens egne ord.

*Med 440 kollegaer ind og ud af varehuset hver uge, kan det være svært at holde styr på alle. Det bemærkede Sigmund Ottosen Rubeksen også en dag, da en ungarbejder spurgte, hvem han var. Titlen som varehuschef gjorde ikke ungarbejderen meget klogere, griner varehuschefen.*

**Skole-hjem-samtale i varehusformat**

Ansvaret for den store ungarbejder-skare har affødt et lidt utraditionelt koncept på en arbejdsplads; nemlig forældremøder. To gange om året åbner Sigmund Ottosen Rubeksen karruseldørene for alle forældre til en ungarbejder på op til 18 år.

For mange af de unge i Bilka Holstebro er det deres første møde med arbejdsmarkedet, og den vil varehuset gerne involvere forældrene i.

– *Det plejer at være en hyggelig aften, hvor vi bringer lidt humor ind over, mens vi snakker om alt fra arbejdsplanens placering til, hvilke krav vi stiller*, siger varehuschefen.

Forældremøderne giver gensidigt afkast. Sigmund Ottosen Rubeksen og resten af ledergruppen bliver opmærksomme på helt lavpraktiske ting, som fylder hos en ungarbejder gennem forældrene.

**Fra ungarbejder til Bilka-boss**

Sigmund Ottosen Rubeksen debuterede selv på arbejdsmarkedet som ungarbejder i Bilka Holstebro tilbage i 2001. Han husker det som en fantastisk tid, men også en tid der adskiller sig fra livet som ungarbejder anno 2024.

*–* *Det er altafgørende, at vores unge kan se meningen med det, de laver. Ellers taber de motivationen for at arbejde. Sådan var det ikke helt, da jeg var ung.*

Udover at arbejdet skal give mening, har varehuschefen også bemærket en anden tendens blandt de unge, som han er nødt til at tage højde for. Nemlig, den mentale sundhed.

*–* *Den mentale sundhed er udfordret i dag. Jeg oplever mere usikkerhed, og verden virker generelt mere kompliceret, end den gjorde hos min generation for over 20 år siden,* siger Sigmund Ottosen Rubeksen.

**Feedback, feedback, feedback**

De unges søgen efter mening og den stigende usikkerhed forsøger Sigmund Ottosen Rubeksen og co. at favne med en feedbackkultur.

Ikke blot på buzzword-niveau, men helt konkret ned gennem gangene. Og vejen dertil går gennem lederne, som varehuset netop er i gang med at opkvalificere på dette område. De skal forstå vigtigheden i at give feedback, og det er ikke nok at gøre det én gang.

*–* *Det handler om konstant feedback, for de unge forventer faktisk at få feedback stort set hver gang*, siger Sigmund Ottosen Rubeksen.

Når feedbacken ryger i baggrunden, oplever Sigmund Ottosen Rubeksen, at usikkerheden stiger i takt med, at motivationen falder. Og den cocktail, vil varehuschefen gerne undgå.

*–* *Motivationen er altafgørende. For er mine kollegaer motiveret, giver de den bedste kundeoplevelse, og derigennem skaber vi den bedste forretning,* lyder det fra varehuschefen.

Ledergruppen bliver derfor skolet til aktivt at få spurgt ind til den enkelte og anerkende dem for deres indsats.

Det samme gør sig gældende, hvis der er områder, hvor der skal hankes op.

*– Der er vi ikke på samme måde personspecifikke, men vi giver i stedet en kærlig opsang til teamet, og så handler det om at få dem anerkendt næste gang*, siger Sigmund Ottosen Rubeksen.

Det gør de blandt andet på de daglige tavlemøder, hvor de, udover dagens to do’s, også vender dagens mindset, og om der er noget og nogen, de skal være særligt opmærksomme på.

Det er ude på lageret, de forskellige afdelinger mødes til tavlemøde. Her er de unge på lageret i gang med gøre varer klar i “Bilka To Go”

Varehuschefen er hurtig til at erkende, at det er en umulig opgave at opfange alle signaler.

*–* *Vi er ikke uddannede psykologer, og bliver det heller ikke, men vi skal have en oprigtig interesse i, hvad der rører sig blandt vores medarbejdere.*

**De uundværlige unge**

Nogen vil måske mene, at de unge skal tilpasse sig den eksisterende kultur mere end at arbejdspladsen skal tilpasse sig den unge generations behov. Men den vej har Sigmund Ottosen Rubeksen ikke tænkt sig at gå.

*–* *For så får vi ikke deres bedste sider frem og risikerer at tabe nogle af de fantastiske individer, som er her,* siger varehuschefen.

Samtidigt er det vigtigt for Sigmund Ottosen Rubeksen, at de også tør at stille krav til de unge. Det gælder ikke mindst vagtplanen.

Derfor går det for eksempel ikke, at Sofies forældre pludselig ringer hende fri næste dag på grund af moster Olgas 75-års fødselsdag. Af to grunde.

For det første er det altid medarbejderen selv, der skal ringe ind, og en sms gælder ikke.

*–* *Ellers mister vi følingen med, om der kunne være andet, vi skulle være opmærksomme på.*

For det andet har Sigmund Ottosen Rubeksen en oprigtig interesse i, at ungarbejderne kommer.

*–* *Det er ikke lige meget, om de er her eller ej. De unge spiller en uvurderlig rolle i Bilka Holstebro på samme niveau som alle andre ansatte i biksen,* lyder det fra varehuschefen.

**En generation med holdninger, der smitter af på forretningen**

En af de ting, som Sigmund Ottosen Rubeksen beundrer de unge allermest for, er deres synlige værdikompas.

*–* *Dagens generation Z har holdninger til vores arbejdsgange og værdier, og det udfordrer de os på*, siger Sigmund Ottosen Rubeksen.

Varehuschefen har endda prøvet at blive valgt fra på det.

Til en jobsamtale takkede en elev nej til en plads på Nyholmvej, fordi hun mente, at en anden virksomhed gjorde mere for at mindske madspild, og der var vigtigt for hende.

*–* *Det kom helt bag på mig, og jeg blev ærligt lidt irriteret til at begynde med, for så kunne vi lige så godt have skippet samtalen*, siger varehuschefen med et skævt smil og fortsætter:

*– Men bagefter fik denne pige min dybeste respekt for at hun reelt var så loyal over for sine værdier*, siger Sigmund Ottosen Rubeksen.

Og det er netop indspark som disse, der smitter af på Sigmund Ottosen Rubeksen lyst til forstå den unge generation og tage stilling til de ting, de bringer til bordet – som for eksempel madspild, der i dag er et stort omdrejningspunkt i forretningen.