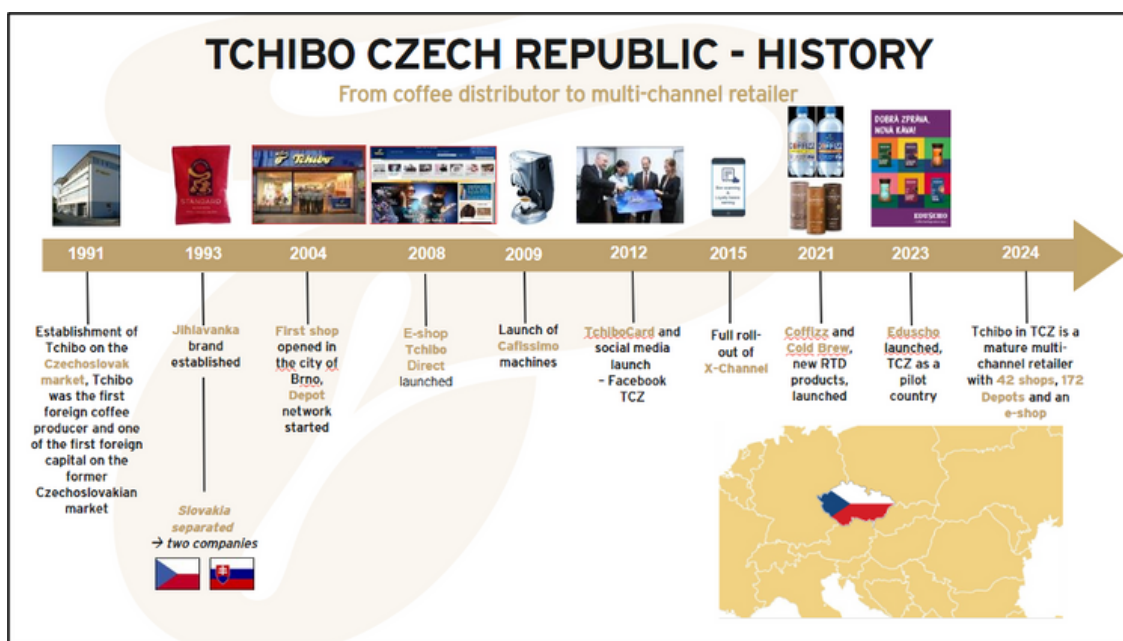




„Tchibo Next: Vytvořme tým a kulturu pro 21. století“

Tchibo je rodinná společnost s německými kořeny, založená v roce 1949 Maxem Herzem v Hamburku. Původně se zaměřovala na prodej kávy, dnes je však známá jako unikátní retailový koncept, který kombinuje prodej kávy s širokým sortimentem spotřebního zboží. **Tchibo** působí v mnoha evropských zemích.

Celosvětově **Tchibo** patří mezi největší producenty kávy na světě a zároveň je jedním z největších maloobchodních prodejců spotřebního zboží. V České republice, kde je **Tchibo** v oblasti prodeje kávy leadrem na trhu, na trhu operuje formou 4 prodejních kanálů. Provozuje 50 vlastních kamenných obchodů (48 pod značkou **Tchibo** nebo pod značkou Jihlavanka), prodává kávu v obchodních řetězcích, ve kterých také provozuje shop-in-shop prodejní koutky se svým spotřebním zbožím a zároveň má svůj vlastní e-shop. Tento unikátní prodejní koncept využívající všech výhod omnichannelu působí v České republice více než 34 let.



Tchibo má dnes 450 zaměstnanců, z nichž cca 70% pracuje v **Tchibo** kamenných obchodech a 30% v administrativě a na obchodních pozicích nebo v našich logistických centrech v Jihlavě a Chebu. 14% zaměstnanců tvoří muži, 86% zaměstnanců jsou ženy. Průměrný věk **Tchibo** zaměstnance v ČR je 44 let a průměrná délka zaměstnání u **Tchibo** je 8 let. 81% všech zaměstnanců pracuje na plný úvazek a 19% zaměstnanců pracuje na zkrácený úvazek.

Další informace k **Tchibo** firemní kultuře lze nalézt na portálu Cocuma – Company Culture Market: www.cocuma.cz/company/tchibo.

Z výše uvedených dat je patrné, že naší výhodou je stabilní tým, který má možnost každodenně využívat své dlouholeté **Tchibo** zkušenosti. Na druhé straně hrozbou, ale zároveň i příležitostí pro **Tchibo** je průměrný věk zaměstnanců. Podíváme-li se na průměrný věk našich zaměstnanců, je poměrně vysoký. Jsme si plně vědomi toho, že abychom zůstali i nadále jedničkou na trhu, musíme tým našich kolegů a kolegů rozšířit o mladší generaci. Velmi dobře se nám to daří u našich zákazníků, kdy jsme skrz úspěšnou spolupráci s ISIC nalákali do našich kaváren/obchodů za poslední rok 800 000 nových zákazníků z řad studentů.



Nyní potřebujeme pomoci s omlazením našich zaměstnaneckých týmů, aby

- nám neutekly příležitosti v oblasti inovací a nových nápadů,
- stabilně si budovali a rozšiřovali digitální kompetenci,
- podpořili dlouhodobou stabilitu **Tchiba**,
- lépe porozuměli mladším zákazníkům, zároveň
- podpořili náš employer brand a
- diverzifikovali dynamiku našich týmů.

Jak nejlépe nalákat do *Tchiba* mladé zaměstnance? Jak se stát zaměstnavatelem atraktivním i pro mladší generace? Jaké by měly být kroky vedoucí k tomu, aby naše pracovní nabídky byly zajímavé i pro mladé?

Cíl projektu:

Navrhněte strategii, jak přilákat do firmy mladší generaci zaměstnanců a tím omladit firemní kulturu, ale zároveň zabezpečit, aby si firma zachovala své hodnoty a tradice, kterými jsou např. otevřenost novým věcem, spolehlivost, respekt, srozumitelnost nebo zákazník v centru dění.

Klíčové otázky pro zpracovatele projektu:

1. Jakým způsobem oslovit a nalákat mladé, aby chtěli jít do **Tchibo** pracovat?
2. Jaké prvky současné kultury **Tchibo** jsou pro mladší generace méně atraktivní? Navrhněte, jak je přizpůsobit očekáváním mladých?
3. Jaké trendy v oblasti firemní kultury a HR jsou dnes populární mezi mladými lidmi?
4. Jaké prvky a formu by měla obsahovat komunikace, pracovní prostředí a benefity, aby oslovily generaci Z a mladé mileniály?
5. Jak zajistit, aby změny byly v souladu s hodnotami **Tchibo** jako jsou např. kvalita, udržitelnost, férovost?

Výstup projektu:

- Návrh konkrétních opatření (např. nové HR iniciativy, formy interní komunikace, employer branding, doporučení pro oslovování kandidátů apod.).
- Kreativní návrh konceptu kampaně nebo programu, který podpoří omlazení kultury, a to nejen v pozicích na centrále společnosti, ale i v prodejnách **Tchibo**.

Pro kvalitní zpracování doporučujeme kontaktovat mentorku a domluvit si návštěvu v Tchibo.

Mentorka: Simona Hryzáková, HR ředitelka Tchibo, e-mail: simona.hryzakova@tchibo.cz.

Řešení studie můžete předložit ve dvou formách – vyberte si tu, která vám nejvíce vyhovuje:

- Video kratší než 5 minut.
- Prezentace v MS PowerPoint v délce max 15 slidů.

Uzávěrka pro odevzdání řešení případové studie je 30. dubna 2026.

Hotová řešení zašlete na emaily (najednou):

anna.maresova@korporatni-ombudsman.cz a miroslava.jelinkova@korporatni-ombudsman.cz.